



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

## Εισερχόμενος Τουρισμός από την Ρωσία – Προβλέψεις

Κυριακή Μυτιληνιού

Επιβλέπων Καθηγητής: κ. Μ. Σφακιανάκης

*Διπλωματική Εργασία*

*Πειραιάς 2019*



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

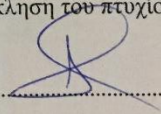
ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ  
(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή –δεύτερη- σελίδα στο σώμα της διπλωματικής  
εργασίας)

«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:

.....  
"ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΤΗΝ Ρωσία - Προβλεψεις"  
.....

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/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο.....ΧΥΡΙΑΚΗ ΜΥΤΙΛΗΪΟΥ.....

Ημερομηνία.....03-12-19.....

## Περιεχόμενα

Περιεχόμενα.....	2
Κατάσταση Διαγραμμάτων .....	4
Περίληψη.....	5
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> : Εισαγωγή .....	6
1.1 Ανάλυση Έννοιας Τουρισμού .....	6
1.1.1 Ορισμοί Τουρισμού.....	6
1.1.2 Οι διακρίσεις του τουρισμού.....	8
1.1.3 Μορφές Τουρισμού.....	9
1.2 Ανάλυση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας.....	10
1.2.1 Βασικά μεγέθη παγκόσμιου και ελληνικού τουρισμού .....	11
1.2.2 Οι βασικές «προϊοντικές» αγορές του ελληνικού τουρισμού .....	14
1.2.3 Συμπεράσματα και προτάσεις .....	17
1.3 Εισερχόμενος Τουρισμός στην Ελλάδα και Ανταγωνισμός.....	22
1.3.1 Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού .....	23
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> : Γνωρίζοντας την Ρωσική Ομοσπονδία .....	30
2.1 Γεωγραφία .....	30
2.2 Δημογραφία .....	32
2.3 Κουλτούρα .....	34
2.4 Εθνικές ομάδες και γλώσσες.....	35
2.5 Ιστορία.....	37
2.6 Διακυβέρνηση-Σύνταγμα.....	43
2.7 Ελληνισμός στην Ρωσία .....	45
2.8 Οικονομία.....	47
2.8.1 Οικονομικές σχέσεις της Ρωσικής Ομοσπονδίας με Διεθνείς Φορείς.....	50
2.9 Οικονομικές σχέσεις Ελλάδας Ρωσίας.....	52
2.9.1 Διμερείς Εμπορικές Σχέσεις .....	52
2.9.2 Οικονομική συνεργασία Ελλάδας-Ρωσίας .....	57

Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> : Εισερχόμενος Ρωσικός Τουρισμός.....	62
3.1 Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism) από Ρωσία .....	62
3.1.1 Προφίλ Ρώσου τουρίστα .....	67
3.1.2 Κατανοώντας την αγορά της Ρωσίας.....	74
3.1.3 Ο τουρισμός πολυτελείας της Ρωσίας.....	76
3.2 Η χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους Ρώσους τουρίστες.....	79
3.3 Η γνωριμία με τους Ρώσους tour operator και ο ρόλος τους στην προσέλκυση Ρώσων τουριστών.....	83
Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> : Ανάλυση Χρονοσειρών-Προβλέψεις.....	97
4.1 Θεωρία Χρονοσειράς.....	97
4.2 Μέθοδοι Πρόβλεψης-Ανάλυση της μεθόδου που χρησιμοποιείται.....	99
4.3 Μοντέλα Σύνδεσης των Συνιστωσών μιας Χρονοσειράς.....	99
4.4 Μεθοδολογία Κλασσικής Ανάλυσης Χρονοσειράς.....	100
4.5 Η προσέγγιση Box-Jenkins.....	101
4.6 Προβλέψεις Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα.....	104
Συμπεράσματα-Προτάσεις .....	110
Βιβλιογραφία.....	112
Παράρτημα .....	115

## Κατάσταση Πινάκων

<b>Πίνακας 1:</b> Οι δέκα δημοφιλέστεροι προορισμοί στην Ευρώπη για το 2017 και σύγκριση με το 2016.....	11
<b>Πίνακας 2:</b> Βασικά Μεγέθη του Παγκόσμιου Τουρισμού (2017-2028).....	12
<b>Πίνακας 3:</b> Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (2017-2028).....	13
<b>Πίνακας 4:</b> Παράδειγμα πρότασης για την ανάδειξη του πολιτισμικού και θρησκευτικού προϊόντος.....	20
<b>Πίνακας 5:</b> Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα 2016-2017 (σε χιλ.).....	26
<b>Πίνακας 6:</b> Μεριδία αγοράς ανά κύρια αγορά της Ελλάδας 2016-2017.....	26
<b>Πίνακας 7:</b> Σκοπός ταξιδιού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά διαφορές 2016 - 2017 (σε χιλ.).....	27
<b>Πίνακας 8:</b> Τύπος διακοπών στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, διαφορές 2016 - 2017 (σε χιλ.).....	29
<b>Πίνακας 9:</b> Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης πληθυσμού της Ρωσίας.....	32
<b>Πίνακας 10:</b> Μακροοικονομικά Μεγέθη Ρωσικής Ομοσπονδίας (2016-2018).....	47

<b>Πίνακας 11:</b> Διμερές Εμπόριο Ελλάδας Ρωσίας .....	53
<b>Πίνακας 12:</b> Προϊόντα με την υψηλότερη αξία εξαγωγών (Εξαγωγές στην Ρωσική Ομοσπονδία) .....	54
<b>Πίνακας 13:</b> Προϊόντα με την υψηλότερη αξία εισαγωγών (Εισαγωγές από την Ρωσική Ομοσπονδία) .....	54
<b>Πίνακας 14:</b> Κύριες Ελληνικές Εξαγωγές προς την Ρωσική Ομοσπονδία (2018/2013)	56
<b>Πίνακας 15:</b> Στοιχεία Τουριστικών Υπηρεσιών.....	57
<b>Πίνακας 16:</b> Ελληνικές Επενδύσεις προς τη Ρωσική Ομοσπονδία (Ποσά: εκ. \$ ΗΠΑ)	58
<b>Πίνακας 17:</b> Επενδύσεις Ρωσικής Ομοσπονδίας στην Ελλάδα (Ποσά: εκ. \$ ΗΠΑ).....	59
<b>Πίνακας 18:</b> Ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστικών ταξιδιών ρωσικών πολιτών σε ξένες χώρες το 2017 σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2016.....	65
<b>Πίνακας 19:</b> Αναχωρήσεις Ρώσων Τουριστών από το έτος 2005 έως 2016 .....	67
<b>Πίνακας 20:</b> Το κατά κεφαλήν εισόδημα των Ρώσων από το έτος 2016 έως 2017 .....	68
<b>Πίνακας 21:</b> Τουριστική δαπάνη Ρώσων τουριστών από το έτος 2005 έως 2017 .....	70
<b>Πίνακας 22:</b> Κριτήρια για την επιλογή χωρών ανά ηλικιακή ομάδα .....	73
<b>Πίνακας 23:</b> Σκοπός επίσκεψης Ρώσων τουριστών στις 5 κορυφαίες χώρες .....	74
<b>Πίνακας 24:</b> Περίληψη Μοντέλου ARIMA.....	106
<b>Πίνακας 25:</b> Αξιολόγηση του Μοντέλου ως προς την προβλεψιμότητα .....	107
<b>Πίνακας 26:</b> Εκτιμώμενα Στατιστικά Μεγέθη όλων των Μοντέλων.... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>Πίνακας 27:</b> Προβλέψεις αφίξεων Ρώσων Τουριστών στην Ελλάδα.....	108
<b>Πίνακας 28:</b> Σύγκριση αφίξεων .....	109

## Κατάσταση Διαγραμμάτων

<b>Διάγραμμα 1:</b> Προβλέψεις διεθνών αφίξεων τουριστών από το 1950 έως το 2020.....	6
<b>Διάγραμμα 2:</b> Αναχωρήσεις Ρώσων Τουριστών από το έτος 1995 έως 2016 .....	68
<b>Διάγραμμα 3:</b> Το κατά κεφαλήν εισόδημα των Ρώσων από το έτος 1989 έως 2017 ...	69
<b>Διάγραμμα 4:</b> Η διεύθυνση του κοινωνικού δικτύου στη Ρωσία από το 4ο τρίμηνο του 2017.....	81

## Περίληψη

Το αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι ο εισερχόμενος τουρισμός από την Ρωσία και η πρόβλεψη των αφίξεων για τα έτη 2018-2019. Η Ρωσία και η Ελλάδα είναι δύο χώρες με έντονη σχέση σε όλους τους τομείς. Μακροπρόθεσμος στόχος είναι η ισχυροποίηση των μεταξύ τους δεσμών και συγκεκριμένα η προσέγγιση περισσότερων Ρώσων τουριστών στην χώρα μας.

Το πρώτο κεφάλαιο ξεκινάει με την ανάλυση της έννοιας του τουρισμού μέσα από ορισμούς και στη συνέχεια, με την αναφορά σε διακρίσεις και μορφές του τουρισμού, έτσι διαμορφώνεται μια συνολική εικόνα, η οποία μας επιτρέπει να προχωρήσουμε στην ανάλυση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας. Στο συγκεκριμένο σημείο γίνεται αναφορά στα τουριστικά προϊόντα: «Ήλιος και Θάλασσα», «City Break» και «Πολιτισμός και Θρησκεία», αλλά και ποιες είναι οι προοπτικές τους. Τέλος, η αναφορά των ανταγωνιστών της Ελλάδας στον τουριστικό τομέα εξυπηρετεί την όσο το δυνατόν καλύτερη προσέγγιση της εικόνας που προσφέρουμε στην τουριστική βιομηχανία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο ξεκινάει μια πρώτη γνωριμία με την Ρωσία, καθώς γίνεται αναφορά σε διάφορα χαρακτηριστικά της χώρας όπως η οικονομία, η γεωγραφία, η κοινωνία και άλλα συστατικά που συνθέτουν την έννοια της χώρας. Η ιστορία καταλαμβάνει σημαντικό κομμάτι στην γνωριμία με την χώρα, όπως και η κουλτούρα. Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, επίσης, γίνεται αναφορά και στις οικονομικές Ελληνορωσικές σχέσεις, κυρίως στις εμπορικές και τις επενδυτικές σχέσεις.

Στο τρίτο κεφάλαιο η γνωριμία μεταφέρεται στον ίδιο τον Ρώσο τουρίστα. Η αναφορά σε ορισμένα γνωρίσματα που διαμορφώνουν το προφίλ του Ρώσου τουρίστα, ο διαχωρισμός ανάλογα με τον σκοπό του ταξιδιού και η ανάλυση του τουρισμού πολυτελείας, ως σύνηθες τουριστική δραστηριότητα, απαρτίζουν το συγκεκριμένο κεφάλαιο. Επιπροσθέτως, στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η σχέση των Ρώσων τουριστών με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και κατά πόσο συμβάλλουν στην διαμόρφωση του τουριστικού τους πακέτου. Τέλος, η γνωριμία εξελίσσεται με τους Ρώσους tour operator, οι οποίοι θεωρούνται από τα πιο βασικά κανάλια στο ρωσικό τουρισμό, και έπειτα αναλύεται ο ρόλος που διαδραματίζουν στην προσέλκυση Ρώσων τουριστών μέσω του ετήσιου προγράμματος πτήσεων προς την Ελλάδα.

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο της συγκεκριμένης εργασίας γίνεται μια σύντομη αναφορά στην θεωρία των χρονοσειρών. Έπειτα ακολουθεί μέσω του στατιστικού προγράμματος “Statgraphics”, η προσπάθεια εξαγωγής προβλέψεων για τις αφίξεις Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα για τα έτη 2018 και 2019.

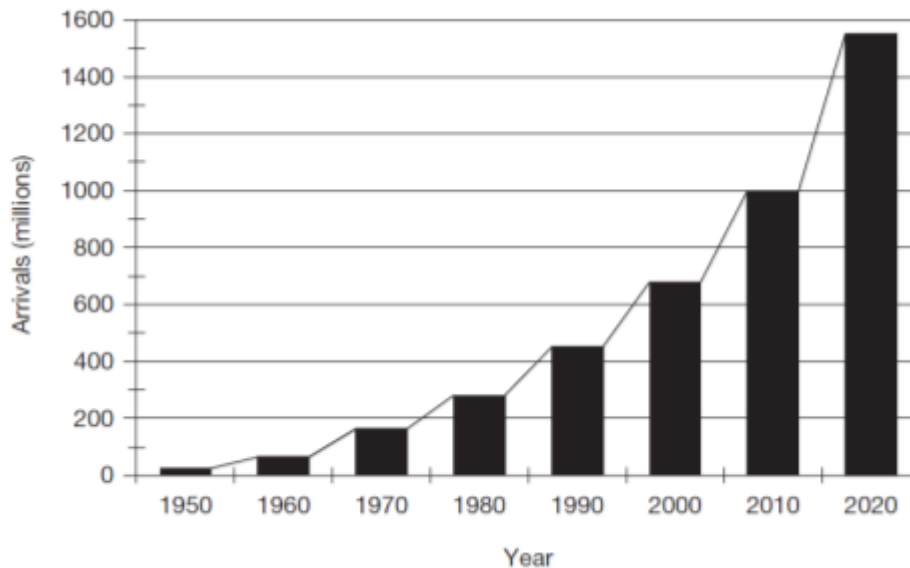
# Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Εισαγωγή

## 1.1 Ανάλυση Έννοιας Τουρισμού

### 1.1.1 Ορισμοί Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και ακόμα πιο μεγάλη πηγή εσόδων για τις τουριστικές χώρες. Έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες προκειμένου να αποδοθεί, όσο το δυνατόν καλύτερα, η έννοια του τουρισμού σε έναν ορισμό και για αυτό αν ανατρέξει κανείς στην βιβλιογραφία θα ανακαλύψει μια πληθώρα ορισμών. Επειδή, λοιπόν, κανένας ορισμός δεν θεωρείται ικανός να αποδώσει πλήρως την πολυσχιδής σημασία του τουρισμού, παρακάτω παρατίθενται οι πιο αντιπροσωπευτικοί, οι οποίοι σε συνδυασμό μπορούν να διαμορφώσουν μια ξεκάθαρη εικόνα για τον τουρισμό.

**Διάγραμμα 1:** Προβλέψεις διεθνών αφίξεων τουριστών από το 1950 έως το 2020



Πηγή: WTO, World Tourism Organization

Η αρχή θα γίνει με τον πρώτο ευρέως αποδεκτό ορισμό για τον τουρισμό, ο οποίος δημοσιεύθηκε το 1942 από τους Hunziker & Krapf στο έργο τους «Outline of the General

Teaching of Tourism» (Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre), το οποίο έγινε το πρότυπο έργο για βασική έρευνα στον τουρισμό. Αυτολεξεί ο ορισμός αναφέρει: «Ο τουρισμός είναι το άθροισμα των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με οποιαδήποτε δραστηριότητα κερδοσκοπικού χαρακτήρα.»<sup>1</sup>

Ο Neil Leiper, ένας σημαντικός τουριστικός επιστήμονας, θεωρεί το φαινόμενο του τουρισμού ως ένα σύστημα, το οποίο λειτουργεί σε διάφορα περιβάλλοντα. Έτσι το 1979 προτείνει το μοντέλο του τουριστικού συστήματος, το οποίο εμπεριέχει πέντε στοιχεία: 1) τουλάχιστον έναν τουρίστα, 2) ένας τόπος όπου ξεκινούν και τελειώνουν ταξίδια, 3) τουλάχιστον έναν τουριστικό προορισμό, 4) τουλάχιστον μια διαδρομή και 5) τουλάχιστον μια τουριστική βιομηχανία<sup>2</sup>.

Το 1982 οι Mathieson & Wall δημιουργούν ένα παραδοσιακό ορισμό για τον τουρισμό, ο οποίος περιλαμβάνει τη μετακίνηση ανθρώπων προς προορισμούς μακριά από τη συνήθη κατοικία ή τους χώρους εργασίας τους και την παροχή εγκαταστάσεων που δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες που προκύπτουν κατά τη διάρκεια αυτού του ταξιδιού<sup>3</sup>.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το 2002, διευρύνει με τον ορισμό της το πεδίο του τουρισμού ορίζοντας το ως σύνολο δραστηριοτήτων που εκτελούνται από άτομα που ταξιδεύουν και παραμένουν σε μέρη έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον για όχι περισσότερο από ένα διαδοχικό έτος, για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς και άλλους σκοπούς.

Αναλογιζόμενοι τους παραπάνω ορισμούς προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα, τα οποία μπορούν να θεωρηθούν και ως τα κύρια χαρακτηριστικά για την ολοκληρωμένη εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε

---

<sup>1</sup> Licínio Cunha «The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry», σελ.: 101

<sup>2</sup> Cooper C, Fletcher J, Fyall, A Gilbert D and Wanhill S (2008) Tourism Principles and Practice 4th ed London: Prentice Hall, σελ.: 12

<sup>3</sup> Licínio Cunha «The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry», σελ.: 99



αυτούς για τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.

- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Στο σημείο αυτό θα ήταν εξαιρετικά σημαντικό να τονιστεί η οικονομική διάσταση του τουρισμού και οι πολλαπλές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας της χώρας, καθώς ο τουρισμός είναι και μια ιδιαίτερα διαμορφούμενη ιδιωτική κατανάλωση, σύμφωνα με τον ορισμό του κ. Ζαχαράτου, η οποία περιλαμβάνει τόσο τη συμμετοχή όλων σχεδόν των κλάδων της παραγωγικής διαδικασίας, όσο και των τομέων του κράτους και της κοινωνίας σε μια εθνική οικονομία υποδοχής. Απόρροια του παραπάνω ορισμού είναι η ανάγκη για την δημιουργία πολιτικής συντονισμού και συμβολής στην τουριστική ανάπτυξη.

#### 1.1.2 Οι διακρίσεις του τουρισμού

Παρακάτω θα γίνει αναφορά στις διακρίσεις του τουρισμού με βάση την προέλευση, σύμφωνα με την οποία η τουριστική δραστηριότητα κάθε χώρας μπορεί να έχει τις εξής τρεις μορφές:

- *Εγχώριος Τουρισμός* (Domestic Tourism): στην περίπτωση αυτή οι κάτοικοι της χώρας ταξιδεύουν εντός αυτής.
- *Εξερχόμενος Τουρισμός* (Outbound Tourism): στην περίπτωση αυτή οι κάτοικοι της χώρας ταξιδεύουν σε κάποια άλλη χώρα.

- *Εισερχόμενος Τουρισμός* (Inbound Tourism): στην περίπτωση αυτή οι κάτοικοι μιας άλλης χώρας επισκέπτονται τη χώρα αυτή.

Οι συγκεκριμένες τρεις διακρίσεις τουριστικής δραστηριότητας μπορούν να συνδυαστούν μεταξύ τους και να σχηματίσουν τις ακόλουθες κατηγορίες τουρισμού:

- *Διεθνής Τουρισμός* (International Tourism): σύνολο εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού.
- *Εσωτερικός Τουρισμός* (Internal Tourism): σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού.
- *Εθνικός Τουρισμός* (National Tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

Οι διακρίσεις του τουρισμού επιτρέπουν μια αποτελεσματικότερη οργάνωση στην προσπάθεια συντονισμένης δράσης για την τουριστική ανάπτυξη, και αυτό συμβαίνει διότι με τις κατηγοριοποιήσεις εξετάζεται καλύτερα και εκτενέστερα η ζήτηση και η προσφορά στον τουριστικό τομέα της εκάστοτε χώρας.

### 1.1.3 Μορφές Τουρισμού

Οι βασικές μορφές του τουρισμού είναι τρεις και μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε πολλές επιμέρους, αλλά στην προκειμένη φάση της εργασίας δεν θα επεκταθούμε περεταίρω:

- *Μαζικός Τουρισμός* (Mass Tourism): η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αποτελεί την παραδοσιακή και την πιο μεγάλη αγορά διακοπών, η οποία αγορά αναζητά την ξεκούραση και την χαλάρωση.
- *Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων* (Special Interest Tourism): η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αφορά ένα πλήθος μορφών τουρισμού και ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις των τουριστών γίνεται και η ανάλογη επιλογή (π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, συνεδριακός κ.λπ.)
- *Εναλλακτικός Τουρισμός* (Alternative Tourism): στην συγκεκριμένη περίπτωση οι τουρίστες επιδιώκουν έναν διαφορετικό τρόπο τουρισμού, που συνδέεται με την αιφόρο ανάπτυξη και στόχο έχει την προστασία του περιβάλλοντος, της

κουλτούρας του εκάστοτε προορισμού, καθώς και την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής.

Από τα παραπάνω γίνεται ευκόλως κατανοητό πως οι διάφορες μορφές τουρισμού σχετίζονται με τις ανάγκες και τα κίνητρα που κατευθύνουν το κάθε άτομο στον τουρισμό. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν είτε από υποχρέωση, δηλαδή πρέπει να πάνε κάπου για κάποιο λόγο, είτε γιατί επιθυμούν να βιώσουν κάποια εμπειρία, ή να χαλαρώσουν ή ακόμα και επειδή θέλουν να αποδράσουν από την καθημερινότητα<sup>4</sup>.

## 1.2 Ανάλυση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας











Ο τουρισμός θεωρείται ένας ανταγωνιστικός τομέας στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Επομένως, η κάθε χώρα οφείλει να αναπτύσσει ένα τουριστικό προϊόν, το οποίο να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών της, καθώς επίσης και να λαμβάνει υπόψη τις αλλαγές που προκύπτουν κυρίως λόγω της ραγδαίας εξέλιξης τα τεχνολογίας.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) η Ελλάδα κατατάσσεται στην όγδοη θέση ανάμεσα στους δέκα πρώτους προορισμούς στην Ευρώπη για το έτος 2017. Συγκεκριμένα για το έτος 2017 σημειώθηκαν πάνω από 670 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ευρώπη, εκ των οποίων οι 27.2 εκατομμύρια καταγράφηκαν στην Ελλάδα και σημειώθηκε αύξηση 9.7% συγκριτικά με το 2016.

---

<sup>4</sup> Cooper C, Fletcher J, Fyall, A Gilbert D and Wanhill S (2008) Tourism Principles and Practice 4th ed London: Prentice Hall, σελ.: 29

**Πίνακας 1:** Οι δέκα δημοφιλέστεροι προορισμοί στην Ευρώπη για το 2017 και σύγκριση με το 2016

Κατάταξη	Προορισμός	Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις (2017)	Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις (2016)	2016 → 2017 (%)
1	 Γαλλία	86.9 εκατ.	82.7 εκατ.	5.1
2	 Ισπανία	81.8 εκατ.	75.3 εκατ.	8.6
3	 Ιταλία	58.3 εκατ.	52.4 εκατ.	11.2
4	 Ην. Βασίλειο	37.7 εκατ.	35.8 εκατ.	5.1
5	 Τουρκία	37.6 εκατ.	30.3 εκατ.	24.1
6	 Γερμανία	37.5 εκατ.	35.6 εκατ.	5.2
7	 Αυστρία	29.5 εκατ.	28.1 εκατ.	4.8
8	 Ελλάδα	27.2 εκατ.	24.8 εκατ.	9.7
9	 Ρωσία	24.4 εκατ.	24.6 εκατ.	0.7
10	 Πορτογαλία	21.2 εκατ.	18.2 εκατ.	16.5

Πηγή: WTO, World Tourism Organization

### 1.2.1 Βασικά μεγέθη παγκόσμιου και ελληνικού τουρισμού<sup>5</sup>

Προκειμένου, όμως, να γίνει πλήρως κατανοητή η θέση της Ελλάδας στον τουριστικό τομέα, ο οποίος αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα για πολλές χώρες, ιδιαίτερα χρήσιμη είναι η αναφορά στα βασικά μεγέθη του τουρισμού παγκοσμίως και έπειτα συγκεκριμένα για την Ελλάδα για το έτος 2017 και με προβλέψεις για τα έτη 2018 και 2028.

<sup>5</sup><https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/>

Τα βασικά μεγέθη για τα οποία θα γίνει λόγος είναι:

- Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ, η οποία αντικατοπτρίζει τις εσωτερικές δαπάνες για τον τουρισμό και τις δαπάνες της κυβέρνησης για υπηρεσίες τουρισμού.
- Η συνολική συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ αφορά τις έμμεσες και επαγόμενες επιπτώσεις στην οικονομία.
- Άμεσες θέσεις εργασίας, δηλαδή θέσεις σε ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, ταξιδιωτικά πρακτορεία κ.λπ., καθώς και σε δραστηριότητες που υποστηρίζονται άμεσα από τους τουρίστες.
- Συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση.
- Εξαγωγές επισκεπτών, δηλαδή τα χρήματα που ξοδεύουν οι ξένοι επισκέπτες σε μια χώρα.
- Επενδύσεις, τα κεφάλαια που έχει προσελκύσει ο τουρισμός.

Αναφορικά με τον παγκόσμιο τουρισμό η άμεση συμβολή του στο ΑΕΠ ανήλθε στα 2.570,1 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ (3.2% του συνολικού ΑΕΠ) το 2017 και προβλέπεται να αυξηθεί ετησίως από το 2018-2028 κατά 3.8%. Η συνολική συμβολή, όπως προαναφέρθηκε, ανήλθε στα 10.4% του ΑΕΠ, δηλαδή 8,272 δις. δολάρια και προβλέπεται ετήσια αύξηση κατά 3.8% έως το 2028. Οι άμεσες θέσεις που δημιουργήθηκαν από τον τουρισμό το 2017 ανήλθαν στις 118.454.000 και προβλέπεται να αυξηθούν κατά 2,4% το 2018. Η συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση ήταν 313.221.000 θέσεις εργασίας, δηλαδή 9.9% της συνολικής απασχόλησης και προβλέπεται να αυξηθεί κατά 3.0% το 2018. Όσον αφορά τις εξαγωγές επισκεπτών συγκεντρώθηκαν 1.494,2 δις. δολάρια, ενώ οι επενδύσεις ανήλθαν στα 882,4 δις. δολάρια και αναμένεται το 2028 να φτάσουν τα 1.408,3 δις. δολάρια.

**Πίνακας 2: Βασικά Μεγέθη του Παγκόσμιου Τουρισμού (2017-2028)**

Παγκόσμιος Τουρισμός	2017 USDbn	2017 % of total	2018 Growth	USDbn	2028 % of total	Growth
<b>Άμεση συμβολή στο ΑΕΠ</b>	2,570.1	3.2	4.0	3,890.0	3.6	3.8
<b>Συνολική συμβολή στο ΑΕΠ</b>	8,272.3	10.4	4.0	12,450.1	11.7	3.8

<b>Άμεση συμβολή στην απασχόληση</b>	118,454	3.8	2.4	150,139	4.2	2.2
<b>Συνολική συμβολή στην απασχόληση</b>	313,221	9.9	3.0	413,556	11.6	2.5
<b>Εξαγωγές επισκεπτών</b>	1,494.2	6.5	3.9	2,311.4	6.9	4.1
<b>Επενδύσεις</b>	882.4	4.5	4.8	1,408.3	5.1	4.3

Πηγή: WTTC, World Travel & Tourism Council

Τα αντίστοιχα βασικά μεγέθη για την Ελλάδα έχουν ως εξής, η άμεση συμβολή στο ΑΕΠ ανήλθε σε 14.3 δις ευρώ, δηλαδή 8.0% του συνολικού ΑΕΠ και προβλέπεται να αυξηθεί κατά 5.6% το 2018 και κατά 3.5% ετησίως μέχρι το 2028 σε 21,3 δις ευρώ. Το ίδιο έτος η συνολική συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν 35,0 δις ευρώ, δηλαδή το 19.7% του ΑΕΠ και προβλέπεται να αυξηθεί κατά 5.3% το 2018, φτάνοντας 22.7% του ΑΕΠ το 2028. Όσον αφορά την άμεση συμβολή στην απασχόληση, ο τουρισμός στην Ελλάδα υποστήριξε 459.000 θέσεις εργασίας, το 2028 αναμένεται να φτάσουν τις 592.000 με 2.1% ετήσια αύξηση. Η συνολική συμβολή επίσης είναι αξιοσημείωτη με 934.500 θέσεις εργασίας, οι οποίες επρόκειτο να φτάσουν τις 1.266.000 το 2028 με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 2,5%. Οι εξαγωγές επισκεπτών δημιούργησαν 17,1 δις ευρώ, δηλαδή το 28.4% των συνολικών εξαγωγών και για το 2028 προβλέπεται να φτάσει το 28.9% του συνόλου. Τέλος, οι επενδύσεις στην Ελλάδα στον τομέα του τουρισμού ανήλθαν σε 3,1 δις ευρώ, δηλαδή 15.9% της συνολικής επένδυσης και το 2028 προβλέπεται να φτάσει το 17.4% του συνόλου.

**Πίνακας 3: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (2017-2028)**

<b>Αφίξεις μη κατοίκων</b>	27,2 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
<b>Μέση κατά κεφαλή δαπάνη</b>	522 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
<b>Μερίδιο Αγοράς (2017)</b>	2% Παγκόσμια, 4% Ευρώπη
<b>Εποχικότητα</b>	57,3% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
<b>Συγκέντρωση Προσφοράς</b>	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
<b>Ξενοδοχειακή Υποδομή</b>	9.783 ξενοδοχεία / 806.045 κλίνες [ΞΕΕ]

Ελλάδα	2017 USDbn	2017 % of total	2018 Growth	USDbn	2028 % of total	Growth
Άμεση συμβολή στο ΑΕΠ	14.3	8.0	5.6	24.1	9.1	3.5
Συνολική συμβολή στο ΑΕΠ	39.7	19.7	5.3	59.9	22.7	3.8
Άμεση συμβολή στην απασχόληση	459	12.2	5.2	592	13.3	2.1
Συνολική συμβολή στην απασχόληση	934	24.8	5.6	1,266	28.5	2.5
Εξαγωγές επισκεπτών	19.5	28.4	5.1	31.9	28.9	4.5
Επενδύσεις	3.5	15.9	3.6	6.2	17.4	5.5

Πηγή: WTTC, World Travel & Tourism Council

### 1.2.2 Οι βασικές «προϊοντικές» αγορές του ελληνικού τουρισμού<sup>6</sup>

Στο προηγούμενο υποκεφάλαιο έγινε αναφορά στα βασικά μεγέθη του παγκόσμιου και ελληνικού τουρισμού. Η αναφορά αυτή θα αποτελέσει αρωγό στην προσπάθεια της πλήρους κατανόησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Σύμφωνα με το Στρατηγικό Σχέδιο για τον Τουρισμό του ΣΕΤΕ («Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021») έχουν εντοπισθεί τρεις προϊοντικές αγορές πάνω στις οποίες θα εκτυλιχθεί ο ελληνικός τουρισμός. Στο σημείο αυτό, εκτός από τις συγκεκριμένες αγορές, θα αναλυθούν και τα προφίλ των τουριστών που αποτελούν τον εισερχόμενο τουρισμό της Ελλάδας.

Η πρώτη βασική προϊοντική αγορά είναι η «Ήλιος και Θάλασσα» (H&Θ) καταλαμβάνει το 60,1% του εισερχόμενου τουρισμού. Συνολικά στην Ελλάδα ο εισερχόμενος τουρισμός H&Θ ανέρχεται στα 9.429 ταξίδια, 100.890 διανυκτερεύσεις και 9.966.453 ευρώ σε δαπάνη. Το μεγαλύτερο μερίδιο τουριστών μπορεί να προέρχεται από την Ευρώπη (95%), όμως και η Ρωσία συμβάλλει δραστικά στην ανοδική διαμόρφωση της

<sup>6</sup> Δρ. Άρης Ίκκος Σεραφείμ Κουτσός (Οκτώβριος 2015) «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», ΙΝΣΕΤΕ

συνολικής καταναλωτικής δαπάνης στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα ο αριθμός ταξιδιών από Ρωσία αποτελεί το 11% του συνόλου, στις διανυκτερεύσεις αντιπροσωπεύει το 13% και στην δαπάνη στο 14% επί του συνόλου. Επομένως η Ρωσία είναι μια εκ των σημαντικότερων αγορών μαζί με την Γερμανία και το Ην. Βασίλειο. Παρακάτω αναλύεται εκτενέστερα η συγκεκριμένη αγορά:

- Στην προσπάθεια να αναλυθεί η αγορά Η&Θ πρέπει να προσδιοριστούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών. Σύμφωνα, λοιπόν, με την μελέτη οι γυναίκες υπερτερούν των ανδρών. Οι ηλικιακές ομάδες που προτιμούν το Η&Θ κυμαίνονται από 25-64 ετών, το 57% που έρχεται στην Ελλάδα υπάγεται στο ανώτερο οικογενειακό εισόδημα και το 54% έχει ανώτερο επίπεδο μόρφωσης.
- Στις διανυκτερεύσεις η Ελλάδα με μέσο όρο 10,7 ξεπερνά την Ευρώπη που έχει 10,3. Το 29% του συνόλου προτιμάει να διανυκτερεύσει στην Ελλάδα 12 με 15 νύχτες. Όσον αφορά την συνολική δαπάνη ανά ταξίδι ανέρχεται στα 1.057€, ενώ ανά ημέρα στα 99€.
- Αναφορικά με τον προορισμό η Κρήτη φαίνεται να είναι η καλύτερη επιλογή καθώς κατέχει και το μεγαλύτερο ποσοστό 27%, ακολουθούμενη από τα Νησιά του Αιγαίου με ποσοστό 20%.
- Η γνώση της Off-line συμπεριφοράς διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος, καθώς επιτρέπει μια πιο αποτελεσματική στόχευση. Έτσι, λοιπόν, οι τουρίστες του Η&Θ και συγκεκριμένα το 78% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο ως κύρια πηγή αναζήτησης, αλλά και κράτησης, καθώς το 62% κάνει online κράτηση και το 42% σε διάστημα ενός μήνα από την προκαθορισμένη ημέρα αναχώρησης.
- Ολοκληρώνοντας την περιγραφή της πιο σημαντικής προϊόντικης αγοράς για τον τουρισμό της Ελλάδας είναι σημαντικό να αναφερθεί ο σκοπός για τον οποίο γίνεται το ταξίδι. Οι πιο σημαντικοί λόγοι είναι πέντε, η χαλάρωση (82%), η ηλιοθεραπεία (76%), το κολύμπι (74%), το φαγητό και το ποτό (56%) και η εξερεύνηση των τοπίων (47%).

Η δεύτερη προϊόντική αγορά είναι το «*City Break*» (CB). Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον Ευρωπαϊκό τουρισμό City Break ανέρχεται στο 1.1% των ταξιδιών, 1.6% των διανυκτερεύσεων και 1.7% της δαπάνης. Σχετικά με το Η&Θ η παρούσα αγορά αντιπροσωπεύεται από ένα μικρότερο αριθμό εισερχόμενων τουριστών. Οι χώρες που έχουν μερίδιο αγοράς στον εισερχόμενο τουρισμό CB στην Ελλάδα είναι η Γαλλία, η



Ιταλία, το Ην. Βασίλειο, η Ρωσία και η Γερμανία. Στην συνέχεια θα γίνει αναφορά στα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του CB:

- Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά παρατηρείται πως οι γυναίκες είναι περισσότερες από τη Ρωσία και την Ιταλία, ενώ οι άνδρες υπερτερούν από το Ην. Βασίλειο, τη Γαλλία και τη Γερμανία. Αναφορικά με την ηλικία το 80% είναι 25-64 ετών, το 53% είναι ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος και 72% έχει υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης.
- Οι διακοπές CB στην Ελλάδα, σύμφωνα με την μεθοδολογία της IPK, συνδυάζονται με κάποιας άλλης μορφής ταξίδι, για αυτό και η μεγαλύτερη συχνότητα διανυκτέρευσης (40%) παρατηρείται στις 4 με 7 νύχτες. Αναφορικά με την συνολική δαπάνη ανά ταξίδι είναι 1.225€, ενώ ανά ημέρα 141€.
- Για το City Break δεν θα μπορούσε να είναι άλλος ο πιο δημοφιλής προορισμός από την Αθήνα, η οποία έχει το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεψιμότητας (65%).
- Το κύριο μέσο ενημέρωσης είναι το διαδίκτυο και ακολουθεί το ταξιδιωτικό γραφείο. Μια σημαντική πληροφορία είναι πως το 95% των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές CB έχουν κάνει προκράτηση, 74% έχει κάνει κράτηση online και το 47% πραγματοποιεί την κράτηση ένα μήνα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού.
- Τέλος, οι βασικές δραστηριότητες που περιλαμβάνει ο τουρισμός CB είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα και μουσεία (70%), η χαλάρωση (60%) και τα ψώνια (40%). Σημαντικό είναι να σημειωθούν τα υψηλά ποσοστά των Ιταλών και των Ρώσων (100%) στην επίσκεψη μουσείων και των Γερμανών (75%) στα ψώνια, ενώ το οι ίδιοι φαίνεται να μην ενδιαφέρονται καθόλου (0%) για την επίσκεψη σε μουσεία.

Ο «Πολιτισμός και Θρησκεία» (Π&Θ) αποτελεί την τελευταία προϊόντική αγορά, η οποία, παρά την έντονη παρουσία στην χώρα μας των θρησκευτικών και πολιτισμικών πόρων, διατηρεί χαμηλό μερίδιο αγοράς, 2.4% σε ταξίδια, 2.9% σε διανυκτερεύσεις και 2.2% σε δαπάνη. Το συγκεκριμένο είδος αγοράς έχει απήχηση περισσότερο σε χώρες εκτός Ευρώπης με το μερίδιο αγοράς των εκτός Ευρώπης επισκεπτών στην Ελλάδα για Π&Θ ανέρχεται σε 29.3% των ταξιδιών, 25.7% των διανυκτερεύσεων και 45.5% της δαπάνης. Τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης αγοράς αναλύονται παρακάτω:

- Σύμφωνα με τα δημογραφικά το γυναικείο φύλο υπερτερεί έναντι του ανδρικού και αναφορικά με την ηλικία παρατηρείται μια ευρεία κατανομή σε όλα τα ηλικιακά επίπεδα. Και σε αυτή την περίπτωση τα ποσοστά των επισκεπτών με ανώτερο

οικογενειακό εισόδημα και ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης είναι υψηλά (55% και 69% αντίστοιχα).

- Για την διάρκεια του ταξιδιού το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών (39%) προτιμάει 4 με 7 νύχτες με την Γερμανία, τη Βουλγαρία και τη Σκανδιναβία να εστιάζουν περισσότερο, ενώ οι υπόλοιπες αγορές είναι ισομερώς κατανομημένες σε διάφορες επιλογές διανυκτέρευσης. Σε σχέση με την τουριστική δαπάνη, παρατηρούμε ότι στο σύνολο της αγοράς εισερχόμενου τουρισμού Π&Θ στην Ελλάδα, η δαπάνη ανά ταξίδι είναι € 1.106, ενώ ανά ημέρα είναι € 114.
- Όπως ακριβώς και στο CB, έτσι εδώ ο δημοφιλέστερος προορισμός είναι η Αθήνα με ποσοστό 33%.
- Σημαντικό ρόλο για την ενημέρωση των επισκεπτών Π&Θ στην Ελλάδα διαδραματίζει, σαφώς, το διαδίκτυο, αλλά και το ταξιδιωτικό γραφείο. Βέβαια, το 57% από την Τουρκία και το 33% από Βουλγαρία εμπιστεύεται τους φίλους/συγγενείς. Οι κρατήσεις μέσω διαδικτύου ανέρχονται στο 60% και το 57% των τουριστών κάνουν κράτηση ένα μήνα πριν το ταξίδι.
- Σημαντικό κομμάτι στον τουρισμό Π&Θ αποτελεί η επίσκεψη στα αξιοθέατα (72%), η επίσκεψη πόλεων (60%), καθώς και η χαλάρωση (51%).

### 1.2.3 Συμπεράσματα και προτάσεις

Το τουριστικό προϊόν που υπερισχύει στην Ελλάδα είναι το «H&Θ», το οποίο καλύπτει το 60.1% του εισερχόμενου τουρισμού. Αντίθετα τα άλλα δύο τουριστικά προϊόντα «CB» και «Π&Θ» δεν καταλαμβάνουν σημαντική θέση στην χώρα μας, καθώς καλύπτουν το 4.7% και το 13.4% του εισερχόμενου τουρισμού αντίστοιχα. Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν μια υπερβολική εξάρτηση του τουρισμού της Ελλάδας από το πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Επιπροσθέτως, ο έντονα εποχικός τουρισμός, με ένταση στους θερινούς μήνες, προκαλεί εξάντληση του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού. Η εξάρτηση, λοιπόν, από το εποχικό προϊόν «H&Θ» δεν θα πρέπει να αποτελεί τροχοπέδη στην ανάλυση και ανάπτυξη των δύο υπόλοιπων προϊόντων, τα οποία έχουν αρκετές δυνατότητες να εξελιχθούν και να προσφέρουν στον τουρισμό της Ελλάδας.

Βέβαια πριν γίνει αναφορά στον τρόπο συμβολής των δύο προϊόντων στον τομέα του τουρισμού είναι ιδιαίτερα χρήσιμο να προσδιοριστούν συνοπτικά τα βασικά

χαρακτηριστικά των προφίλ τους, προκειμένου να δημιουργηθούν πιο στοχευμένες προτάσεις.

Αρχικά, βάσει των δημογραφικών χαρακτηριστικών, παρατηρείται πως το 52% των γυναικών που επιλέγουν την Ελλάδα για τουριστικό προορισμό προτιμούν το «H&Θ» και το «CB», ενώ ένα χαμηλότερο ποσοστό, ύψους 48%, προτιμάει το «Π&Θ». Όσον αφορά τις ηλικιακές ομάδες, η Ελλάδα έχει πολύ λιγότερους νέους (15-24 ετών) συγκριτικά με την Ευρώπη στο «CB» και στο «Π&Θ», ενώ οι ηλικίες (25-64 ετών) εμφανίζουν και στα τρία προϊόντα μια ιδιαίτερη προτίμηση στην χώρα μας. Οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι ανώτερου εισοδηματικού και μορφωτικού επιπέδου, βέβαια υπάρχουν και ορισμένες διαφοροποιήσεις, για παράδειγμα στο «H&Θ» το 79% των Ρώσων επισκεπτών έχουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης, σε αντίθεση με τους Βρετανούς (19%) και τους Γάλλους (21%) που έχουν κατώτερο επίπεδο μόρφωσης. Στο «CB» και «Π&Θ» η εικόνα για το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο παρατηρείται ενιαία και σταθερή, με υψηλά ποσοστά.

Όσον αφορά τον οικονομικό τομέα, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα για το «H&Θ» και το «CB» εμφανίζεται ακριβότερος σε σχέση με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο (4% και 56% ακριβότερος αντίστοιχα). Αυτό οφείλεται στην μεγαλύτερη διάρκεια των ταξιδιών στην Ελλάδα. Αντίθετα, ο εισερχόμενος τουρισμός για το τουριστικό προϊόν «Π&Θ» είναι κατά 12% φθηνότερος συγκριτικά με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο. Η δαπάνη ανά ταξίδι στην Ελλάδα αυξάνεται σημαντικά και στις τρεις προαναφερθείσες προϊόντικές αγορές (σε 1.057€, 1.225€ και 1.106€ αντίστοιχα για «H&Θ», «CB» και «Π&Θ») συμπεριλαμβανομένου και του εισερχόμενου τουρισμού από μη Ευρωπαϊκές χώρες. Αντίστοιχα αυξάνεται και ο μέσος όρος της ημερήσιας δαπάνης σε 99€, 141€ και 114€ αντίστοιχα. Αυτό συμβαίνει διότι οι τουρίστες στην Ελλάδα που προέρχονται από χώρες εκτός Ευρώπης έχουν σημαντικά υψηλότερη δαπάνη τόσο ανά ταξίδι, όσο και ανά ημέρα (1.942€ / 221€ για «H&Θ», 2.289€ / 231€ για «CB» και 1.718€ και 202€ για «Π&Θ»).

Το μέσο που χρησιμοποιείται, κυρίως για αναζήτηση και κράτηση, είναι το διαδίκτυο, γεγονός που αιτιολογείται από τα υψηλά ποσοστά, 77% έως 82% των επισκεπτών στην χώρα μας εμπιστεύονται το διαδίκτυο για να οργανώσουν το ταξίδι τους. Βέβαια, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και το ταξιδιωτικό γραφείο τόσο στην πληροφόρηση (42%), όσο και στην κράτηση (34% έως 39%). Επομένως, για την Ελλάδα ναί μεν είναι

σημαντική η συμβολή του διαδικτύου στη προσέλκυση επισκεπτών, αλλά και το ταξιδιωτικό γραφείο θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στην προσπάθεια προώθησης του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας.

Τέλος, θα γίνει αναφορά στις κύριες δραστηριότητες των επισκεπτών στην Ελλάδα ανά τουριστικό προϊόν. Οι επισκέπτες «H&Θ» προτιμούν κυρίως τη χαλάρωση (82%), την ηλιοθεραπεία (76%) και το κολύμπι (74%). Ακολουθούν η γαστρονομία (56%), η απόλαυση του τοπίου και της φύσης (47%), και οι επισκέψεις σε αξιοθέατα και εκδρομές (44%). Οι επισκέπτες «CB» ενδιαφέρονται για επίσκεψη σε αξιοθέατα (70%), απόλαυση της πόλης (66%), γαστρονομία (52%) και έπειτα για επισκέψεις σε μουσεία (48%) και ψώνια (40%). Οι επισκέπτες «Π&Θ» ταιριάζουν ως ένα βαθμό με τους αντίστοιχους «CB» καθώς τα ποσοστά τους για επισκέψεις σε αξιοθέατα (72%) και στις πόλεις (60%) είναι αρκετά κοντά. Ακολουθούν η εξερεύνηση του τοπίου (56%), η χαλάρωση (51%), οι επισκέψεις σε μουσεία, εκθέσεις (38%) και η γαστρονομία (37%).

Η ανάγκη για την ανάδειξη των αξιοθέατων και των τοπίων της χώρας μας, καθώς και για την διαμόρφωση μιας αποτελεσματικότερης στρατηγικής προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και τους χειμερινούς μήνες καθίσταται αναγκαία. Η διαπίστωση πως τα προϊόντα «CB» και «Π&Θ» είναι σε μειονεκτική θέση έναντι του «H&Θ» δημιουργεί την προϋπόθεση για περαιτέρω ανάλυση των δύο αυτών προϊόντων, τα οποία έχουν να προσφέρουν εξίσου σημαντικά οφέλη στον ελληνικό τουρισμό.

Συγκεκριμένα το τουριστικό προϊόν «Π&Θ» έχει δυνατότητες ανάπτυξης στην χώρα μας αν αναλογιστεί κανείς πως ο παγκόσμιος ετήσιος τζίρος του είναι στα 15€ δις., η Ελλάδα έχει όλες τις προϋποθέσεις να κερδίσει μεγάλο μερίδιο αγοράς. Πολλά μέρη στην Ελλάδα, όπως τα νησιά των Κυκλάδων, έχουν πλούσια θρησκευτική και πολιτισμική κληρονομιά, η οποία πρέπει να αξιοποιηθεί με τον αποτελεσματικότερο τρόπο. Δύο είναι οι κατευθύνσεις που θα πρέπει να ακολουθηθούν:

- Το προσκύνημα σε εκκλησίες, μοναστήρια και άλλους ιερούς χώρους.
- Τον θρησκευτικό-πολιτισμικό τουρισμό, στην περίπτωση αυτή μπορεί ένας θρησκευτικός χώρος να προβληθεί και για την πολιτισμική, ή και την αρχιτεκτονική του σημασία.

Στην προκειμένη περίπτωση θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν στο έπακρο τα πλούσια πολιτισμικά αποθέματα της χώρας κατά την χειμερινή περίοδο, ώστε να αλλάξει η διάρθρωση του τουρισμού και να αυξηθούν τα ποσοστά του «Π&Θ». Η κάθε πρόταση θα πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες για τη σύνθεση του ταξιδιού, τα πακέτα των διακοπών, τις κύριες δραστηριότητες και τις πηγές πληροφόρησης. Παρακάτω θα αναλυθεί ένα παράδειγμα για την Σαντορίνη και συγκεκριμένα μια πρόταση εκδρομής με θρησκευτικό-εκπαιδευτικό χαρακτήρα στον Προφήτη Ηλία:

**Πίνακας 4:** Παράδειγμα πρότασης για την ανάδειξη του πολιτισμικού και θρησκευτικού προϊόντος.

Εκπαιδευτική Εκδρομή στον Προφήτη Ηλία	Στόχοι	Πρόταση για Προορισμό	Πρόταση για επιχειρήσεις
ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	Μαθητές, φοιτητές, Έλληνες και ξένοι επισκέπτες. Άνθρωποι με έντονο θρησκευτικό συναίσθημα.	Ειδικά πακέτα για μαθητές, φοιτητές και για θρησκευτικές ομάδες.	Συνεργασία με ταξιδιωτικούς πράκτορες, καταστήματα του νησιού, με σχολεία και εκπαιδευτικούς.
ΠΑΚΕΤΑ ΔΙΑΚΟΠΩΝ	Συνδυασμός με επίσκεψη στο νησί και σε άλλα μοναστήρια.	Διοργάνωση ξεναγήσεων από επαγγελματίες.	Προβολή μέσω της ιστοσελίδας του Δήμου, συνεργασία με ξένα και ελληνικά πανεπιστήμια.
ΚΥΡΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	Επίσκεψη στην Ιερά Μονή και γνωριμία με την ιστορική, αρχιτεκτονική και θρησκευτική της σημασία.	Διατήρηση του ιδιαίτερου χαρακτήρα του ναού και δημιουργία κατάλληλων συνθηκών με την τοπική κοινωνία και τους τοπικούς φορείς.	Προβολή του καταστήματος χειροποίητων αναμνηστικών που φτιάχνουν οι μοναχοί και βρίσκεται κοντά στην Ιερά Μονή.
ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	Διαδίκτυο, Social Media και Ταξιδιωτικά Πρακτορεία.	Ιστοσελίδες του νησιού, περιοδικά, social media.	Στόχευση σε ανάδειξη της διαφοροποίησης ως προς το προσφερόμενο προϊόν με περισσότερες επιλογές.

Το City Break ή τουρισμός των πόλεων αποτελεί τάση για όσους δεν θέλουν μια συνηθισμένη και επιφανειακή σχέση με τους αστικούς προορισμούς. Η Αθήνα αποτελεί

τον δημοφιλέστερο προορισμό «CB» με κύριους πελάτες Βρετανούς και Γάλλους. Όμως η Ελλάδα είναι γεμάτη από πόλεις με ιδιαίτερο χαρακτήρα, μακραίωνη ιστορία και τοπικές παραδόσεις, γεγονός που καθιστά την χώρα μας ένα σαγηνευτικό προορισμό για κάθε τουρίστα που επιθυμεί μια βαθύτερη γνωριμία με τον πολιτισμό και τον ρυθμό ζωής μιας πόλης. Μερικές ακόμα πόλεις, ιδιαίτερα γνωστές και διαφορετικές η μια από την άλλη, είναι η Θεσσαλονίκη, το Ναύπλιο, η Καβάλα, ο Βόλος, η Πάτρα, οι οποίες πόλεις έχουν να αναδείξουν την δική τους κουλτούρα, τον δικό τους χαρακτήρα και τρόπο ζωής.

Βασικός στόχος είναι να προβληθούν όσο γίνεται αποτελεσματικότερα οι πολυάριθμες πόλεις της Ελλάδας, αλλά και να αυξηθεί η κινητικότητα στις πιο «ώριμες» τουριστικές αγορές. Η Ελλάδα αποτελεί μια αστείρευτη πηγή πολιτισμού. Μεγάλα φεστιβάλ, συνέδρια κύρους, αφιερώματα σε σπουδαίους δημιουργούς από όλο το φάσμα των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, συναυλίες και θεατρικά δρώμενα είναι σύνηθες φαινόμενο σε όλη την Ελλάδα. Ο επισκέπτης έχει, έτσι, την ευκαιρία να έρθει σε επαφή με την εικαστική πρωτοπορία, με μεγάλους μουσικούς ερμηνευτές, με θεατρικά σχήματα παγκόσμιας φήμης, να γνωρίσει μία σύγχρονη πραγματικότητα γεμάτη αισιοδοξία και λάμψη. Οι ελληνικές πόλεις δεν κοιμούνται ποτέ. Η φιλόξενη διάθεση των Ελλήνων, ο ανοιχτόκαρδος χαρακτήρας τους και η ανθρωποκεντρική τους αντίληψη θα κάνουν τον επισκέπτη να νιώσει πως βρίσκεται ανάμεσα σε φίλους. Όμορφα μαγαζιά, νυχτερινά κέντρα, ξενοδοχεία πολυτελείας και ζεστοί ξενώνες δημιουργούν τις ιδανικές συνθήκες για να απολαύσει κάποιος τη διαμονή του στις ελληνικές πόλεις.

Εν έτη 2018 παρατηρείται να επιτυγχάνεται ο στόχος για την καθιέρωση της Αθήνας ως σημαντικό προορισμό «CB». Συγκεκριμένα τα στοιχεία του αεροδρομίου Αθηνών αποδεικνύουν, για την περίοδο Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2018, αύξηση 30% των τουριστών city break στην πρωτεύουσα, φθάνοντας τα 1,4 εκατ. έναντι ενός εκατ. την αντίστοιχη περίοδο του 2017. Σημαντική ενέργεια που στοχεύει στην ενίσχυση του city break και του συνεδριακού τουρισμού της πόλης είναι η διοργάνωση του Travel Trade Athens 2018 από το Δήμο Αθηναίων.

Στο συνέδριο «Travel Trade Athens»<sup>7</sup> πραγματοποιήθηκαν συνολικά 3.000 επαγγελματικές συναντήσεις, με τη συμμετοχή 100 εκπροσώπων τουριστικών επιχειρήσεων του εξωτερικού από 25 χώρες καθώς και 109 Ελλήνων επιχειρηματιών. Επιπλέον, στον στόχο για την επιμήκυνση της σεζόν στην Αθήνα, την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού και την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος συνέβαλε και η πρωτοβουλία της εταιρείας AEGEAN για ειδικό πρόγραμμα κοντινών πτήσεων από τέσσερις μεγάλες αγορές του εξωτερικού (Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία και Βρετανία), καθώς και η εισαγωγή, το 2018, νέων προορισμών του εξωτερικού στο δίκτυο αεροπορικών συνδέσεων με Ελλάδα. Συγκριτικά με το 2013 παρατηρείται αύξηση στους προορισμούς του εξωτερικού, καθώς τότε υπήρχαν 33 μόλις προορισμοί, ενώ το 2018 ανήλθαν στους 81.

Η προβολή της Αθήνας αλλά και άλλων πόλεων ως προορισμού «CB» πρέπει να κινηθεί με άξονες την συνεργασία με φορείς, την πολιτισμική ανάπτυξη με αναβάθμιση των υποδομών και την ανάδειξη του καλλιτεχνικού-πολιτισμικού προφίλ της εκάστοτε πόλης.

### 1.3 Εισερχόμενος Τουρισμός στην Ελλάδα και Ανταγωνισμός

Ο τουρισμός αποτελεί έναν σημαντικό πυλώνα για την Ελληνική οικονομία, καθώς παρατηρείται σταθερά αυξητική τάση στις αφίξεις, από το έτος 2005 μέχρι το 2017, με ποσοστό μεταβολής 89.0%. Βέβαια, ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος και για να μπορέσει να συνεχιστεί η καλή πορεία του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα και να αναπτυχθεί περαιτέρω, θα πρέπει να γίνει κατανοητό όχι μόνο το προϊόν που προσφέρει η Ελλάδα, αλλά και οι χώρες από τις οποίες αντλεί πελατεία και ποιοι είναι οι κύριοι ανταγωνιστές της<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Το 6ο Travel Trade Athens 2018 διοργανώνεται από την Εταιρία Ανάπτυξης και Τουριστικής Προβολής Αθηνών του δήμου Αθηναίων (ΕΑΤΑ), μέσω του Athens Convention and Visitors Bureau (ACVB), σε συνεργασία με την Περιφέρεια Αττικής και με την υποστήριξη του Συνδέσμου Tour Operators Ευρώπης (European Tour Operators Association-ΕΤΟΑ).

<sup>8</sup> Τράπεζα της Ελλάδος-ΙΝΣΕΤΕ «ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΣΥΝΟΛΙΚΑ, ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ 2005 – 2017»  
<http://www.insete.gr/Portals/0/statistics/Profil/2018/Incoming%20tourism%20to%20Greece%20total.pdf>

### 1.3.1 Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού

Η ανάλυση του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα θα γίνει με βάση την μελέτη του INSETE «Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα, 2016-2017»<sup>9</sup>, η οποία μελέτη βασίστηκε στα στοιχεία της IPKInternational, εταιρεία που εξειδικεύεται στην έρευνα της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς. Στην ανάλυση λαμβάνουμε υπόψη τις σημαντικότερες αγορές για την χώρα από και εκτός Ευρώπης. Βέβαια, δεν συμπεριλαμβάνονται η Κύπρος, η Αλβανία και η ΠΓΔΜ.

Η γενική εικόνα του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα από το έτος 2005 μέχρι και το έτος 2017 ναί μεν φαίνεται αισιόδοξη λόγω της υψηλής αύξησης των αφίξεων κατά 89.0%, αλλά τα υπόλοιπα βασικά μεγέθη έχουν αρκετά μικρότερη αύξηση, ενώ οι βασικοί δείκτες καταγράφουν πτώση. Συγκεκριμένα, το σύνολο των διανυκτερεύσεων σημειώνει αύξηση ύψους 36.8% και το σύνολο των εισπράξεων 32.4%. Στον αντίποδα η μέση κατά κεφαλή δαπάνη παρουσιάζει πτωτική τάση με μεταβολή -30.0%, αντίστοιχα η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση -3.2% και τέλος η μέση διάρκεια παραμονής -27.6%, με το έτος 2017 να καταλαμβάνει την δεύτερη θέση με την χαμηλότερη τιμή.

Στην προσπάθεια ανάλυσης του εισερχόμενου τουρισμού είναι ιδιαίτερα χρήσιμο να λαμβάνονται υπόψη οι μεταβολές στα βασικά μεγέθη και δείκτες του τουρισμού, καθώς με αυτό τον τρόπο δημιουργείται μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα και διευκολύνεται η χάραξη πολιτικής για την ανάπτυξη του. Στην προκειμένη περίπτωση θα εξετάσουμε την χρονική περίοδο 2016-2017. Προτού γίνει αναφορά στις αγορές από και εκτός Ευρώπης, θα γίνει μια μικρή σύνοψη στα στοιχεία που αφορούν συνολικά τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα ανεξάρτητα από την χώρα προέλευσης:

- Αύξηση τουριστών κατά 9.8% σε σύγκριση με το 2016. Σύνολο για το 2017 23εκατ.
- Ισοκατανομή παρουσιάζεται στο φύλο των επισκεπτών
- Ο κύριος λόγος επίσκεψης ήταν οι διακοπές 88.8% και για τα δύο έτη

---

<sup>9</sup> Δρ. Άρης Ίκκος Σεραφείμ Κουτσός (Οκτώβριος 2018) «Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα, 2016-2017», INSETE, [http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/02/2018\\_Profil\\_Eiserxomenou\\_Tourismou\\_2016-2017.pdf](http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/02/2018_Profil_Eiserxomenou_Tourismou_2016-2017.pdf)



- Συγκεκριμένα διακοπές «H&Θ» με 70.4% για το 2016, ενώ το 2017 το ποσοστό έπεσε στο 68.4%
- Ανώτερο εισοδηματικό επίπεδο με μια μικρή αύξηση στο ποσοστό του 2017 58.9%, συγκριτικά με το 2016 57.8%
- Το ίδιο μοτίβο με το εισοδηματικό επίπεδο ισχύει και στο μορφωτικό επίπεδο, το 62.2% των επισκεπτών στην Ελλάδα για το 2017 είχαν ανώτερο μορφωτικό επίπεδο
- Με ποσοστό 64%+ εντοπίζεται το ηλικιακό εύρος από 25 έως 54 ετών
- Επικρατέστερο κατάλυμα υπήρξε το ξενοδοχείο με ποσοστό 67% για το 2016 και 65.6% για το 2017, με κύρια επιλογή το 4\*, 29.8% έναντι 29.7%
- Μεγάλο ποσοστό σημειώνεται στην ενέργεια της προκράτησης 92.6% για το 2016 και 93.2% για το έτος 2017
- Η πλειοψηφία των τουριστών προτίμησε για την ενημέρωση της τις ιστοσελίδες των καταλυμάτων και προορισμού, ενώ η κράτηση έγινε μέσω προσωπικού υπολογιστή.

Συνολικά, λοιπόν, το 2017 επισκέφθηκαν την Ελλάδα 23 εκατ. τουρίστες, εκ των οποίων τα 20,5 εκατ. ήταν Ευρωπαίοι τουρίστες και τα 2,6 εκατ. Μη Ευρωπαίοι. Η αύξηση στις αφίξεις, συγκριτικά με το 2016, είναι εμφανής και στις δύο κατηγορίες, καθώς στους Ευρωπαίους σημειώνεται αύξηση +7,5% και στους Μη Ευρωπαίους +31,6%. Όσον αφορά το φύλο των τουριστών παρατηρείται πως το έτος 2016 το γυναικείο φύλο αποτελεί την πλειοψηφία στους Ευρωπαίους τουρίστες με ποσοστό 51,8%, ενώ το 2017 το ανδρικό φύλο με ποσοστό 50,7%. Αντιθέτως η πλειοψηφία των Μη Ευρωπαίων τουριστών για το 2016 ήταν άνδρες με ποσοστό 50,5%, ενώ το 2017 ήταν γυναίκες με 51,5%. Οι δύο κατηγορίες φαίνεται να έχουν κοινό τον λόγο επίσκεψης τους στην χώρα μας, δηλαδή τις διακοπές. Όμως, για τους Ευρωπαίους τουρίστες έχει περισσότερη σημασία του τουριστικό προϊόν «H&Θ» από ότι για τους Μη Ευρωπαίους, οι οποίοι και για τα δύο χρόνια προτίμησαν τον Περιηγητικό τουρισμό.

Αναφορικά με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των Ευρωπαίων και Μη Ευρωπαίων τουριστών στην Ελλάδα παρατηρείται μεγάλη διαφορά και για τα δύο έτη. Αρχικά, για το μορφωτικό και εισοδηματικό επίπεδο των εισερχόμενων Μη Ευρωπαίων τουριστών σημειώνονται μεγαλύτερα ποσοστά έναντι των Ευρωπαίων. Συγκεκριμένα, οι τουρίστες της πρώτης κατηγορίας που ανήκουν στο ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης αποτελούν το 77,7% και οι αντίστοιχοι της δεύτερης κατηγορίας το 60,8% για το έτος 2016. Ανάλογη διαφορά υπογραμμίζεται και για το έτος 2017 καθώς οι πρώτοι έχουν το 76,9% και οι

δεύτεροι το 60,6%. Οι Μη Ευρωπαίοι φαίνεται να υπερτερούν και στο οικογενειακό εισόδημα καθώς για το έτος 2016 έχουμε τα εξής ποσοστά 66,5% έναντι 57,1% των Ευρωπαίων, ενώ για το 2017 έχουμε 64,9% έναντι 58,3%. Το γεγονός αυτό οφείλεται, κατά ένα μικρό ποσοστό, και στις διαφορετικές ηλικίες που αντιπροσωπεύουν οι δύο κατηγορίες των τουριστών, δηλαδή το 30,6% των Ευρωπαίων τουριστών που επισκέφθηκε την χώρα μας το 2017 ήταν νεότερης ηλικίας (15-34 χρονών), σε αντίθεση με τους Μη Ευρωπαίους που το 34,4% ήταν μεγαλύτερης ηλικίας (55+ χρονών).

Τα ξενοδοχεία αναδείχθηκαν στην κύρια επιλογή για διαμονή και από τις δύο κατηγορίες, με κοινή προτίμηση στα ξενοδοχεία 4\*. Στα κανάλια κράτησης, επίσης, δεν παρατηρείται κάποια διαφορά μεταξύ των δύο, το διαδίκτυο και το ταξιδιωτικό γραφείο είναι οι κύριες επιλογές. Βέβαια, το ταξιδιωτικό πρακτορείο και ο ταξιδιωτικός οδηγός φαίνεται να είναι πιο σημαντικοί για την ενημέρωση των Μη Ευρωπαίων τουριστών παρά για των Ευρωπαίων.

Η σύγκριση των δύο κατηγοριών βοηθάει ιδιαίτερα στην κατανόηση του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς γίνονται εντονότερα αντιληπτές οι διαφορές αυτών, οι οποίες απορρέουν από το γεγονός ότι, για τους Μη Ευρωπαίους τουρίστες, το ταξίδι προς την Ελλάδα απαιτεί μεγαλύτερη προετοιμασία και σαφώς περισσότερα χρήματα συγκριτικά με το ταξίδι από την Ευρώπη.

Οι κύριες Ευρωπαϊκές αγορές-χώρες, από τις οποίες η Ελλάδα αντλεί τουρίστες, είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ρωσία, Πολωνία, Ολλανδία, Βέλγιο, Ελβετία. Από τις Μη Ευρωπαϊκές χώρες οι ΗΠΑ φαίνεται να συμβάλουν κατά το μεγαλύτερο ποσοστό στην εισροή τουριστών στην Ελλάδα. Ευθύς αμέσως θα γίνει αναφορά στην τουριστική ροή προς την Ελλάδα από τις αγορές, στο μερίδιο αγοράς που καταλαμβάνουν, καθώς και ποιος είναι ο σκοπός του ταξιδιού και ο τύπος διακοπών που προτιμούν.

#### Τουριστική ροή προς την Ελλάδα

Η αύξηση της τουριστικής ροής στην Ελλάδα για το έτος 2017 έχει ήδη αναφερθεί (+9,8%), αλλά το πιο σημαντικό, όπως περιγράφει και ο παρακάτω πίνακας, είναι το γεγονός πως όλες οι κύριες αγορές κατέγραψαν αύξηση αφίξεων στην Ελλάδα, εκτός από την Ρωσία, η οποία παρουσιάζει μια μικρή μείωση -0,5%.

**Πίνακας 5:** Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα 2016-2017 (σε χιλ.)

	2016	2017	Δ	%Δ
<b>Σύνολο</b>	<b>20.992</b>	<b>23.043</b>	<b>2.051</b>	<b>9,80%</b>
<b>Γερμανία</b>	2.755	3.245	490	17,80%
<b>Ην. Βασίλειο</b>	2.804	2.910	106	3,80%
<b>Γαλλία</b>	1.435	1.556	121	8,40%
<b>Ιταλία</b>	1.230	1.283	53	4,30%
<b>ΗΠΑ</b>	822	921	99	12,00%
<b>Ολλανδία</b>	721	895	174	24,10%
<b>Ρωσία</b>	846	842	-4	-0,50%
<b>Πολωνία</b>	763	805	42	5,50%
<b>Βέλγιο</b>	474	513	39	8,20%
<b>Ελβετία</b>	406	421	15	3,70%
<b>Λοιπές Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	7.601	7.998	397	5,20%
<b>Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	1.135	1.654	519	45,70%

Πηγή: INSETE Intelligence

#### Μερίδια αγοράς ανά αγορά

Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς φαίνεται να καταλαμβάνει η Γερμανία, η οποία για το έτος 2016 κατείχε την 2<sup>η</sup> θέση, όμως με την μεγάλη αύξηση επισκεπτών +490 χιλιάδες κατέκτησε την πρώτη θέση και άφησε δεύτερο το Ην. Βασίλειο. Η Γαλλία και η Ιταλία διατηρούν τις θέσεις τους (3<sup>η</sup> και 4<sup>η</sup> αντίστοιχα) συγκριτικά με το 2016. Την 5<sup>η</sup> θέση κερδίζει η αγορά των ΗΠΑ και εκτοπίζει την Ρωσία στην 7<sup>η</sup> θέση, καθώς μειώθηκε η εισροή των τουριστών -0,5%. Ανάμεσα στις ΗΠΑ και την Ρωσία βρίσκεται η Ολλανδία, η οποία είχε και το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης (24,10%) στην εισροή τουριστών και με αυτό τον τρόπο από την 8<sup>η</sup> θέση μετέβη στην 6<sup>η</sup>. Τέλος, οι κύριες αγορές της Ελλάδας αντιπροσωπεύουν για το 2016 το 58,3% του συνόλου των επισκεπτών και για το 2017 το ποσοστό αυτό κατεβαίνει στο 58,1%.

**Πίνακας 6:** Μερίδια αγοράς ανά κύρια αγορά της Ελλάδας 2016-2017

	2016	2017
<b>Γερμανία</b>	13,10%	14,10%
<b>Ην. Βασίλειο</b>	13,40%	12,60%
<b>Γαλλία</b>	6,80%	6,80%
<b>Ιταλία</b>	5,90%	5,60%
<b>ΗΠΑ</b>	3,90%	4%
<b>Ολλανδία</b>	3,40%	3,90%
<b>Ρωσία</b>	4%	3,70%

<b>Πολωνία</b>	3,60%	3,50%
<b>Βέλγιο</b>	2,30%	2,20%
<b>Ελβετία</b>	1,90%	1,80%
<b>Λοιπές Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	36,20%	34,70%
<b>Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	5,40%	7,20%

Πηγή: INSETTE Intelligence

### Σκοπός ταξιδιού

Τέσσερις είναι οι λόγοι για τους οποίους επιλέγουν οι τουρίστες να επισκεφθούν την Ελλάδα. Ο κυριότερος λόγος με ποσοστό 88,8%, και για τα δύο έτη, είναι η πραγματοποίηση των διακοπών τους, έπειτα ακολουθεί η επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς, με ποσοστό 3,8% για το 2016 και 4,4% για το 2017. Λιγότερο δημοφιλής είναι ο συνεδριακός τουρισμός με ποσοστά 3,1% και 3,0% για τα δύο έτη αντίστοιχα και τέλος τα επαγγελματικά ταξίδια με ποσοστά 2,4% και 2,5%.

Στον πίνακα 7 παρουσιάζονται αναλυτικά τα σύνολα των τουριστών, ως διαφορές από τα έτη 2016-2017, που επισκέφθηκαν την Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης και ανά σκοπό.

**Πίνακας 7:** 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
<b>Γερμανία</b>	416	39	10	16	9
<b>Ην. Βασίλειο</b>	57	20	2	17	12
<b>Γαλλία</b>	131	-14	8	-3	0
<b>Ιταλία</b>	66	-2	-6	-7	2
<b>ΗΠΑ</b>	74	24	1	-2	4
<b>Ολλανδία</b>	154	4	6	3	6
<b>Ρωσία</b>	25	-9	-4	-10	-7
<b>Πολωνία</b>	57	-1	0	-11	-2
<b>Βέλγιο</b>	39	3	0	-3	0
<b>Ελβετία</b>	5	7	0	0	3
<b>Λοιπές Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	347	122	31	-14	-92
<b>Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	440	19	15	42	2
<b>Σύνολο Ευρώπης</b>	<b>1.297</b>	<b>169</b>	<b>47</b>	<b>-12</b>	<b>-69</b>
<b>Σύνολο Μη Ευρωπαϊκών Χωρών</b>	<b>514</b>	<b>43</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>6</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>1.811</b>	<b>212</b>	<b>63</b>	<b>28</b>	<b>-63</b>

Πηγή: INSETTE Intelligence

Από τον πίνακα 7 συμπεραίνουμε πως οι δημοφιλέστεροι λόγοι επιλογής της Ελλάδας ως ταξιδιωτικό προορισμό είναι οι διακοπές (+1.811 χιλ. επισκέπτες) και η επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς (+212 χιλ. επισκέπτες), ενώ τα Λοιπά παρουσιάζουν την μόνη μείωση στο γενικό σύνολο (-63 χιλ.). Ειδικότερα, οι Λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες σημείωσαν την μεγαλύτερη μείωση (-92 χιλ. επισκέπτες) στα Λοιπά. Στην κατηγορία «διακοπές» δεν καταγράφηκε κάποια μείωση, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες, στις οποίες καταγράφηκαν κάποιες μικρές μειώσεις. Συγκεκριμένα στην δεύτερη κατηγορία η Γαλλία (-14), η Ιταλία (-12) και η Ρωσία (-9) είχαν τις μόνες μειώσεις. Στο επαγγελματικό ταξίδι υπήρχαν μόνο δύο η Ιταλία (-6) και η Ρωσία (-4), ενώ στον συνεδριακό τουρισμό παρατηρούμε πως οι περισσότερες αγορές είχαν μικρές μειώσεις.

Όσον αφορά τις Ευρωπαϊκές χώρες μεγάλη αύξηση στις διακοπές παρατηρούμε στην Γερμανία (+416 χιλ. επισκέπτες), την Ολλανδία (+154 χιλ.), την Γαλλία (+131 χιλ.) και στις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες (+347 χιλ.), οι οποίες σημείωσαν και την μεγαλύτερη αύξηση (+122 χιλ.) στην δεύτερη δημοφιλέστερη κατηγορία.

Σημαντικό είναι να τονίσουμε πως στο σύνολο των μη Ευρωπαϊκών χωρών δεν παρουσιάζεται κάποια μείωση, σε αντίθεση με το σύνολο των Ευρωπαϊκών χωρών που παρουσιάζονται δυο μειώσεις στον συνεδριακό τουρισμό και στα λοιπά. Μάλιστα, φαίνεται πως οι μη Ευρωπαϊκές χώρες προτίμησαν την Ελλάδα για συνεδριακό τουρισμό περισσότερο από ότι οι Ευρωπαϊκές χώρες.

### Τύπος διακοπών

Στην προκειμένη περίπτωση αξίζει να γίνει αναφορά σε τέσσερα τουριστικά προϊόντα, δηλαδή σε αυτά που η πλειοψηφία των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα επέλεξε για διακοπές. Τα τέσσερα τουριστικά προϊόντα είναι τα εξής:

1. «Ήλιος και Θάλασσα» (70,4% το 2016 και 68,4% το 2017)
2. «Περιηγητικός Τουρισμός» (11,3% το 2016 και 12,8% το 2017)
3. «City Break» (7,2% το 2016 και 8,0% το 2017)
4. «Κρουαζιέρα» (4,2% το 2016 και 4,0% το 2017)

τα υπόλοιπα Τουριστικά προϊόντα εμφάνισαν χαμηλά μερίδια που δεν ξεπερνούν στο σύνολο τους και για τα δύο έτη το 2,0%.

Συγκρίνοντας τις Ευρωπαϊκές και μη Ευρωπαϊκές χώρες καταλήγουμε στα παρακάτω συμπεράσματα. Οι Ευρωπαίοι επέλεξαν σε μεγάλο βαθμό και για τα δύο έτη τις διακοπές «Ήλιου & Θάλασσας» (74,9% το 2016 και 73,7% το 2017) και έπειτα τον «Περιηγητικό Τουρισμό» (8,9% το 2016 και 9,6% το 2017) και το «City Break» (6,3% το 2016 και 6,9% το 2017). Αντιθέτως, οι Μη Ευρωπαίοι έδειξαν μεγαλύτερη προτίμηση στον «Περιηγητικό Τουρισμό» (38,1% το 2016 και 41,3% το 2017) και ακολούθως στον τουρισμό «Ήλιου & Θάλασσας» (20,0% το 2016 και 20,9% το 2017) και στο «City Break» (17,8% το 2016 και 18,3% το 2017). Επιπροσθέτως, αξιοσημείωτη ήταν η μεγάλη προτίμηση των Αμερικανών, για «Κρουαζιέρα» (34,7% το 2016 και 30,6% το 2017) σε αντίθεση με τους Ευρωπαίους (3,1% το 2016 και 3,0% το 2017) και τους Λοιπούς Μη Ευρωπαίους (2,3% το 2016 και 2,8% το 2017).

Στον πίνακα 8 παρουσιάζονται αναλυτικά τα σύνολα των τουριστών, ως διαφορές από τα έτη 2016-2017, που επισκέφθηκαν την Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης και ανά τύπο διακοπών.

**Πίνακας 8:** Τύπος διακοπών στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, διαφορές 2016 - 2017 (σε χιλ.)

	Ήλιος & Θάλασσα	Περιηγητικός τουρισμός	City Break	Κρουαζιέρα
<b>Γερμανία</b>	268	25	76	-17
<b>Ην. Βασίλειο</b>	-61	15	27	-2
<b>Γαλλία</b>	85	34	29	-4
<b>Ιταλία</b>	90	-5	30	-9
<b>ΗΠΑ</b>	38	13	26	-6
<b>Ολλανδία</b>	106	31	5	1
<b>Ρωσία</b>	14	-10	5	6
<b>Πολωνία</b>	64	-11	-2	4
<b>Βέλγιο</b>	35	5	5	4
<b>Ελβετία</b>	-9	15	3	1
<b>Λοιπές Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	157	182	11	43
<b>Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες</b>	83	249	76	17
Σύνολο Ευρώπης	749	236	189	27
Σύνολο Μη Ευρωπαϊκών Χωρών	121	262	102	11
<b>Σύνολο</b>	<b>870</b>	<b>498</b>	<b>291</b>	<b>38</b>

Πηγή: INSETE Intelligence

Με βάση τον πίνακα μπορούμε εύκολα να διακρίνουμε πως το τουριστικό προϊόν «Η&Θ» έχει την μεγαλύτερη αύξηση επισκεπτών (+870 χιλ.) και οι αγορές που είχαν τις υψηλότερες αυξήσεις ήταν της Γερμανίας (+268 χιλ. το 2017), των Λοιπών Ευρωπαϊκών

Χωρών (+157 χιλ.), της Ολλανδίας (+106 χιλ.) και της Ιταλίας (+90 χιλ.). Σε αντίθεση με την αγορά του Ην. Βασιλείου (-61 χιλ. το 2017), το οποίο σημείωσε την μεγαλύτερη μείωση. Ο «Περιηγητικός» τουρισμός καταλαμβάνει την δεύτερη θέση με κύριες αγορές, τις αγορές των Λοιπών Ευρωπαϊκών Χωρών (+182 χιλ. το 2017) και των Λοιπών Μη Ευρωπαϊκών Χωρών (+249 χιλ. το 2017). Αντιθέτως, στην αγορά της Ιταλίας (-50 χιλ. το 2017) καταγράφηκε σημαντική μείωση. Το «City Break» αποτελεί ένα από τα δημοφιλέστερα τουριστικά προϊόντα κυρίως για τις αγορές της Γερμανίας (+76 χιλ. το 2017) και των Λοιπών Μη Ευρωπαϊκών Χωρών (+76 χιλ. το 2017), καθώς παρατηρούμε και τις μεγαλύτερες αυξήσεις. Τέλος, η «Κρουαζιέρα» φαίνεται να σημειώνει αρκετές μειώσεις, παρ' όλα αυτά οι αγορές που την προτιμούν κατά πολύ είναι του Ην. Βασιλείου (5,6% το 2016 και 5,4% το 2017), της Ιταλίας (8,5% το 2016 και 7,3% το 2017) και των ΗΠΑ (34,7% το 2016 και 30,6% το 2017).

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Γνωρίζοντας την Ρωσική Ομοσπονδία

### 2.1 Γεωγραφία

Η Ρωσία ή Ρωσική ομοσπονδία είναι μια χώρα που βρίσκεται στην βόρεια Ευρασία. Με έκταση 17.075.200 τετραγωνικά χιλιόμετρα αποτελεί την μεγαλύτερη χώρα του κόσμου και την μοναδική που έχει εδάφη και στο ανατολικό και στο δυτικό ημισφαίριο χωρίς να διαθέτει αποικίες. Ένα μεγάλο μέρος της ανατολικής Ευρώπης αλλά και ολόκληρη η βόρεια Ασία καταλαμβάνονται από την Ρωσία, η οποία συνορεύει με τα εξής κράτη: τη Νορβηγία, τη Φιλανδία, την Εσθονία, τη Λετονία, την Λιθουανία, την Πολωνία, τη Λευκορωσία, την Ουκρανία, τη Γεωργία, το Αζερμπαϊτζάν, το Καζακστάν, τη Μογγολία, την Κίνα και τη Βόρεια Κορέα, με τα σύνορα να καταλαμβάνουν 20.241 χιλιόμετρα συνολικό μήκος.

**Εικόνα 1:** Χάρτης Ρωσικής Ομοσπονδίας



Όσον αφορά το κλίμα η Ρωσία διαθέτει μια ευρεία ποικιλία και μπορεί να διαιρεθεί σε επτά γεωφυσικές περιοχές: την Τούνδρα, τη δασώδη Τάιγκα (8 εκατομ. τ/χιλ), την περιοχή των ανάμεικτων δασών (Κεντρική Ρωσία), τη ζώνη των ερήμων (Κεντρική Ασία), τη στέπα (άδενδροι βοσκότοποι), τις ορεινές περιοχές των Ουραλίων, του Καυκάσου και των ορέων Αλτάι και τις νότιες ακτές στη Μαύρη θάλασσα. Επιπλέον, υπάρχουν αρκετά ποτάμια, τα οποία διαρρέουν την Ρωσία, με τον Βόλγα να πρωταγωνιστεί όχι μόνο για το μήκος του (3.530 χιλιόμετρα), αλλά και για την ιστορική του σημασία. Άλλοι μεγάλοι ποταμοί είναι ο Ντον, ο Όμπ, ο Λένας και ο Αμούρ. Αναφορικά με τις λίμνες οι σημαντικότερες είναι η Κασπία Θάλασσα, η οποία είναι η μεγαλύτερη της γης (371.000 τ/χιμ συνολική επιφάνεια), η Βαϊκάλη, γνωστή ως «Μπλε μάτι της Σιβηρίας», η Λάντογκα, η μεγαλύτερη λίμνη της Ευρώπης (18.135 τ/χιμ) και η Ονέγκα, η δεύτερη μεγαλύτερη λίμνη της Ευρώπης<sup>1011</sup>.

<sup>10</sup> CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (<https://www.cia.gov/>)

<sup>11</sup> <https://el.wikipedia.org/>



## 2.2 Δημογραφία

Το 2018 ο πληθυσμός της Ρωσίας ήταν 144,478,050, αντιπροσωπεύοντας το 1,93% του παγκόσμιου πληθυσμού. Το 1968 ο πληθυσμός ήταν 128 εκατομμύρια και μέχρι το 2018 αυξήθηκε, με μέσο ετήσιο ρυθμό 0,23%<sup>12</sup>. Σε ένα μικρότερο χρονικό διάστημα από το 1997 μέχρι και το 2007 παρατηρείται μια σταδιακή πτώση του συνολικού πληθυσμού, καθώς μέσα σε δέκα χρόνια από 147 εκατομ., ο πληθυσμός έφτασε τα 142 εκατομ. Μάλιστα από το 2007 μέχρι και σήμερα, όπως φαίνεται και στον πίνακα, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης του πληθυσμού είναι ιδιαίτερα χαμηλός.

**Πίνακας 9:** Ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης πληθυσμού της Ρωσίας

DATE	VALUE	CHANGE %
2018	0.0	-112.10%
2017	0.1	-37.22%
2016	0.2	-11.59%
2015	0.2	-11.55%
2014	0.2	2.24%
2013	0.2	26.51%
2012	0.2	115.86%
2011	0.1	73.69%
2010	0.0	49.06%
2009	0.0	-168.53%
2008	0.0	-74.31%
2007	-0.2	

Πηγή: knoema

Αναφορικά με την ηλικία υπάρχουν τρεις διαβαθμίσεις. Η πρώτη αφορά τις ηλικίες από 0 ετών έως και 14 ετών. Η συγκεκριμένη κατηγορία καταλαμβάνει το 17,9% για το έτος 2018 και σταδιακά από το 1969 μειώθηκε κατά 26,9%. Η δεύτερη κατηγορία συμπεριλαμβάνει τις ηλικίες από 15 ετών έως και 64 ετών, η οποία καλύπτει και το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού με ποσοστό 68,1%. Στην τρίτη κατηγορία συμπεριλαμβάνονται οι ηλικίες από 65 ετών και άνω. Οι ηλικίες αυτές καλύπτουν το 14,3% του πληθυσμού και παρά το γεγονός πως αποτελούν το μικρότερο ποσοστό, η αύξησή τους είναι αισθητή από το 1968 με ετήσιο ρυθμό 1,40%.

Μετά την πτώση του κομμουνισμού στην Σοβιετική Ένωση, η Ρωσία ήρθε αντιμέτωπη με μια σειρά από δημογραφικά σοκ, αυτό μεταφράζεται ως δραστικές μειώσεις στις

<sup>12</sup> WORLD DATA ATLAS, RUSSIAN FEDERATION, DEMOGRAPHICS (<https://knoema.com>)

γεννήσεις και μικρές αυξήσεις των θανάτων. Αυτή η ανισορροπία οδήγησε τον ρωσικό πληθυσμό σε αποδρακτισμό. Βέβαια, το φαινόμενο αυτό καθίσταται ολοένα και πιο κοινό στις σύγχρονες κοινωνίες, όμως η Ρωσία αντιμετωπίζει την κρίση της έντονης θνησιμότητας στο πλαίσιο χαμηλού επιπέδου της δημόσιας υγείας, οπότε αυτό εντείνει τα ποσοστά θανάτου. Από το 1992 μέχρι και σήμερα υπήρχαν αρκετές αυξομειώσεις στον ετήσιο ρυθμό θανάτου, συγκεκριμένα το 1992 ήταν 12.2 ανά χίλιους ανθρώπους και σήμερα καταλήγουμε στον ίδιο ρυθμό και λίγο πιο αυξημένο, 12.9. Τα αίτια που οδηγούν στους θανάτους είναι αρκετά, μικρότερη ευθύνη κατέχουν τα λοιμώδη νοσήματα, στον αντίποδα αυτού τα καρδιαγγειακά νοσήματα, οι αυτοκτονίες, οι ανθρωποκτονίες και άλλα βίαια επεισόδια έχουν την μεγαλύτερη ευθύνη. Στο ερώτημα, γιατί σε μια αστικοποιημένη κοινωνία εγγράμματων ανθρώπων υπάρχουν τόσο υψηλά ποσοστά θνησιμότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα, η απάντηση είναι η κακή υγεία των Ρώσων, καθώς το κάπνισμα, η κακή διατροφή και το χαμηλό επίπεδο θεραπευτικής και προληπτικής ιατρικής έχουν μεγάλο μερίδιο ευθύνης.

Εν ολίγοις, αν συνδυαστεί η κακή ποιότητα ζωής της πλειονότητας των Ρώσων και το κατακερματισμένο εκπαιδευτικό σύστημα της Ρωσίας, το οποίο αντανακλά σε κάποιο ποσοστό την δημόσια υγεία μιας χώρας, αιτιολογείται η εικόνα των απογοητευτικών δημογραφικών τάσεων.

Αναφορικά με το εκπαιδευτικό σύστημα, και αυτό αποτελεί αιτία της κακής υγείας των Ρώσων. Η χώρα φαίνεται να μην μπορεί να αποκομίσει τα αναμενόμενα οφέλη από αυτό. Αρχικά η πρωτοβάθμια και η δευτεροβάθμια εκπαίδευση χαρακτηρίζεται ως μέτρια, σύμφωνα με διεθνή κριτήρια αξιολόγησης του Οργανισμού για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΟΣΑ), ενώ στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση η κατάσταση είναι χειρότερη, καθώς ναι μεν η Ρωσία απολαμβάνει το ποσοστό του 6%, στο σύνολο του παγκόσμιου πληθυσμού, με μεταλυκειακή εκπαίδευση, αλλά μόνο το 0,1% των ανά τον κόσμο διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας που εξέδωσε το αμερικανικό Patent and Trademark Office κατά τα τελευταία 15 χρόνια, χορηγήθηκε σε Ρώσους. Στην ουσία η Ρωσία είναι μια κοινωνία με υψηλό ποσοστό φοίτησης, αλλά με χαμηλό επίπεδο στην υγεία, στην εκπαίδευση και στην γνώση<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Nicholas Eberstadt (2011) "The Dying Bear, Russia's Demographic Disaster", *Foreign Affairs* (<https://www.foreignaffairs.com/articles/russia-fsu/2011-11-01/dying-bear>)

## 2.3 Κουλτούρα

Η ρωσική κουλτούρα εξελίχθηκε από μια περίπλοκη αλληλεπίδραση μεταξύ σλαβικού πολιτισμού και άλλων ξένων πολιτισμών. Κατά την περίοδο του κράτους του Κιέβου (10<sup>ος</sup> με 13<sup>ο</sup> αιώνα) οι επιρροές προέρχονταν κυρίως από την Ανατολική Ορθόδοξη Βυζαντινή κουλτούρα. Ύστερα (14<sup>ος</sup> με 17<sup>ο</sup> αιώνα) κατά την Μοσχοβική περίοδο τα βυζαντινά και σλαβικά υποστρώματα της ρωσικής κουλτούρας τροποποιήθηκαν από ασιατικές επιρροές, φτάνοντας στην σημερινή περίοδο (από 18<sup>ο</sup> αιώνας), όπου η δυτική Ευρώπη και η κληρονομιά της εμπλουτίζουν την μοναδική ρωσική κουλτούρα.

Στην Κιεβική Ρωσία κύρια επιρροή του πολιτισμού υπήρξε η εκκλησία, ενώ ο γραμματισμός και η καλλιτεχνική σύνθεση δεν ήταν διαδεδομένα. Τα πρώτα λογοτεχνικά έργα ήταν μεταφράσεις από την ελληνική στην νότια σλαβική διάλεκτο και έπειτα ακολούθησαν αγιογραφίες, ομιλίες και ιστορικά χρονικά από τους μοναχούς. Εκείνη την περίοδο άκμαζε μια λαϊκή κουλτούρα, η οποία είχε ως βάση της προχριστιανικές παραδόσεις. Η εκκλησιαστικός πολιτισμός εκείνης της περιόδου αντανακλάται και μέσω των πρώτων σλαβικών αρχόντων, οι οποίοι κατασκεύαζαν λιθόκτιστες εκκλησίες, αρχικά με βυζαντινό ύφος και έπειτα με ένα διακριτικό ρωσικό στυλ.

Η εικαστική τέχνη και η αρχιτεκτονική συνέχισαν να πρωταγωνιστούν και κατά την Μοσχοβική περίοδο. Από τον 14<sup>ο</sup>, όταν δηλαδή ξεκίνησε να ανακάμπτει η ρωσική πολιτιστική ζωή μετά τις μογγολικές εισβολές, η Μοσχοβία (Μόσχα) έγινε το επίκεντρο του ρωσικού πολιτισμού με σύμμαχο την Ορθόδοξη Εκκλησία. Η σχολή της εικονογραφίας της Μόσχας παρήγαγε σπουδαίους δασκάλους, ενώ παράλληλα οι Ρώσοι αρχιτέκτονες συνέχισαν να σχεδιάζουν και να χτίζουν υπέρλαμπρες εκκλησίες, όπως ο ναός του Αγίου Βασιλείου στην Κόκκινη Πλατεία της Μόσχας. Το συγκεκριμένο αρχιτεκτονικό δημιούργημα εκφράζει απόλυτα την συμβολή των βυζαντινών και ασιατικών πολιτιστικών ρευμάτων στον πολιτισμό των Μοσχοβίτων.

Τον 17<sup>ο</sup> αιώνα έρχεται η αποδυνάμωση της Ορθόδοξης Εκκλησίας και η Ρωσία στρέφεται προς την δυτική Ευρώπη. Από την στιγμή που ξεκίνησαν να εισρέουν οι ευρωπαϊκές απόψεις και συνήθειες στην ρωσική κουλτούρα, πραγματοποιήθηκαν ριζικές αλλαγές. Αρχικά οι ποιητές Μιχαήλ Βασίλιεβιτς Λομονόσοφ και Βασίλειος Τρεδιακόφσκι προσάρμοσαν τη γερμανική συλλαβοτονική εκδοχή στη ρωσική,

ανέπτυξαν το σύστημα των «κλασικών» μετρητών που επικρατούν στη ρωσική ποίηση μέχρι σήμερα. Επιπροσθέτως, η μίμηση του γαλλικού νεοκλασικισμού, η ενασχόληση με την πεζογραφία και γενικά η αφομοίωση των ευρωπαϊκών πολιτιστικών μορφών, πρόσφεραν στην Ρωσία τα απαραίτητα εργαλεία προκειμένου να δημιουργήσει δικό της πρωτότυπο πολιτιστικό έργο.

Στην Σοβιετική εποχή η ζωή στην Ρωσία είναι πλήρως ελεγχόμενη και πολλά έθιμα και παραδόσεις απαγορεύτηκαν. Την δεκαετία του 1980, με τον Μιχαήλ Γκορμπατσόφ, χαλάρωσαν οι έντονοι πολιτικοί και κοινωνικοί περιορισμοί. Την εμφάνισή τους έκαναν πολλές λαϊκές διακοπές που συνδυάζονταν με παραδοσιακά τρόφιμα. Γενικότερα υπήρχε μια έντονη τάση στην κατανάλωση εγχώριων προϊόντων (όπως η βότκα) και η μετακίνηση μόνο στο εσωτερικό της χώρας. Όμως, με την ανάπτυξη της μεσαίας ρωσικής τάξης έγιναν δραματικές αλλαγές στον τρόπο ζωής και στα κοινωνικά έθιμα. Τα ταξίδια στο εσωτερικό έγιναν δημοφιλή, όπως και η κατανάλωση εισαγόμενων ειδών πολυτελείας. Η κουλτούρα της σύγχρονης Ρωσίας εμποτίζεται με νέες αξίες όπως η αυτοπεποίθηση και η υπερηφάνεια. Η νέα μεσαία τάξη αποφεύγει τα άκρα, συμμετέχει σε φιλανθρωπίες και υποστηρίζει την τέχνη<sup>14</sup>.

## 2.4 Εθνικές ομάδες και γλώσσες

Η Ρωσία είναι μια ποικιλόμορφη πολυεθνική χώρα. Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της χώρας καλύπτεται από Ρώσους, όμως υπάρχουν περίπου εκατό-είκοσι εθνικές ομάδες, είτε με δική τους επικράτεια είτε όχι, και μιλούν πάνω από εκατό γλώσσες. Κάποιες από αυτές τις ομάδες έχουν λιγότερο και από χίλια μέλη, ενώ αυτές που υπερέχουν το ένα εκατομμύριο είναι: οι Τατάροι, οι Ουκρανοί, οι Τσουβάς, οι Μπακκίροι και οι Αρμένιοι. Η ποικιλομορφία των λαών αντανακλάται στις 21 δημοκρατίες, οι περισσότερες από τις οποίες αντιπροσωπεύουν περιοχές μη ρωσικής καταγωγής. Πολλές από τις εθνικές ομάδες έχουν υποστεί συγκρούσεις, τόσο σε εσωτερικό επίπεδο, όσο και μεταξύ δύο διαφορετικών ομάδων, και οι περισσότερες από αυτές επιδιώκουν την ανεξαρτησία τους. Τα τμήματα της Ρωσίας που δεν αποτελούν αυτόνομες εθνοτικές ομάδες χωρίζονται σε διάφορα εδάφη (kraja) και

---

<sup>14</sup> <https://www.britannica.com/place/Russia/Cultural-life>

περιοχές (oblasti), ενώ υπάρχουν δύο ομοσπονδιακές πόλεις η Μόσχα και η Αγία Πετρούπολη.

Όσον αφορά τις γλώσσες, αρχικά η ρωσική είναι η μόνη επίσημη γλώσσα σε εθνικό επίπεδο. Πέρα από την ρωσική υπάρχουν τρεις ομάδες γλωσσών: 1) ινδοευρωπαϊκή, 2) αλταϊκές γλώσσες και 3) ουραλικές γλώσσες.

Στην πρώτη ομάδα συγκαταλέγονται κυρίως Ρώσοι, αλλά και ορισμένοι Ουκρανοί και Λευκορώσοι. Παρά τη μεγάλη διασπορά της, η ρωσική γλώσσα είναι ομοιογενής σε όλη τη Ρωσία. Επιπλέον, υπάρχουν μεγάλα τμήματα Γερμανών ομιλητών, οι οποίοι κυρίως κατοικούν στη νοτιοδυτική Σιβηρία, και οι Εβραίοι (που αναγνωρίζονται ως γλωσσική ομάδα και όχι θρησκευτική), που ζουν κυρίως στην ευρωπαϊκή Ρωσία.

Οι αλταϊκές γλώσσες είναι μια ομάδα γλωσσών ευρύτατα διαδεδομένη στην Ασία και περιλαμβάνει εξήντα γλώσσες. Η ομάδα αυτή διαχωρίζεται σε τρεις γλωσσικές οικογένειες τις τουρκικές, τις μογγολικές και τις τουνγκουζικές. Οι τρεις αυτές γλώσσες έχουν κοινά χαρακτηριστικά τόσο στην δομή όσο και στο λεξιλόγιο. Οι τουρκικές γλώσσες αποτελούνται από σαράντα-μια γλώσσες, οι μογγολικές από δεκατέσσερις και οι τουνγκουζικές από δώδεκα.

Οι ουραλικές γλώσσες είναι μια οικογένεια τριάντα γλωσσών, εκ των οποίων τους περισσότερους ομιλητές, ως πρώτη γλώσσα, έχουν η ουγγρική, η φινλανδική και η εσθονική. Σημαντικός αριθμός ομιλητών ουραλικών γλωσσών υπάρχει στις: Βοϊβοντίνα (σερβική επαρχία), Εσθονία, Νορβηγία, Ουγγαρία, Ρουμανία, Ρωσική Ομοσπονδία, Σουηδία, και Φινλανδία.

Στο παρελθόν θεωρούνταν συγγενείς με τις αλταϊκές γλώσσες και στην επιστήμη ήταν διαδεδομένη η «ουραλοαλταϊκή θεωρία», στη συνέχεια όμως η θεωρία αυτή

εγκαταλείφθηκε και σήμερα οι γλωσσολόγοι πιστεύουν ότι πρόκειται για δύο διαφορετικές οικογένειες χωρίς κοινό πρόγονο<sup>15</sup>.

## 2.5 Ιστορία

Η ιστορία της Ρωσίας ξεκινάει ήδη από τον 9<sup>ο</sup> αιώνα και την σχηματοποίηση της ηγεμονίας του Κιέβου. Στην προκειμένη περίπτωση θα γίνει μια γενική επισκόπηση της περιόδου της Σοβιετικής κυριαρχίας και της Μετά-Σοβιετικής Ρωσίας.

Η επανάσταση του Φεβρουαρίου του 1917 σήμαινε την πτώση της μοναρχίας. Η επανάσταση αυτή τροφοδοτήθηκε από την δυσαρέσκεια για τις οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Ο τσάρος Νικόλαος Β' δεν μπόρεσε να ανταπεξέλθει στα καθήκοντα του αρχηγού του κράτους και αναγκάστηκε να παραιτηθεί, δημιουργώντας ένα πολιτικό κενό, το οποίο χρειαζόνταν άμεση προσοχή. Στην ανάγκη αυτή συγκροτήθηκε μια ασταθή συμμαχία πολιτικών κομμάτων, η λεγόμενη Προσωρινή Κυβέρνηση, η οποία ήταν να παραμείνει στην εξουσία μέχρι να συγκληθεί ένα δημοκρατικό κοινοβούλιο. Ταυτόχρονα δημιουργούνταν ένα εναλλακτικό σοσιαλιστικό καθεστώς, το Σοβιέτ της Αγίας Πετρούπολης, το οποίο ασκούσε εξουσία μέσω των δημοκρατικά εκλεγμένων συμβουλίων των αγροτών και των εργατών, των Σοβιέτ.

Η Προσωρινή Κυβέρνηση ήταν αδύναμη και δεν μπορούσε να βασιστεί στον στρατό. Ένα βασικό λάθος της προσωρινής κυβερνήσεως ήταν η συνέχιση του πολέμου. Η βιομηχανική παρακμή και η αύξηση του πληθωρισμού ώθησαν την ριζοσπαστικοποίηση των εργαζομένων και κόστισαν στην Προσωρινή Κυβέρνηση την απαραίτητη υποστήριξη των επαγγελματιών μεσαίων τάξεων. Το μπολσεβίκικο σύνθημα «Όλη η εξουσία στα Σοβιέτ» ήταν πολύ ελκυστικό. Η διπλή ισχύς επικράτησε. Η κυβέρνηση μίλησε φαινομενικά για την χώρα, αλλά στην πραγματικότητα αντιπροσώπευε μόνο την μεσαία τάξη, ενώ τα Σοβιέτ τους εργαζομένους και τους αγρότες. Οι μενσεβίκοι (μετριοπαθείς σοσιαλιστές), μετά τον Φεβρουάριο, κυριάρχησαν στα Σοβιέτ της Πετρούπολης και της Μόσχας, παρόλα αυτά οι μπολσεβίκοι ξεκίνησαν να κερδίζουν τοπικές εκλογές, φτάνοντας τον Σεπτέμβρη να έχουν την πλειοψηφία στο Σοβιέτ της Πετρούπολης. Υπό

---

<sup>15</sup> <https://www.britannica.com/place/Russia/Cultural-life>

αυτές τις συνθήκες οι Μπολσεβίκοι, με τον ηγέτη τους Βλαντιμίρ Λένιν, έχοντας την υποστήριξη ενός μεγάλου πλήθους αγροτών και εργαζομένων που ζούσαν στην ύπαιθρο, είχαν την αυτοπεποίθηση του κορυφαίου κόμματος.

Στις 24 Οκτωβρίου ξέσπασε η επανάσταση, με στόχο την δημιουργία μιας κυβέρνησης σοσιαλιστικής συμμαχίας. Ο Κέρενσκι, ο τότε πρωθυπουργός, κατακρήμνισε την επανάσταση, στέλνοντας στρατεύματα να κλείσουν δύο εφημερίδες των Μπολσεβίκων. Οι Μπολσεβίκοι φοβούμενοι μήπως ο Κέρενσκι κινηθεί πιο δραστικά, έστειλαν στρατεύματα για να αναλάβουν τα βασικά σημεία επικοινωνίας και μεταφοράς της πόλης. Με την παρότρυνση του Λένιν, οι Μπολσεβίκοι, στις 26 Οκτωβρίου, ανέτρεψαν την Προσωρινή Κυβέρνηση και η εξουσία είχε περάσει πλέον στα Σοβιέτ, δημιουργώντας το πρώτο σοσιαλιστικό κράτος στον κόσμο.

Μετά την Οκτωβριανή επανάσταση ο Λένιν κατόρθωσε να εξασφαλίσει και να διευθύνει μια αποκλειστικά μπολσεβίκικη κυβέρνηση, μέσω του κυβερνητικού θεσμού, Συμβούλιο των Λαϊκών Επιτρόπων ή Συμβούλιο των Λαϊκών Κομισάριων, γνωστό με το ακρωνύμιο "Sovnarkom". Από το σύνθημα των μπολσεβίκων «Ειρήνη, γη και ψωμί», το πιο δύσκολα αποδείχθηκε το πρώτο. Στην Ρωσία ασκούσαν μεγάλη πίεση από τα γερμανικά στρατεύματα, κατά την περίοδο του μεγάλου πολέμου, οπότε στις 28 Νοεμβρίου του 1917 έγινε η πρόταση για ανακωχή και στις 3 Μαρτίου του 1918 υπογράφει η Συνθήκη του Μπρεστ-Λιτόφσκ. Με την Συνθήκη αυτή η μπολσεβίκικη κυβέρνηση αναγκάστηκε να παραδώσει στις Κεντρικές Δυνάμεις τη Καρελία, την Λιθουανία και την Πολωνία. Γενικά η Συνθήκη αυτή ήταν ιδιαίτερα επώδυνη για την Ρωσία, από την οποία αφαιρέθηκαν περίπου το ένα τέταρτο των εδαφών της και σε ένα ίδιο ποσοστό του συνόλου της βιομηχανίας της. Στον μπολσεβίκικο έλεγχο ήταν μόνο ένα τμήμα της Ρωσίας, η Μόσχα, η Πετρούπολη και ένα μεγάλο μέρος της βιομηχανίας. Η επιθυμία των μπολσεβίκων να κυριαρχήσουν στην παλιά τσαρική αυτοκρατορία και σε ολόκληρη την Ρωσία δεν σταμάτησε ποτέ, οπότε ο εμφύλιος πόλεμος ήταν αναπόφευκτος.

Ο Ρωσικός εμφύλιος πόλεμος (Νοέμβριος 1917-Οκτώβριος 1922) έλαβε χώρα μετά από τις Ρωσικές επαναστάσεις του 1917 και ο κύριος στόχος ήταν ο καθορισμός του πολιτικού μέλλοντος της Ρωσίας. Οι δύο κύριες μαχόμενες ομάδες ήταν ο Κόκκινος Στρατός (των αγροτών και των εργατών), από την μεριά του μπολσεβίκικου σοσιαλισμού και ο Λευκός Στρατός ή Λευκό Κίνημα, στον πυρήνα του οποίου ήταν αντι-μπολσεβίκικες

στρατιωτικές και πολιτικές δυνάμεις. Επιπλέον, υπήρχαν και οι Πράσινοι, οι οποίοι πολεμούσαν τόσο κατά των Μπολσεβίκων, όσο και των Λευκών. Ο Λευκός Στρατός είχε ιδιαίτερους συμμάχους από την Βρετανία, τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, την Ιταλία και φυσικά την Γερμανία, οι οποίες προσέφεραν υλική και οικονομική βοήθεια. Ο Κόκκινος Στρατός μετά την νίκη του έναντι στον Λευκό Στρατό στη Σιβηρία το 1919, αντιμετώπιζε από εκεί και έπειτα τα απομεινάρια του. Ο Ρωσικός Εμφύλιος πόλεμος κατέληξε με περίπου δώδεκα εκατομμύρια απώλειες, και χωρίς αμφισβήτηση θεωρείται ως η μεγαλύτερη εθνική καταστροφή της Ευρώπης.

Πολλά κινήματα υπέρ της ανεξαρτησίας προέκυψαν μετά την διάλυση της Ρωσικής Αυτοκρατορίας και πολέμησαν στον εμφύλιο πόλεμο. Αρκετά τμήματα της πρώην Ρωσικής Αυτοκρατορίας – Αρμενία, Αζερμπαϊτζάν, Γεωργία, Φινλανδία, Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία, Πολωνία και Ουκρανία – δημιουργήθηκαν ως κυρίαρχα έθνη, με τους δικούς τους εμφυλίους πολέμους και πολέμους ανεξαρτησίας. Κάποια από αυτά αποκατέστησαν την ανεξαρτησία τους. Το υπόλοιπο της Ρωσικής Αυτοκρατορίας ενοποιήθηκε στην Σοβιετική Ένωση λίγο αργότερα.

Μετά τον εμφύλιο πόλεμο οι βασικοί τομείς της οικονομίας-βαριά βιομηχανία, επικοινωνίες και μεταφορές- παρέμειναν στα χέρια του κράτους και είχαν υποστεί βαριές ζημιές, ενώ εκατομμύρια άνθρωποι έζησαν την μετανάστευση και τον ρωσικό λιμό. Υπό την πίεση της γρήγορης ανάπτυξης της εργατικής τάξης και το ζήτημα της ασφάλειας της χώρας η Σοβιετική Ένωση έδωσε την θέση της στην Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών (ΕΣΣΔ). Έτσι στις 30 Δεκεμβρίου του 1922 η Σοβιετική Ένωση διαιρέθηκε σε δεκαπέντε συνιστώσες δημοκρατίες, με την Ρωσία να παραμένει στην ηγεμονική θέση και την Μόσχα ως πρωτεύουσα της ένωσης. Μετά τον θάνατο του Λένιν (Ιανουάριος 1924) ξεκίνησε ένας αγώνας διαδοχής με διάρκεια μέχρι το τέλος της δεκαετίας. Ο Στάλιν ήταν αυτός που κατόρθωσε να επιβληθεί και να χρησιμοποιήσει το κόμμα ως βάση εξουσίας, ενώ ο Τρότσκι, ο οποίος ήταν και ο φυσικός διάδοχος τους Λένιν, εξορίστηκε το 1929. Επομένως, το κόμμα αποκόμισε την γραμμή του Στάλιν για διάδοση του σοσιαλισμού μέσω μια χώρας, της Σοβιετικής Ένωσης.

Ο Στάλιν στράφηκε προς τον «Μεγάλο Ρωσικό» εθνικισμός για την ενίσχυση του σοβιετικού καθεστώτος. Την περίοδο εκείνη η εκβιομηχάνιση αναπτύχθηκε ιδιαίτερα στη Ρωσία. Ωστόσο, υπήρχαν σημαντικές αντιστάσεις στις αγροτικές περιοχές. Η Ουκρανία



συγκεκριμένα υπέφερε λόγω της καταναγκαστικής κολεκτιβοποίησης. Οι πολιτικές του Στάλιν στη συνέχεια έφεραν γενικευμένη πείνα στη συγκεκριμένη δημοκρατία, ειδικά το 1932-33, όταν πέθαναν εκατομμύρια άνθρωποι. Ωστόσο, πολλοί αξιωματούχοι από την Ουκρανία ήρθαν στη Μόσχα για να κάνουν τη σταδιοδρομία τους, μεταξύ των οποίων και ο Nikita S. Khrushchev. Στις ένοπλες δυνάμεις υπήρχαν και Ρώσοι και Ουκρανοί, αλλά στα ανώτερα κλιμάκια του Κομμουνιστικού Κόμματος η παρουσία των Ουκρανών ήταν ισχνή, ενώ στην κορυφή της πολιτικής αστυνομίας υπήρχαν περισσότεροι Γεωργιανοί και Αρμένιοι, από ότι Ρώσοι.

Η ρωσική βιομηχανία επεκτάθηκε ταχέως κάτω από τον Στάλιν, με την Ουκρανία να είναι δεύτερη. Η εκβιομηχάνιση του Καυκάσου και της Κεντρικής Ασίας άρχισε κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1930 και οι Ρώσοι, με τη βοήθεια των Ουκρανών, έχτισαν αρκετά εργοστάσια. Όμως, την περίοδο της ηγεσίας του Στάλιν οι σκληρές πολιτικές του κράτους και η ξηρασία, οδήγησαν στον λιμό του 1932-1933, με πάνω από έξι εκατομμύρια θύματα.

Στο κατώφλι μιας απειλής πολέμου από την Ναζιστική Γερμανία, η Σοβιετική Ένωση, τον Αύγουστο του 1939, υπέγραψε το σύμφωνο μη επίθεσης με το Τρίτο Ράιχ (Σύμφωνο Μολότοφ-Ρίμπεντροπ). Μέσω αυτού του Συμφώνου ο Χίτλερ είχε ελευθερία κινήσεων αναφορικά με τον πόλεμο που ετοίμαζε κατά της Πολωνίας. Έτσι, μετά την εισβολή των Γερμανών στην Πολωνία, δεκαέξι ημέρες αργότερα πραγματοποιήθηκε και η σοβιετική εισβολή. Η Πολωνία κατέληξε κατεχόμενη από ναζιστικές και σοβιετικές δυνάμεις. Στις 22 Ιουνίου του 1941, το Γερμανοσοβιετικό Σύμφωνο μη Επίθεσης σπάει από την μεριά της Γερμανίας, καθώς εισέβαλε στην Σοβιετική Ένωση, ανοίγοντας το καθοριστικό κεφάλαιο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, χωρίς μεγάλη επιτυχία καθώς αντιμετώπισε αρκετές ήττες. Ο Μεγάλος Πατριωτικός Πόλεμος ή αλλιώς Β' Παγκόσμιος Πόλεμος για τους Ρώσους, είχε περίπου δεκαπέντε εκατομμύρια νεκρούς από τον σοβιετικό στρατό, αλλά και από τον άμαχο πληθυσμό.

Αφού τελείωσε ο πόλεμος ξεκίνησε ένα νέο κεφάλαιο ανταγωνισμού μεταξύ του δυτικού μπλοκ (Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής) και του ανατολικού μπλοκ (Σοβιετική Ένωση) και ονομάστηκε «Ψυχρός Πόλεμος». Οι κύριοι λόγοι ανταγωνισμού βρίσκονταν μεταξύ του γεωπολιτικού, του στρατιωτικού και του οικονομικού επιπέδου. Τα πυρηνικά όπλα ήταν το κομβικό σημείο για την σύγκρουση αυτή, καθώς μέσω αυτών υποδείκνυαν την δύναμή

τους σε μια υποτιθέμενη γενικευμένη σύρραξη. Μετά τον θάνατο του Στάλιν το 1953, αναλαμβάνει ο Νικήτα Χρουστσόφ, ο οποίος ακολούθησε τη θεωρία της εθνικότητας που πρότεινε ότι όλες οι σοβιετικές εθνικές ομάδες θα έρθουν πιο κοντά και τελικά θα συγκεντρωθούν, οι Ρώσοι, βέβαια, θα ήταν η κυρίαρχη ομάδα. Στην πραγματικότητα, όμως, ανθοφόρησαν οι εθνικοί πολιτισμοί και επεκτάθηκαν οι τεχνικές και πολιτιστικές ελίτ. Η πολιτική αποσταλινοποίησης που ακολούθησε είχε απροσδόκητες συνέπειες στην ανατολική και νοτιοανατολική Ευρώπη. Ο Χρουστσόφ οδήγησε την Σοβιετική Ένωση μακριά από την σκληρή περίοδο του Στάλιν και κατάφερε να διατηρήσει την Ρωσία ως κυρίαρχη στην Ένωση.

Μετά τον Χρουστσόφ (1964) αναλαμβάνει ο Λεονίντ Μπρεζνιεφ. Η περίοδος από το 1970 μέχρι και το 1980 χαρακτηρίστηκε από έντονη στασιμότητα τόσο στον οικονομικό όσο και στον κοινωνικό τομέα. Ο Μπρεζνιεφ μέχρι και το 1982 που πέθανε, δεν είχε τον αποτελεσματικό έλεγχο της χώρας, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Τα αυξανόμενα προβλήματα της χώρας οφείλονταν στην δομή του ίδιου το σοβιετικού οικονομικού συστήματος. Από το 1985 αναλαμβάνει ο Μιχαήλ Γκορμπατσόφ, ο οποίος ξεκίνησε την περεστρόικα. Αρχικά η αναδιάρθρωση του Γκορμπατσόφ ξεκινούσε με μικρές μεταρρυθμίσεις προκειμένου να φέρει την Σοβιετική Ένωση στο ίδιο οικονομικό επίπεδο με την Δύση. Όμως γρήγορα αντιλήφθηκε πως χρειαζόνταν βαθύτερες διαρθρωτικές αλλαγές. Το 1991 η κατάσταση στην χώρα είχε φτάσει σε ακραίο επίπεδο στον οικονομικό και πολιτικό τομέα. Το δημοψήφισμα που διεξήχθη στις 17 Μαρτίου τάχθηκε υπέρ της διατήρησης της Σοβιετικής Ένωσης, με μια νέα ομοσπονδιακή μορφή. Τον Αύγουστο έγινε απόπειρα ενός κακοσχεδιασμένου πραξικοπήματος κατά του Γκορμπατσόφ, καθώς ο Γιέλτσιν, ζήτησε την επανεξέτασή του ως προέδρου της Σοσιαλιστικής Ομοσπονδίας, με αποτέλεσμα την κατάρρευση του Κομμουνιστικού Κόμματος της Σοβιετικής Ένωσης. Παρά τη βούληση που εξέφρασε ο λαός στο προηγούμενο δημοψήφισμα, στις 25 Δεκεμβρίου 1991, η ΕΣΣΔ θα διαλυθεί ενώ τα εδάφη της θα αποτελέσουν 15 νέα ανεξάρτητα δημοκρατικά κράτη. Με αυτό τον τρόπο ο Μιχαήλ Γκορμπατσόφ έμεινε ως ο τελευταίος ηγέτης της Σοβιετικής Ένωσης.

Η ΕΣΣΔ έπαψε να υπάρχει νομίμως στις 31 Δεκεμβρίου του 1991, η Ρωσική Ομοσπονδία πλέον εντάχθηκε στον δρόμο της δημοκρατίας και της οικονομίας της αγοράς, παρά την σοβαρή διαταραχή της και του οικονομικού χάους που δέσποζε. Η Ρωσία βρίσκονταν σε μια οικονομική κατάρρευση και θα έπρεπε να μεταμορφωθεί

ολόκληρη η οικονομία. Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) μειώθηκε κατά το ένα έκτο και το έλλειμα του προϋπολογισμού ήταν περίπου το ένα τέταρτο του ΑΕΠ.

Στην πολιτική σκηνή διαδραμάτισε καίριο ρόλο ο Μπόρις Γιέλτσιν, ο οποίος εξελέγη πρόεδρος της Ρωσικής Σοβιετικής Ομοσπονδιακής Σοσιαλιστικής Δημοκρατίας το 1991 και μετά την κατάρρευση της ΕΣΣΔ επανεξελέγη το 1996. Ο Γιέλτσιν είχε ως προτεραιότητα την διατήρηση της εξουσίας του και χρησιμοποιούσε αποτελεσματικά μια στρατηγική διαίρεσης και διακυβέρνησης, με την οποία δημιουργήθηκαν φατρίες, οι οποίες έρχονταν συχνά σε ρήξη μεταξύ τους. Μέχρι και την παραίτησή του το 1999, δεν ίδρυσε το δικό του κόμμα, ούτε και υποστήριξε κάποιο άλλο, καθώς πίστευε πως ο πρόεδρος πρέπει να παραμένει πάνω από τη πολιτική του κόμματος ως μεσολαβητής της εξουσίας.

Μετά την παραίτηση του Γιέλτσιν, στην θέση του διορίστηκε ο Βλαντιμίρ Πούτιν, ο οποίος το 2000 κέρδισε τις προεδρικές εκλογές. Ο Πούτιν θεωρούνταν από πολλούς ως ο πρόεδρος που θα εγκαθιδρύσει την πολιτική και οικονομική τάξη και θα επιλύσει το πρόβλημα της Τσετσενίας. Όντως κέρδισε τους Τσετσένους μέσα σε ένα σύντομο χρονικό διάστημα και εξασφάλισε την εδαφική ακεραιότητα της Ρωσίας. Κατά την διάρκεια της θητείας του ο Πούτιν ενίσχυσε τις σχέσεις της Ρωσίας με την Ευρώπη (κυρίως με το Ηνωμένο Βασίλειο, την Γαλλία και την Γερμανία), αλλά και με τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, ιδιαίτερα μετά την τρομοκρατική επίθεση της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου του 2001. Επιπλέον ενισχύθηκαν οι δεσμοί με την Κίνα και την Ινδία. Ενώ ενίσχυσε τις ένοπλες δυνάμεις με χρηματοδότηση από την πώληση όπλων και στόχευσε στην ανάπτυξη του ρωσικού στρατιωτικού βιομηχανικού συγκροτήματος. Οι πολιτικές του σε συνδυασμό με τις καλές τιμές πετρελαίου και την ευελιξία που έδινε το εθνικό νόμισμα, βελτίωσαν την οικονομία. Το επίπεδο ζωής βελτιώθηκε, όπως και το αίσθημα της ασφάλειας και της σταθερότητας.

Στις εκλογές του 2008 πρόεδρος εξελέγη ο Ντμίτρι Μεντβέντεφ και ο Πούτιν συνέχισε την πορεία του στην πολιτική ως πρωθυπουργός. Στις 4 Μαρτίου του 2012 ο Πούτιν εξελέγη για τρίτη φορά πρόεδρος με ποσοστό 64% και στην θέση του πρωθυπουργού διόρισε τον Μεντβέντεφ. Τους πρώτους μήνες της θητείας του ασχολήθηκε με την εξουδετέρωση ή την περιθωριοποίηση του κινήματος διαμαρτυρίας, εφαρμόζοντας νέους νόμους κατά τους οποίους οι διοργανωτές και οι συμμετέχοντες σε μη εξουσιοδοτημένες διαδηλώσεις

θα υποβάλλονταν σε αυστηρά και υψηλά πρόστιμα. Τα μέτρα αυτά επικρίθηκαν από τις δυτικές κυβερνήσεις.

Στο σημαντικό ζήτημα της Ουκρανίας ο Πούτιν διαδραμάτισε ενεργό ρόλο, όταν στις 16 Μαρτίου διεξήχθη δημοψήφισμα στην Κριμαία και 97% των ψηφοφόρων δήλωσαν ότι προτιμούν να εγκαταλείψουν την Ουκρανία και να ενταχθούν στη Ρωσία. Στις 18 Μαρτίου ο Πούτιν και τα μέλη του κοινοβουλίου της Κριμαίας υπέγραψαν μια συνθήκη που μεταβίβασε τον έλεγχο της χερσονήσου στη Ρωσία. Ο Πούτιν στις εκλογές του 2018 κέρδισε και συνέχισε ως πρόεδρος στην τέταρτη θητεία του<sup>16</sup>.

## 2.6 Διακυβέρνηση-Σύνταγμα<sup>17</sup>

Προτού αναλυθεί το ισχύον Σύνταγμα της Ρωσίας θα γίνει μια σύντομη αναφορά στα τέσσερα Συντάγματα που ψηφίστηκαν κατά την διάρκεια ισχύος της Σοβιετικής Ένωσης.

Το πρώτο Σοβιετικό Σύνταγμα ψηφίστηκε στις 10 Ιουλίου του 1918 και ανακήρυττε την Ρωσία, στο πρώτο του άρθρο, ως Δημοκρατία των Συμβουλίων (Σοβιέτ) των επιτροπών των εργατών, των στρατιωτών και χωρικών και η κάθε εξουσία άνηκε στα συγκεκριμένα συμβούλια. Το Σύνταγμα του 1924 είναι η διευρυμένη Συνθήκη Δημιουργίας της ΕΣΣΔ, η οποία νομιμοποίησε «εκ του δικαίου» την Ένωση μερικών Σοβιετικών δημοκρατιών και συγκρότησε την νέα κεντρική ομοσπονδιακή κυβέρνηση. Έπειτα το Σύνταγμα του 1936 αύξησε τα ομόσπονδα κράτη από τέσσερα σε ένδεκα, αναδιοργάνωσε την ΕΣΣΔ σε καθαυτό ομοσπονδιακή χώρα και δημιούργησε ένα μόνιμο κοινοβούλιο, το Ανώτατο Σοβιέτ. Το τελευταίο από τα Σοβιετικά Συντάγματα, το Σύνταγμα του 1977, διακήρυσσε την άσκηση όλων των εξουσιών από τον λαό και όριζε το Κομμουνιστικό Κόμμα Σοβιετικής Ένωσης ως ηγέτη του σοβιετικού λαού<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Robert Conquest, Martin McCauley, John C. Dewdney, Richard E. Pipes, Soviet Union, *Historical State* (<https://www.britannica.com/place/Soviet-Union>)

<sup>17</sup> Rod Hague, Martin Harrop (2005) «Συγκριτική πολιτική και διακυβέρνηση: Νέα αναθεωρημένη έκδοση», Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, Αθήνα, σελ.: 316

<sup>18</sup> el.wikipedia.org

Το Σύνταγμα του 1993 και ισχύον Σύνταγμα της Ρωσικής Ομοσπονδίας, ξεκίνησε όταν ο Γιέλτσιν (Πρόεδρος της Ρωσίας) διατύπωσε την ανάγκη για ένα Σύνταγμα που θα έδινε στον Πρόεδρο μεγαλύτερες εξουσίες. Η τότε σύνθεση του Κοινοβουλίου ήταν αρνητική απέναντι σε αυτή την διατύπωση και με την διάλυση του σώματος το 1993, από τον Γιέλτσιν, εκπονήθηκε το δημοψήφισμα για την αποδοχή ή όχι του πρόσφατα σχεδιασμένου Συντάγματος και το αποτέλεσμα ήταν 54,5% υπέρ αυτού. Το ισχύον Σύνταγμα ορίζει την Ρωσία ως «δημοκρατική ομοσπονδιακή νομική χώρα με δημοκρατικής μορφής κυβέρνηση» και θεμέλιο του πολιτεύματος και πηγή εξουσίας είναι ο λαός.

Ανώτατος άρχοντας είναι ο Πρόεδρος και κατέχει μεγάλες εξουσίες, κυρίως για τις κατευθύνσεις της εξωτερικής και εσωτερικής πολιτικής. Επιπλέον είναι αιρετός και αναδεικνύεται κάθε τέσσερα χρόνια με γενικές πανεθνικές εκλογές. Το πολίτευμα έχει στοιχεία ημιπροεδρικού συστήματος, καθώς η κυβέρνηση απολαμβάνει την εμπιστοσύνη και του Προέδρου και του κοινοβουλευτικού σώματος. Το κοινοβούλιο αποτελείται από 628 μέλη συντεθειμένο από δύο σώματα, τη Δούμα (450 Μέλη) και το Συμβούλιο της Ομοσπονδίας (178 Μέλη). Ο Πρόεδρος, επιπροσθέτως, έχει την εξουσία να διορίζει τον πρωθυπουργό, ο οποίος με την σειρά του προτείνει τον διορισμό ή την παύση των μελών της Κυβέρνησης και του Υπουργικού Συμβουλίου. Επίσης, με πρόταση του Προέδρου εγκρίνονται μέσω του κοινοβουλίου οι δικαστές που θα απαρτίζουν το Ανώτατο Δικαστήριο, το Συνταγματικό Δικαστήριο αλλά και το Ανώτατο Δικαστήριο Διαιτησίας. Η αρμοδιότητα του Προέδρου, επεκτείνεται και για τα μέλη της Γενικής Εισαγγελίας, για τους Αρχηγούς των Ενόπλων Δυνάμεων και για τους δικαστές που επανδρώνουν τα περιφερειακά δικαστήρια.

Η Ρωσία όντας ομοσπονδιακό κράτος αποτελείται από 83 ομοσπονδιακά υποκείμενα, τα οποία διαθέτουν δική τους σημαία και εθνόσημο, ενώ βρίσκονται σε μια κατάσταση ισοτιμίας, ανεξαιρέτως της νομικής υπόστασης ή του πληθυσμιακού μεγέθους τους<sup>19</sup>:

1. **46 περιφέρειες** (με ομοιογενή ρωσικό πληθυσμό, με τοπική βουλή και κυβερνήτη διορισμένο από τον Ρώσο Πρόεδρο)
2. **9 εδάφη** (μεθοριακές περιοχές)

---

<sup>19</sup> <https://el.wikipedia.org>

3. **22 δημοκρατίες** (αυτόνομες με τοπικό σύνταγμα, αλλά εκπροσωπούνται από την κεντρική κυβέρνηση. Επίσης, το όνομά τους είναι αυτό της αυτόχθονας μειονότητας)
4. **3 ομοσπονδιακές πόλεις** (υπάγονται στην δικαιοδοσία της ρωσικής κυβέρνησης)
5. **4 αυτόνομοι θύλακες** (έδρες μειονοτήτων)
6. **1 αυτόνομη περιφέρεια** (Εβραϊκή Αυτόνομη Περιφέρεια)

## 2.7 Ελληνισμός στην Ρωσία

Οι πρώτες ομαδικές εγκαταστάσεις Ελλήνων στην Ρωσία πραγματοποιήθηκαν κατά τον δεύτερο ελληνικό αποικισμό στην αρχαιότητα. Στην νότια ακτή του Ευξείνου δημιουργήθηκε η πρώτη ελληνική αποικία (*η Σινώπη*), μετά δημιουργήθηκαν και άλλες αποικίες φτάνοντας, συνολικά, τις 75. Οι Έλληνες έκαναν την εμφάνισή τους από την αρχαιότητα στην περιοχή και σε αυτή στηρίχθηκε η εξέλιξη των ελληνικών πόλεων κατά την βυζαντινή, και την μετέπειτα οθωμανική περίοδο. Η επαφή των Ρώσων με τους Έλληνες διαδραμάτισε καταλυτικό ρόλο στον εκχριστιανισμό των πρώτων και μέσω της ορθοδοξίας οι δεσμοί τους έγιναν ισχυροί ανά τα χρόνια<sup>20</sup>.

Εκτός από την περίοδο της αρχαιότητας και των Βυζαντινών χρόνων, έντονη ελληνική παρουσία, υπήρχε και κατά την οθωμανική αυτοκρατορία. Υπόδουλοι και καταπιεσμένοι Έλληνες βρήκαν καταφύγιο στον Εύξεινο Πόντο, τον Καύκασο, την Γεωργία και την νότια Ρωσία. Ο ελληνικός πολιτισμός άκμασε ξανά στους παλιούς αποικισμούς και σε νέα εδάφη της Ρωσίας. Πολλοί Έλληνες του μικρασιατικού χώρου και ιδιαίτερα του Πόντου, λόγω των αφόρητων συνθηκών της οθωμανικής κυριαρχίας και του έντονου φανατισμού των μουσουλμάνων, άδραξαν την ευκαιρία της πολιτικής της ανοιχτής φιλοξενίας των ρωσικών αρχών και φυγαδεύτηκαν προς την Ρωσία<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Φωτιάδης Κωνσταντίνος, (2008), *Οι εξισλαμισμοί της Μικράς Ασίας και οι κρυπτοχριστιανοί του Πόντου*, Θεσσαλονίκη, σελ. 241

<sup>21</sup> Παπαδόπουλος Α. Άνθιμος, (1998), *Ο υπόδουλος Ελληνισμός της Ασιατικής Ελλάδος*, Αθήνα, σελ. 33

Η Άλωση της Κωνσταντινούπολης από τους Οθωμανούς (1453) ήταν η απαρχή της νεοελληνικής διασποράς, όταν διανοούμενοι Έλληνες επέλεξαν την Ρωσία ως νέα πατρίδα τους και όχι μόνο ενσωματώθηκαν πολύ γρήγορα, αλλά με τα έργα τους συνέβαλλαν την ανάπτυξη του ρωσικού πολιτισμού. Έπειτα, η Άλωση της Τραπεζούντας από του Οθωμανούς (1461) οδήγησε πολλούς Έλληνες του Πόντου προς την ομόδοξη Ρωσία. Μέχρι τον 16<sup>ο</sup> και 17<sup>ο</sup> αιώνα οι μετακινήσεις συνεχίστηκαν αλλά δεν ήταν μαζικές.

Τον 18<sup>ο</sup> αιώνα ο λόγος μετανάστευσης των Ελλήνων προς την Ρωσία γίνεται κυρίως για οικονομικούς λόγους. Σε περιοχές με εξορμητική δραστηριότητα συγκεντρώθηκαν πάνω από πεντακόσιες οικογένειες Ελλήνων μεταλλουργών, προκειμένου να εργαστούν και να επιβιώσουν. Η Γεωργία δεχόταν αρκετά ρεύματα Ελλήνων και ειδικά μετά το 1801, από την ένωσή της με την Ρωσία, καθώς επιδίωκαν να ενισχύσουν τις περιοχές αυτές με χριστιανούς, εχθρικά διακείμενους στην Οθωμανική αυτοκρατορία<sup>22</sup>.

Την δεύτερη δεκαετία του 19<sup>ου</sup> αιώνα και πριν την έκρηξη της ελληνικής επανάστασης, οι νοτιοανατολικές ρωσικές στέπες άρχισαν να δέχονται Έλληνες από τον Πόντο και από άλλες μικρασιατικές περιοχές, εκ των οποίων οι περισσότεροι ήταν γεωργοί, βιοτέχνες και έμποροι. Η μετακίνηση νέων ελληνικών ομάδων προς τον Καύκασο ξεκίνησε λόγω μιας σειράς έντονων πολιτικών εξελίξεων όπως ο Κριμαϊκός πόλεμος (1853-1856) και έπειτα η ψήφιση του διατάγματος «Χάτι Χουμαγιούν» (18 Φεβρουαρίου 1856), το οποίο με την μερική ανεξιθρησκεία που προσέφερε, οδήγησε τις ομάδες των Κρυπτοχριστιανών να αποκαλυφθούν και σαν συνέπεια έγιναν αποδέκτες πιέσεων και διώξεων. Μεγάλο κύμα φυγής σημειώθηκε μετά την λήξη του Α' Παγκοσμίου Πολέμου μέχρι και την Μικρασιατική Καταστροφή. Από το 1914 μέχρι το 1923 σημειώθηκε η συστηματική γενοκτονία των Ελλήνων του Πόντου από το κεμαλικό καθεστώς.

Στην περιοχή της Ρωσίας ιδρύθηκαν πάνω από τριάντα ελληνικά Προξενεία μεταξύ του 1890 και 1912, προκειμένου να ενισχύσουν τον εκεί ελληνισμό. Με βάση τα στοιχεία τους ο συνολικός πληθυσμός των Ελλήνων της Ρωσίας ήταν περίπου 700.000. Το ελληνικό στοιχείο και η ιδεολογία επηρέασαν τον ρωσικό πληθυσμό και βοήθησαν στην ανάπτυξη νέων συμπεριφορών. Η επιμονή, βέβαια, του ελληνισμού στις εθνικές του ιδιαιτερότητες,

---

<sup>22</sup> Αρχιμανδρίτου Παναρέτου Κ. Τοπαλίδου, (1927), *Ο Πόντος ανά τους αιώνες*, Δράμα, σελ. 231

του στοίχισε με διώξεις και εξορίες προς τις στέπες της κεντρικής Ασίας, ιδιαίτερα στην σταλινική περίοδο .

## 2.8 Οικονομία

Η Ρωσία αποτελεί μια ελκυστική αγορά για τις ευρωπαϊκές και ελληνικές επιχειρήσεις. Οι λόγοι που την κάνουν δημοφιλή είναι αρχικά το μέγεθός της, τόσο σε έκταση, όσο και σε πληθυσμό, το χαμηλό εργατικό κόστος και τα αποθέματα πρώτων υλών. Η οικονομία της Ρωσίας αναπτύσσεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια, γεγονός το οποίο στηρίζεται, κυρίως, στην παραγωγή φυσικού αερίου και πετρελαίου. Προτού προχωρήσουμε σε περεταίρω ανάλυση, είναι ιδιαίτερα χρήσιμο να λάβουμε υπόψη μας ορισμένα βασικά μακροοικονομικά στοιχεία της Ρωσικής Ομοσπονδίας για τα έτη 2016, 2017 και 2018 (Πίνακας 10):

**Πίνακας 10:** Μακροοικονομικά Μεγέθη Ρωσικής Ομοσπονδίας (2016-2018)<sup>23</sup>

	2016	2017	2018
<b>Α.Ε.Π<sup>24</sup> (ονομαστική αξία) (τρις.)</b>	1,28\$	1,55%	1,60\$
<b>Μεταβολή Α.Ε.Π</b>	-0,2%	+1,5%	+2,3%
<b>Κατά Κεφαλήν Α.Ε.Π</b>	8.759,0\$	10.743,1\$	10.922,1\$
<b>Μέση Ανεργία</b>	5.5%	5.2%	5.2%
<b>Μέσος Πληθωρισμός<sup>25</sup></b>	7,0%	3,7%	4,3%
<b>Έλλειμα % Α.Ε.Π</b>	-3,7%	-1,5%	-1,5%
<b>Εξωτερικό Χρέος (δισ.) (31/12)</b>	518,3\$	529,5\$	454,0\$
<b>Συναλλαγματική Ισοτιμία (\$/€)</b>	1\$=63,10R 1€=72,44R	1\$=59,17R 1€=63,28R	1\$=63,7R 1€=74,8R
<b>Βασικό Επιτόκιο</b>	10%	7,75%	7,75%
<b>Συναλλαγματικά Διαθέσιμα<sup>26</sup> (31/12)</b>	402,4 δισ.\$	417,8 δισ.\$	479,3 δισ.\$

<sup>23</sup> «Ετήσια Έκθεση για την οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας και την Ανάπτυξη των Διμερών οικονομικών και Εμπορικών σχέσεων» (2018) Πρεσβεία της Ελλάδος στην Μόσχα-Γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων, Απρίλιος, 2019, σελ.: 6,9 και 10

<sup>24</sup> **Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν** (Gross Domestic Product - GDP) «το σύνολο όλων των προϊόντων και αγαθών που παράγει μια οικονομία σε διάστημα ενός έτους, εκφρασμένο σε χρηματικές μονάδες.»

<sup>25</sup> **Πληθωρισμός** «η συνεχής αύξηση του γενικού επιπέδου τιμών μιας οικονομίας σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, που προκαλεί πτώση στην αγοραστική δύναμη.»

<sup>26</sup> **Συναλλαγματικά διαθέσιμα** «περιουσιακά στοιχεία, ξεχωριστά από τα εγχώρια τραπεζογραμμάτια και αξιόγραφα, που κρατούν οι κεντρικές τράπεζες και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μέσα διεθνών πληρωμών.»



<b>Μέσος Μηνιαίος Μισθός/Εργαζόμενο</b>	37.408R	40.805R	41.600R
<b>Εξαγωγές (Προϊόντα) (εκατομ. \$)</b>	285.772,5	357.816,5	449.347,2
<b>Εισαγωγές (Προϊόντα) (εκατομ. \$)</b>	182.346,8	227.502,6	238.151,4
<b>Εμπορικό Ισοζύγιο (εκατομ. \$)</b>	103.425,7	130.313,9	211.195,8
<b>Εξαγωγές (Υπηρεσίες) (εκατομ. \$)</b>	50.546,3	57.818,2	48.655,3
<b>Εισαγωγές (Υπηρεσίες) (εκατομ. \$)</b>	74.599,2	88.914,4	71.252,5
<b>Εμπορικό Ισοζύγιο (εκατομ. \$)</b>	-24.052,9	-31.096,2	-22.597,2

Η ρωσική οικονομία εξαρτάται περισσότερο από εσωτερικούς παράγοντες, όπως η ενδυνάμωση του κατασκευαστικού τομέα, του γεωργικού τομέα, της χημικής βιομηχανίας, των μεταφορών, της φαρμακευτικής βιομηχανίας και τεχνολογιών επικοινωνίας. Συγκριτικά με τα παλαιότερα χρόνια, η οικονομία της έχει γίνει ανταγωνιστικότερη, βέβαια, η οικονομική ανάπτυξη είναι μια συνεχής διαδικασία, η οποία τροφοδοτείται, κυρίως, με επενδύσεις, εάν δεν υπάρχουν οι απαραίτητοι δημόσιοι πόροι, όπως ακριβώς συμβαίνει στην Ρωσία. Η Κεντρική Τράπεζα<sup>27</sup> στοχεύει στην μείωση επιτοκίων δανεισμού, μέσω χαμηλών ρυθμών πληθωρισμού, ώστε να ενισχυθούν οι επενδύσεις. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση για την οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας, το απόθεμα των άμεσων ξένων επενδύσεων είχε ανέλθει στα 550\$ δισ., στο 37% του ΑΕΠ και η προέλευση αυτών ήταν από τις εξής χώρες:

1. Κύπρος (31,2%)
2. Λουξεμβούργο (9,6%)
3. Ολλανδία (8,7%)
4. Μπαχάμες (6,4%)
5. Βερμούδες (5,7%)
6. Ιρλανδία (5,5%)
7. Ην. Βασίλειο (3,9%)
8. Γερμανία (3,5%)

Και οι τομείς που προσελκύουν τις επενδύσεις είναι οι ακόλουθοι:

1. Ορυκτός πλούτος (23,4%)
2. Μεταποίηση (20,1%)
3. Εμπόριο (15,8%)

<sup>27</sup> **Κεντρική Τράπεζα της Ρωσικής Ομοσπονδίας** «ιδρύθηκε το 1860 ως κρατική τράπεζα της Ρωσικής Αυτοκρατορίας, με έδρα την οδό Νεγκλίναγια στη Μόσχα. Οι λειτουργίες της περιγράφονται από το Ρωσικό Σύνταγμα (άρθρο 75) και την ειδική ομοσπονδιακή νομοθεσία. Πρόεδρος είναι η Ελβίρα Ναμπιουλίνα.»

4. Χρηματοπιστωτικός τομέας (13,6%)
5. Δημόσια διοίκηση, άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση (8,7%)
6. Κτηματαγορά (6,2%)

Για την οικονομική πολιτική της Ρωσίας βασική προτεραιότητα αποτελούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες, βάσει του Υπουργείου Οικονομικής Ανάπτυξης, αποτελούν το 30% των εσόδων από τις πωλήσεις προϊόντων. Προκειμένου να ενισχυθεί ο ρόλος τους η Κυβέρνηση παρέχει κίνητρα και διευκολύνει την πρόσβαση σε χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μέσω leasing, factoring και άλλων πιστωτικών εργαλείων.

Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα και την έκθεση<sup>28</sup> «Doing Business 2019», η Ρωσία το 2019 βρίσκεται στην 31<sup>η</sup> θέση, γεγονός που δηλώνει ανάκαμψη, καθώς το 2015 βρισκόταν στην 62<sup>η</sup> θέση. Η έκθεση αυτή μας επιτρέπει να κατανοήσουμε κατά πόσο είναι εύκολο ή δύσκολο η επενδυτική δραστηριότητα σε μια χώρα, μέσω της παρουσίασης ποσοτικών δεικτών για τις επιχειρήσεις, τους κανονισμούς και την προστασία δικαιωμάτων της πνευματικής ιδιοκτησίας. Στην περίπτωση της Ρωσίας ένας από τους παράγοντες που διαδραματίζει αρνητικό ρόλο στην πραγματοποίηση επιχειρηματικών συναλλαγών είναι οι κυρώσεις της Δύσης. Γεγονός που το εντοπίζουμε και στον παραπάνω πίνακα από τις τιμές των εξαγωγών και των εισαγωγών. Συγκεκριμένα οι εξαγωγές των προϊόντων ανακάμπτουν, ενώ οι εισαγωγές μειώνονται, έχοντας ως αποτέλεσμα την αύξηση του εμπορικού πλεονάσματος (από 130.313,9\$ εκατομ. (2017) σε 211.195,8\$ εκατομ.). Ανασταλτικός παράγοντας, θεωρείται επίσης και το υψηλό κόστος διενέργειας διασυνοριακών συναλλαγών.

Στην Ρωσία υπάρχει κοινωνική ανισορροπία όσον αφορά την κατανομή του πλούτου, καθώς μόνο το 10% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού κατέχει το 82% του πλούτου της χώρας. Επιπλέον, η διαφθορά και η μαύρη οικονομία, τα οποία εμπεριέχουν μια πολυπλοκότητα στην καθιέρωσή τους, χρήζουν ιδιαίτερους χειρισμούς προκειμένου να βελτιωθεί ο δείκτης ανάπτυξης της χώρας.

---

<sup>28</sup> World Bank Group, «Doing Business 2019», *Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies, A World Bank Group Flagship Report*

Κατά την διάρκεια του 2018 η ρωσική οικονομία είχε θετική εξέλιξη, ένας από τους παράγοντες που βοήθησε σε αυτό ήταν η αύξηση της τιμής του πετρελαίου, η οποία ανέρχεται στα 70 \$/bbl, αυξημένη κατά 30% (2017) και αναμένεται να διαμορφωθεί στα 71\$/bbl στα επόμενα τρία χρόνια<sup>29</sup>. Η δυναμική ανάπτυξη της Ρωσίας είχε ως κύριο μοχλό της τους μη εμπορεύσιμους τομείς, ενώ από τους εμπορεύσιμους, η μεταποιητική βιομηχανία έκανε αισθητή την παρουσία της. Βέβαια, η ανάπτυξη της εξόρυξης ορυκτών πόρων περιορίστηκε μέχρι τον Ιούνιο του 2018 από στην συμφωνία «ΟΠΕΚ+<sup>30</sup>». Επιπλέον, η επενδυτική δαπάνη αυξήθηκε, η οποία αξιοποιήθηκε κυρίως στην διοργάνωση του παγκόσμιου κυπέλλου 2018, η οποία έχει υπολογιστεί να προσφέρει, μέσω και των βελτιώσεων στις υποδομές των δικτύων μεταφορών, προστιθέμενη αξία στην εθνική οικονομία (~30 δισ. έως και το 2023.)

### 2.8.1 Οικονομικές σχέσεις της Ρωσικής Ομοσπονδίας με Διεθνείς Φορείς

Οι Διεθνείς Οργανισμοί εκφράζουν την ανάγκη και την επιθυμία της παγκόσμιας κοινωνίας για ειρήνη, ασφάλεια και προστασία, ιδιαίτερα μετά την λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Βέβαια, η δράση τους επεκτείνεται και στην εμπορική, οικονομική, κοινωνική και τεχνολογική συμβίωση, κάτω από το πρίσμα ενός οργανισμού, που θα αναλάμβανε τον ρόλο του καθοδηγητή, θα απέδιδε δικαιοσύνη και επέβαλε κυρώσεις. Έτσι και η Ρωσία, ως σαν έθνος κράτος, αφενός με την ανάγκη για προάσπιση της ειρήνης και αφετέρου για λόγους συμφέροντος, συμμετέχει σε αρκετούς Διεθνείς Φορείς.

#### 1. Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ)<sup>31</sup>

Ο ΠΟΕ δραστηριοποιείται σε διεθνές επίπεδο με την διαχείριση των κανονισμών που διέπουν το εμπόριο μεταξύ των εθνών. Σε ένα γενικό πλαίσιο οι φιλελεύθεροι πιστεύουν πως το παγκόσμιο ελεύθερο εμπόριο, όντας αμερόληπτο, μπορεί να μεγιστοποιήσει την

---

<sup>29</sup> World Bank Group, «Russian Economic Report, *Russia's economy: Preserving stability; Doubling growth; Halving poverty -- How?*», November, 2018, σελ.:7

<sup>30</sup> **Οργανισμός Εξαγωγών Πετρελαιοπαραγωγών Χωρών** «έναν διεθνή οικονομικός οργανισμός. Δημιουργήθηκε στη Βαγδάτη του Ιράκ το 1960 από τις ακόλουθες χώρες μέλη Ιράν, Ιράκ, Κουβέιτ, Σαουδική Αραβία και Βενεζουέλα. Πρωταρχικοί στόχοι και σκοποί αυτού του διεθνή οργανισμού ήταν η καθιέρωση ενιαίας πετρελαϊκής πολιτικής μεταξύ των κρατών μελών και ο προσδιορισμός των ευμενέστερων μέτρων προστασίας των συμφερόντων τους με σταθεροποιητικές τιμές της διεθνούς αγοράς σε μια προοπτική αφενός αποφυγής βλαβερών συνεπειών για τα ίδια μέλη - κράτη και αφετέρου σε μία δίκαιη και ομαλή πετρελαϊκή βιομηχανική ανάπτυξη.»

<sup>31</sup> Theodore H. Cohn, «Διεθνής Πολιτική Οικονομία, Θεωρία και Πράξη», μτφρ. Νίκος Λούντος, εκδόσεις GUTENBERG, 2010, σελ. 393-395

ελευθερία και για την διασφάλιση της δημιουργίας εμπορίου και όχι της εκτροπής<sup>32</sup> του, επεμβαίνει το Άρθρο 24 της GATT. Η Ρωσία, μέλος του ΠΟΕ (22 Αυγούστου 2012), έχει ανώτατο δασμολογικό επίπεδο κατά μέσο όρο, για το έτος 2017, 7,8% για όλα τα προϊόντα. Ενώ για τα γεωργικά προϊόντα θα είναι 10,8% και για τα βιομηχανικά προϊόντα θα είναι 7,3%. Σε σύγκριση με την ημέρα ένταξης της στον οργανισμό, η Ρωσία επωφελείται χαμηλότερων ποσοστών.

## 2. Ευρασιατική Οικονομική Ένωση

Η ΕΟΕ αποτελείται από την Ρωσία, τη Λευκορωσία, το Καζακστάν, την Αρμενία και το Κιργιστάν. Τα μέλη της έχουν συμφωνήσει στην κοινή ονοματολογία για τα αγαθά και στο κοινό δασμολόγιο για εισαγόμενα εμπορεύματα από τρίτες χώρες. Το έτος 2018 υιοθετήθηκε νέος τελωνειακός κώδικας και έπαψε να ισχύει η Συνθήκη για τον Τελωνιακό Κώδικα της Τελωνιακής Ένωσης Λευκορωσίας, Καζακστάν και Ρωσίας. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με Ρώσο πρωθυπουργό Dmitry Medvedev, η ΕΟΕ στοχεύει σε σύναψη συμφωνιών ελεύθερου εμπορίου με κράτη της Ασίας και σε μια εμπορική συμμαχία με το Ισραήλ.

## 3. Ευρωπαϊκή Ένωση

Η παράνομη προσάρτηση της Κριμαίας από την Ρωσία το 2014 και τα στοιχεία που αποδεικνύουν πως η Ρωσία βοήθησε τους αντάρτες που μάχονται στα ανατολικά εδάφη της Ουκρανίας πυροδότησαν μια διεθνή κρίση. Η ΕΕ διέκοψε τις τακτικές διμερείς συναντήσεις κορυφής και ανέστειλε τον διάλογο για μια νέα διμερή συμφωνία. Η σχέση της Ρωσίας με την Δύση είναι ακόμα σε ένταση, καθώς τον Σεπτέμβρη του 2015 επενέβη στον πόλεμο στη Συρία υπέρ του Προέδρου Άσαντ.

Στο οικονομικό κομμάτι και συγκεκριμένα στις εξαγωγές και τις εισαγωγές, το εμπορικό ισοζύγιο της ΕΕ είναι ελλειμματικό, καθώς οι εισαγωγές της ΕΕ από την Ρωσία, το 2017, αυξηθήκαν κατά 22,2%, αλλά και οι εξαγωγές της ΕΕ αυξήθηκαν, όμως μόνο 19%.

## 4. Άλλοι Διεθνείς Οργανισμοί

BRICS, είναι ένας διεθνής πολιτικός οργανισμός και ο στόχος είναι η δημιουργία μιας «δίκαιης, δημοκρατικής και πολυπολικής παγκόσμιας τάξης», όπως δήλωσαν και στην πρώτη σύνοδο κορυφής το 2012.

---

<sup>32</sup> Το Λουξεμβούργο έλαβε ακόμη μεγαλύτερη εισροή άμεσων ξένων επενδύσεων, το μεγαλύτερο μέρος όμως των οποίων διαμετακομίστηκαν σε άλλες περιοχές.

Shanghai Cooperation Organisation (SCO), είναι ένας ευρασιατικός οργανισμός για την οικονομία, την ασφάλεια και την πολιτική. Στόχος του είναι μια ομαλή συνεργασία των κρατών σε όλα τα επίπεδα, η διασφάλιση της ειρήνης και η δημιουργία οικονομικών ευκαιριών.

Asia Pacific Economic Cooperation (APEC), η μεγαλύτερη περιφερειακή πρωτοβουλία και αφορά την οικονομική συνεργασία Ασίας-Ειρηνικού. Δημιουργήθηκε σε μια υπουργική σύνοδο στην Αυστραλία, το 1989. Η APEC δίνει έμφαση στην ανοιχτή περιφερειοποίηση και στη διαπεριφερειακότητα και τα 21 μέλη της φαίνεται να διακινούν το μισό παγκόσμιο εμπόριο. Υποστηρίζει το ελεύθερο και ανοιχτό εμπόριο, και τις επενδύσεις και ο βασικός στόχος είναι ένα βιώσιμο οικονομικό περιβάλλον μέσω της περιφερειακής οικονομικής ολοκλήρωσης. Όμως, λόγω της έλλειψης συναίνεσης αναφορικά με τους στόχους, η APEC διαμορφώνεται περισσότερο ως φόρουμ ανταλλαγής ιδεών, και όχι ως ένας οργανισμός με ουσιαστική δράση. Το 1994 υιοθετήθηκε η διακήρυξη του Μπογκόρ, η οποία ορίζει τον στόχο μιας ζώνης ελεύθερου εμπορίου και επενδύσεων, αρχικά μέχρι το 2010 για τις αναπτυγμένες χώρες και έπειτα, μέχρι το 2020 για τις λιγότερο αναπτυγμένες. Εντούτοις, η κάθε οικονομία σχεδιάζει με τον δικό της τρόπο το ελεύθερο εμπόριο, ενώ η φιλελευθεροποίηση θα επέλθει, όχι μέσω διαπραγματεύσεων, αλλά μόνο στην περίπτωση ίδιου συμφέροντος<sup>33</sup>.

World Tourism Organisation (WTO), στόχος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού είναι να προβάλλει και να αναπτύξει τον τουρισμό, προωθώντας μέσα από αυτόν την οικονομική ανάπτυξη, τον σεβασμό των ανθρωπίνων ελευθεριών και την ειρήνη.

## 2.9 Οικονομικές σχέσεις Ελλάδας Ρωσίας

### 2.9.1 Διμερείς Εμπορικές Σχέσεις

---

<sup>33</sup> Theodore H. Cohn, «Διεθνής Πολιτική Οικονομία, Θεωρία και Πράξη», μτφρ. Νίκος Λούντος, εκδόσεις GUTENBERG, 2010, σελ. 431-432

Βάσει της Ετήσιας Έκθεσης για την οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας το έτος 2018 και με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, το 2018 οι ελληνικές εξαγωγές έχουν μειωθεί σχεδόν στο μισό, σε σχέση με το 2013<sup>34</sup>. Συγκεκριμένα, οι ελληνικές εξαγωγές το 2013 ήταν 406.110.188€, ενώ το 2018 ήταν 231.849.171€, διαφορά - 42,91%. Στην ίδια κατάσταση κυμαίνονται και οι ελληνικές εισαγωγές, οι οποίες το 2013 ήταν 6.621.573.682€ και το 2018 μειώθηκαν κατά 37,40%, δηλαδή στα 4.145.123.835€. Ως συνέπεια το εμπορικό ισοζύγιο<sup>35</sup> είναι ελλειμματικό και όγκος εμπορίου μειωμένος κατά 37,72%. Συγκριτικά με το προηγούμενο έτος (2017), οι ελληνικές εξαγωγές, το έτος 2018, μειώνονται κατά 1,37 %, ενώ οι εισαγωγές αυξάνονται κατά 20,99% (βλ.: Πίνακα).

**Πίνακας 11:** Διμερές Εμπόριο Ελλάδας Ρωσίας

	2013	2017	2018	2018/2013 Διαφορά %	2018/2017 Διαφορά %
<b>Ελληνικές Εξαγωγές</b>	406.110.188	235.092.160	231.849.171	-42,91%	-1,37%
<b>Ελληνικές Εισαγωγές</b>	6.621.573.682	3.426.105.094	4.145.123.835	-37,40%	+20,99%
<b>Εμπορικό Ισοζύγιο</b>	-6.215.463.494	-3.191.012.934	-3.913.274.664	-37,04%	+22,63
<b>Όγκος Εμπορίου</b>	7.027.683.870	3.661.197.254	4.376.973.006	-37,72%	+19,55

Πηγή: «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Στον Πίνακα 12 βλέπουμε τα κυριότερα προϊόντα που εξήγαγε η Ελλάδα στην Ρωσία κατά το έτος 2018. Σε σχέση με το 2017 οι εξαγωγές μειώθηκαν κατά 1,37%, σε αυτό συνέβαλλαν η μείωση των εξαγωγών στα γουνόδερα και στα ακατέργαστα καπνά, τα οποία σημειώνουν σημαντική πτώση ύψους 40%, όπως και το 2017, πτώση 43,7% συγκριτικά με το 2016.

Αντιθέτως με τις εξαγωγές στην Ρωσία, οι εισαγωγές κατέγραψαν αύξηση, και στον Πίνακα 13, αναφέρονται τα προϊόντα με την υψηλότερη αξία εισαγωγής για την

<sup>34</sup> Η σύγκριση με το έτος του 2013 γίνεται διότι ήταν έτος προ των δυτικών κυρώσεων και των ρωσικών αντίμετρων.

<sup>35</sup> Η διαφορά μεταξύ των εξαγωγών εμπορευμάτων μιας χώρας και των αντίστοιχων εισαγωγών της.  
Αν, Εξαγωγές < Εισαγωγές → Έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο  
Αν, Εξαγωγές > Εισαγωγές → Περίσσειμα στο εμπορικό ισοζύγιο

Ελλάδα. Το προϊόν που σημείωσε την μεγαλύτερη αύξηση ήταν τα απορρίμματα και θραύσματα σιδήρου και χαλκού (+451,77%) και το σιτάρι και σμιγάδι (+234,99%).

**Πίνακας 12:** Προϊόντα με την υψηλότερη αξία εξαγωγών (Εξαγωγές στην Ρωσική Ομοσπονδία)

Κατηγορία	Περιγραφή	2017 (€)	% επί του συνόλου	2018 (€)	% επί του συνόλου	Μεταβολή %
4303'	Γουνόδερμα	55.133.858	23,4%	47.910.143	20,7%	-13,10%
2710'	Λάδια από πετρέλαιο ή ασφαλτούχα ορυκτά	25.403.828	10,8%	27.177.973	11,7%	+6,98%
8517'	Ηλεκτρικές συσκευές για τηλεπικοινωνία	12.163.817	5,2%	15.102.965	6,5%	+24,16%
7411'	Σωλήνες από χαλκό	13.569.584	5,7%	12.958.172	5,6%	-4,51%
2007'	Γλυκά του κουταλιού	4.374.693	1,9%	8.264.520	3,6%	+88,91%
7607'	Φύλλα και λεπτές ταινίες από αργίλιο	6.405.140	2,7%	8.003.141	3,4%	+24,95%
8428'	Μηχανές και συσκευές για την ανύψωση	6.120.003	2,6%	7.364.111	3,2%	+20,33%
3208'	Χρώματα επίχρισής και βερνίκια	6.978.276	2,6%	7.038.131	3,0%	+0,86%
6802'	Πέτρες κατάλληλες για λάξευση	8.071.355	3,4%	6.718.894	2,9%	-16,76%
2401'	Καπνά ακατέργαστα	9.512.394	4,0%	5.633.486	2,4%	-40,78%
1509'	Ελαιόλαδο	4.712.525	2,0%	5.622.846	2,4%	+19,32%
2005'	Λαχανικά Παρασκευασμένα	3.187.739	1,3%	4.975.580	2,1%	+56,08%
3816'	Τσιμέντα και σκυροδέματα	4.276.091	1,8%	4.567.869	1,9%	+6,82%
3921'	Πλάκες και ταινίες από πλαστικές ύλες	3.138.742	1,3%	4.207.898	1,8%	+34,06%
4302'	Γουνοδέρματα δεψασμένα	4.182.086	1,8%	3.818.450	1,6%	-8,70%
3824'	Συνδεδετικά παρασκευασμένα για καλούπια	2.483.006	1,1%	3.596.716	1,5%	+44,85%
2402'	Πούρα	5.314.036	2,3%	2.757.833	1,2%	-48,10%

Πηγή: «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

**Πίνακας 13:** Προϊόντα με την υψηλότερη αξία εισαγωγών (Εισαγωγές από την Ρωσική Ομοσπονδία)

Κατηγορία	Περιγραφή	2017 (€)	% επί του συνόλου	2018 (€)	% επί του συνόλου	Μεταβολή %
2710'	Λάδια από πετρέλαιο ή ασφαλτούχα ορυκτά	1.688.112.828	49,27%	2.218.512.626	53,52%	+31,42%
2709'	Λάδια ακατέργαστα από πετρέλαιο ή ασφαλτούχα ορυκτά	604.837.985	17,65%	653.940.597	15,78%	+8,12%
2711'	Αέρια πετρελαίου και άλλοι υδρογονάνθρακες	489.519.002	14,29%	635.764.814	15,34%	+29,88%

7601'	Αργίλιο σε ακατέργαστη μορφή	390.410.401	11,40%	260.006.274	6,27%	-33,40%
7403'	Χαλκός	76.682.160	2,24%	117.841.988	2,84%	+53,68%
1001'	Σιτάρι και σμιγάδι	18.290.622	0,53%	61.272.452	1,48%	+234,99%
7204'	Απορρίμματα και θραύσματα σιδήρου ή χάλυβα	9.057.247	0,26%	49.975.286	1,21%	+451,77%
2701'	Λιθάνθρακες	30.441.881	0,89%	33.988.659	0,82%	+11,65%
1005'	Καλαμπόκι	21.995.657	0,64%	13.283.577	0,32%	-39,61%
4412''	Ξυλεία σε φύλλα πολύστρωτα	8.598.730	0,25%	11.018.355	0,27%	+28,14%
3102'	Λιπάσματα ορυκτά ή χημικά αζωτούχα	8.912.228	0,26%	9.477.879	0,23%	+6,35%
3105'	Λιπάσματα ορυκτά ή χημικά που περιέχουν δύο ή τρία λιπαντικά στοιχεία	4.565.157	0,13%	8.594.861	0,21%	+88,27%
4011'	Επίσωστρα από καουτσούκ	4.332.424	0,13%	4.549.844	0,11%	+5,02%
4801'	Χαρτί εφημερίδων	4.365.171	0,13%	4.291.924	0,10%	-1,68%
4301'	Γουνοδέρματα ακατέργαστα	1.888.041	0,06%	3.769.711	0,09%	+99,66%
2303'	Κατάλοιπα αμυλοποιίας	1.844.661	0,05%	3.276.271	0,08%	+77,61%

**Πηγή:** «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Σημαντικό γεγονός για τις διμερείς εμπορικές σχέσεις Ελλάδας και Ρωσίας είναι τα περιοριστικά μέτρα που έχει επιβάλλει η ΕΕ προς την Ρωσία (2014), εξαιτίας της παράνομης προσάρτησης της Κριμαίας. Τα περιοριστικά μέτρα λαμβάνουν διάφορες μορφές, όπως είναι τα διπλωματικά μέτρα (αποκλεισμός της Ρωσίας από την G8) και οι οικονομικές κυρώσεις (απαγορεύσεις στις εξαγωγές και τις εισαγωγές).

Συγκεκριμένα, για την Ελλάδα, οι κυρώσεις προς την Ρωσία είχαν αρνητικό αντίκτυπο, ειδικότερα στα αγροτικά προϊόντα, τα οποία αποτελούν το 41,5% των εξαγωγών της Ελλάδας προς την Ρωσία. Σύμφωνα με τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Εξαγωγών τα κυριότερα προϊόντα που εξάγονται είναι τα νωπά ακτινίδια (25,7€ εκατομ.), τα νωπά ροδάκινα (24,5€ εκατομ.), νωπές φράουλες (23,5€ εκατομ), βερίκοκα και κεράσια (12,01€ εκατομ), νωπά μπρουιόν και νεκταρίνια (10,03€ εκατομ.), ελαιόλαδο (8,05€ εκατομ.) και ελιές (4,8€ εκατομ.).

Το 2012 η αύξηση των ελληνικών εξαγωγών κατά 13,53% οφειλόταν κυρίως στην αύξηση των εξαγωγών των εξής δασμολογικών κατηγοριών: «ακτινίδια» (+51,75% 2012/2011), «ροδάκινα» (+53,33% 2012/2011), «φράουλες» (+48,06% 2012/2011) και «μπρουιόν και νεκταρίνια» (+81,05% 2012/2011). Από το 2013 μέχρι και σήμερα οι



ελληνικές εξαγωγές έχουν μειωθεί στο μισό, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 3, καθώς με το ρωσικό εμπάργκο απαγορεύτηκαν οι εξής πέντε ομάδες προϊόντων: το κρέας και τα αλλαντικά, τα θαλασσινά, τα λαχανικά, τα φρούτα και τα λαχανικά. Βάσει των παρακάτω στοιχείων τις σημαντικότερες μειώσεις κατέγραψαν τα «γουναρικά», οι «λέβητες και οι μηχανές», τα «βαφικά εκχυλίσματα» και τα «όργανα, συσκευές», ενώ αύξηση παρατηρήθηκε τον «ηλεκτρομαγνητικό εξοπλισμό», τα «καπνά» και τα «προϊόντα χημικών βιομηχανιών».

**Πίνακας 14:** Κύριες Ελληνικές Εξαγωγές προς την Ρωσική Ομοσπονδία (2018/2013)

Κατηγορία	Περιγραφή	2013 (€)	2018 (€)
		<b>404.578.638</b>	<b>231.135.109</b>
08	Καρποί και φρούτα	107.975.944	1.805.185
43	Γουνοδέρματα	88.201.002	47.910.143
03	Ψάρια, μαλάκια, ασπρόνδυλα υδροβ.	10.507.984	23.288
20	Παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων	25.621.015	16.220.325
07	Λαχανικά, φυτά, ρίζες	5.184.830	4.520
24	Καπνά-Βιομηχανοποιημένα υποκατάστατα καπνού	4.518.476	8.391.385
74	Χαλκός και τεχνουργήματα από χαλκό	3.890.953	12.966.491
84	Πυρηνικοί αντιδραστήρες, λέβητες, μηχανές	32.808.131	16.549.371
32	Βαφικά εκχυλίσματα, χρωστικές ύλες	18.146.165	9.457.000
90	Όργανα-Συσκευές, οπτικής φωτογραφίας	5.465.353	1.431.262
85	Ηλεκτρολογικό εξοπλισμό	6.508.486	16.171.196
38	Προϊόντα χημικών βιομηχανιών	3.314.347	8.998.951

Πηγή: «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Όσον αφορά το εμπόριο των υπηρεσιών μεταξύ Ελλάδας και Ρωσίας, οι πληρωμές της Ρωσίας προς την Ελλάδα είναι αυξημένες κατά πολύ συγκριτικά με τις αντίστοιχες εισπράξεις. Συγκεκριμένα, το έτος 2013, οι ελληνικές εξαγωγές υπηρεσιών ήταν 2.487.071€, ενώ οι ελληνικές εισαγωγές υπηρεσιών μόλις 171.554€. Βέβαια, οι εισπράξεις από το 2016 και έπειτα μειώνονταν (2016: 1.150.781€ - 2017: 1.297.271€), το ίδιο, όμως, και οι πληρωμές (2016: 130.314€ - 2017: 123.952€). Το γεγονός αυτό οφείλεται, κατά κύριο λόγο, στην φύση των ελληνικών υπηρεσιών, οι οποίες είναι ταξιδιωτικές.

Βασική προϋπόθεση, προκειμένου να κατανοηθούν οι τουριστικές υπηρεσίες που εξάγει η Ελλάδα, είναι να αναλυθούν τα στοιχεία των τουριστικών υπηρεσιών, τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, όσο και προς τη Ρωσία. Η αναφορά περιλαμβάνει το κομβικό έτος, 2013, καθώς τότε με την κρίση συναλλάγματος στη Ρωσία και την πτώχευση πολλών τουριστικών οργανισμών, πολλοί Ρώσοι τουρίστες δεν μπορούσαν να επιστρέψουν στην χώρα τους, το έτος 2017 και το 2018 (9 μηνο). Τα ποιοτικά στοιχεία αφορούν τις τουριστικές αφίξεις ανά χώρα προέλευσης, τις τουριστικές εισπράξεις και την μέση δαπάνη ανά ταξίδι (βλ.: Πίνακας 15):

**Πίνακας 15:** Στοιχεία Τουριστικών Υπηρεσιών

	2013	2017	2018
<b>Τουριστικές Αφίξεις ανά Χώρα Προέλευσης</b>			
<b>Χώρες ΕΕ</b>	10.527.210	18.583.027	18.610.000
<b>Λοιπές Χώρες</b>	7.392.422	8.611.233	7.245.000
<b>Από Ρωσική Ομοσπονδία</b>	1.352.933	588.731	447.100
<b>Σύνολο</b>	<b>20.111.434</b>	<b>30.161.100</b>	<b>28.126.000</b>
<b>Τουριστικές Εισπράξεις ανά Χώρα Προέλευσης</b>			
<b>Χώρες ΕΕ</b>	7.180,3€	9.872,0€	9.722,2€
<b>Λοιπές Χώρες</b>	4.526,7€	4.330,4€	3.903,4€
<b>Από Ρωσική Ομοσπονδία</b>	1.338,6€	418,1€	311,9€
<b>Σύνολο</b>	<b>12.152,2€</b>	<b>14.630,1€</b>	<b>14.110,4€</b>
<b>Μέση Δαπάνη ανά Ταξίδι στην Ελλάδα</b>			
<b>Χώρες ΕΕ</b>	682,1€	531,2€	547,9€
<b>Λοιπές Χώρες</b>	612,3€	502,9€	570,2€
<b>Από Ρωσική Ομοσπονδία</b>	989,4€	710,3€	686,7€

Πηγή: «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

## 2.9.2 Οικονομική συνεργασία Ελλάδας-Ρωσίας

Στο παρόν υποκεφάλαιο θα ασχοληθούμε με το επενδυτικό κομμάτι μεταξύ Ελλάδας και Ρωσίας. Συγκεκριμένα θα αναλύσουμε τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (Foreign Direct Investment)<sup>36</sup>, το απόθεμα των ΑΞΕ των ελληνικών επενδύσεων στην Ρωσία και αντιστρόφως.

<sup>36</sup> «Άμεσες ξένες επενδύσεις είναι η ίδρυση θυγατρικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό οι οποίες είναι μερικώς ή ολικώς ιδιοκτησία μιας μητρικής επιχείρησης. Οι άμεσες ξένες επενδύσεις περιλαμβάνουν τη μεταφορά πέρα από τα εθνικά σύνορα ενός πακέτου παραγωγικών πόρων, είτε υλικών, είτε άυλων. Η μεταφορά των πόρων γίνεται χωρίς την παρεμβολή της αγοράς, δηλαδή δεν έχει τη μορφή μιας εμπορικής συναλλαγής ή συμφωνίας μεταξύ δύο ανεξάρτητων επιχειρηματικών οντοτήτων, αλλά συμβαίνει μεταξύ δύο επιχειρήσεων οι οποίες συνδέονται μεταξύ τους με σχέση ιδιοκτησίας.»

## Επενδύσεις της Ελλάδας στη Ρωσική Ομοσπονδία<sup>37</sup>

**Πίνακας 16:** Ελληνικές Επενδύσεις προς τη Ρωσική Ομοσπονδία (Ποσά: εκ. \$ ΗΠΑ)

	2015	2016	2017	2018
<b>Αποθέματα ελληνικών επενδύσεων στη Ρωσία</b>	86,7	81,2	167,3	46,8
<b>Σύνολο παγκόσμιου αποθέματος στη Ρωσία</b>	290.038,6	262.747,8	393.910,3	441.123,4
<b>Αναλογία ελληνικού αποθέματος</b>	0,0299%	0,0309%	0,0425%	0,0106%

Πηγή: Κεντρική Τράπεζα Ρωσίας

Για τα έτη 2015, 2016 και 2017 οι ροές των ελληνικών επενδύσεων στην Ρωσία ήταν μηδενικές, ενώ το 2013 είχαν ήταν -2. Σύμφωνα, με τον Πίνακα, η αξία του αποθέματος ελληνικών άμεσων επενδύσεων στην Ρωσία, για το έτος 2018, ανέρχεται στα 46,8\$ εκατομμύρια.

Στην Ρωσία έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές επενδύσεις από ελληνικές επιχειρήσεις και το κεφάλαιο έχει εισαχθεί κυρίως από την Κύπρο, το Λουξεμβούργο και την Ολλανδία. Ο αριθμός των ελληνικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην Ρωσία ανέρχεται, περίπου, στις εβδομήντα.

Οι κύριοι τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται οι ελληνικές επενδύσεις στην Ρωσία είναι: της μεταποίησης, του χονδρεμπορίου-λιανεμπορίου, των μεταφορών-αποθήκευσης, της διαμονής-σίτισης, των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, της υγείας και των επιστημονικών και τεχνικών υπηρεσιών.

Την μεγαλύτερη ελληνική επένδυση στην Ρωσία, εκτός του ενεργειακού τομέα, αποτελεί η «Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως-3E», η οποία έχει τα δικαιώματα επί των σημάτων της «Coca Cola» για το σύνολο της επικράτειας. Στο δυναμικό της εταιρείας υπάγονται 11 εργοστάσια εμφιαλώσεως και συνολικά απασχολούνται πάνω 13.000 εργαζόμενοι. Επιπροσθέτως, η θυγατρική της «3E», Frigoglass (LLC FRIGOGLASS EURASIA), αποτελεί σημαντικό μέρος της εταιρικής παρουσίας της Ρωσίας. Η συγκεκριμένη εταιρεία

<sup>37</sup> «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων.

διαθέτει ένα εργοστάσιο παραγωγής στην πόλη Orel και ένα στην περιοχή του Ροστόβ, και το ύψος της επένδυσης υπολογίζεται σε 4 δισ. \$ ΗΠΑ.

Ακόμη μια εταιρεία είναι η «Chirita», η οποία διοχετεύει τα προϊόντα της σε αρκετά σημεία πωλήσεων και το ύψος επένδυσής της είναι περίπου στα 100 εκατ. €. Σημαντικές εταιρείες θεωρούνται επίσης η τσιμεντοβιομηχανία «Prometheus», τα «Πλαστικά Κρήτης», οι τράπεζες «Piraeus» και «Eurobank», η «BSB», η «Oxette», η εταιρεία ηλεκτρονικού λογισμικού «Velti» και άλλες.

#### Επενδύσεις της Ρωσικής Ομοσπονδίας στην Ελλάδα<sup>38</sup>

**Πίνακας 17:** Επενδύσεις Ρωσικής Ομοσπονδίας στην Ελλάδα (Ποσά: εκ. \$ ΗΠΑ)

	2015	2016	2017	2018
<b>Απόθεμα Ρωσικών Επενδύσεων στην Ελλάδα</b>	658,7	628,5	682,5	733,0
<b>Σύνολο Ρωσικού Αποθέματος Παγκοσμίως</b>	329.817,5	282.651,0	334.274,8	380.047,0
<b>Αναλογία Ρωσικού Αποθέματος</b>	0,1997%	0,2224%	0,2042%	0,1929%

Πηγή: Κεντρική Τράπεζα Ρωσίας

Σύμφωνα με τον Πίνακα 17, τα αποθέματα ρωσικών επενδύσεων στην Ελλάδα το έτος 2018 διαμορφώθηκαν στα 733 εκ. \$, αυξημένο συγκριτικά με το έτος 2017. Οι ρωσικές ΑΞΕ δραστηριοποιούνται κυρίως στους τομείς της ενέργειας, του τουρισμού, των ακινήτων, των τηλεπικοινωνιών και τον χρηματοπιστωτικό.

Στον τομέα της ενέργειας η εταιρεία «Prometheus» ανήκει κατά 50% στον Όμιλο Κοπελούζου και 50% στη ρωσική «Gazprom», έχοντας ως βασικό σκοπό την παροχή φυσικού αερίου στην Ελλάδα και την ανάπτυξη και λειτουργία ενεργειακών έργων. Στον τραπεζικό τομέα η πρώην εταιρεία «Bank Kedar» και πλέον «B&N Bank» έχει ξεκινήσει από το 2007 να δραστηριοποιείται στην Ελλάδα, ενώ το 2018 πραγματοποιήθηκε η ανακεφαλαιοποίησή της από την Τράπεζα της Ρωσίας, κάτι που οδήγησε την τελευταία να κατέχει το 99,9% των κοινών μετοχών της Τράπεζας.

<sup>38</sup> «Ετήσια Έκθεση για την Οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας Έτους 2018», Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων.

Στις τηλεπικοινωνίες η ρωσική «Sistema Holding», μέσω των θυγατρικών της, «Concern» και «Komstar», έχει αισθητή παρουσία στην ελληνική τηλεπικοινωνιακή αγορά. Το 2006 εξαγόρασε το 51% της ελληνικής «Intracom Telecom» έναντι 120 εκατ. €. Επιπροσθέτως, η εξαγορά της «Hellas Online AE» από την «Komstar», τοποθέτησε την «Sistema» στην ελληνική αγορά ως τον βασικό ανταγωνιστή του «ΟΤΕ».

Ο τομέας των ακινήτων και του τουρισμού διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο κομμάτι των ρωσικών επενδύσεων στην Ελλάδα, καθώς το τελευταίο διάστημα έχουν γίνει οι σημαντικότερες επενδυτικές κινήσεις, μέσω αυτών των τομέων. Αρχικά, το 2013, ο Ρώσος Dmitry Ribolonlev αγόρασε για 115 εκατ. € το νησί Σκορπιός από την Αθηνά Ωνάση. Γενικά υπάρχει έντονο ενδιαφέρον από Ρώσους για απόκτηση εξοχικής κατοικίας στο εξωτερικό, γεγονός που οδήγησε τους δραστηριοποιούμενος στον τομέα του real estate της χώρας μας να στοχεύσουν στην Ρωσία. Επιπλέον, στον ξενοδοχειακό τομέα, η «Atlantica Hotels and Resorts», ξενοδοχειακή αλυσίδα η οποία ανήκει κατά 50% στην «TUI», και το ρωσικό τουριστικό πρακτορείο «Nataly Tours» ανακοίνωσαν την έναρξη επενδυτικού σχεδίου στην Ελλάδα. Το ύψος της επένδυσης ανέρχεται στα 1,2 δισ. € και το έργο αφορά την δημιουργία είκοσι νέα ξενοδοχεία.

Από την λίστα των σημαντικότερων επενδύσεων δεν θα μπορούσε να λείπει ο όμιλος Mouzenidis, όχι μόνο για την κυρίαρχη του θέση ανά τα χρόνια στην διμερή τουριστική αγορά, αλλά και για τις επενδυτικές του κινήσεις. Αρχικά προσέθεσε στο χαρτοφυλάκιο του της αεροπορική εταιρεία «Ellinair», την εταιρεία διαχείρισης ακινήτων «Mouzenidis Real Estate», το ορθόδοξο Προσκυνηματικό κέντρο «Solun», τα ξενοδοχεία «Potidea Palace» και «Portes Palace» στη Χαλκιδική. Επίσης, στον όμιλο έχει προστεθεί και η εταιρεία παραγωγής κρασιού «Mouzenidis Wine» και το κελάρι-κάβα «Kava Idea».

Ένας ακόμη μεγάλος ρωσικός όμιλος «Agroinvest-Mirum» έχει επενδύσει στην Ελλάδα με αρχικό σχέδιο επένδυσης 400 εκατ. € και το 2008 εξαγόρασε αρκετά στρέμματα στην Ανατολική Κρήτη, όμως αυτή η επένδυση λόγω διάφορων κολλημάτων δεν προχωράει με γρήγορους ρυθμούς. Η επένδυση αυτή αφορά την κατασκευή παραθεριστικού τουριστικού χωριού συνολικής δυναμικότητας 3.400 επισκεπτών, το οποίο θα περιλαμβάνει χώρους αναψυχής, πολυτελείς κατοικίες και ξενοδοχεία.

Τέλος, η έντονη παρουσία της εταιρείας, ρωσικών συμφερόντων, του Ιβάν Σαββίδη, είναι αισθητή. Εξαγόρασε την καπνοβιομηχανία «ΣΕΚΑΠ», εκμίσθωσε το ξενοδοχείο «Macedonia Palace» και κέρδισε τον διαγωνισμό ιδιωτικοποίησης για το «Ξενία» στο Παλιούρι.

#### Θεσμικό πλαίσιο οικονομικής σχέσης Ελλάδας-Ρωσίας<sup>39</sup>

Το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις οικονομικές σχέσεις των δύο χωρών περιλαμβάνει:

1. Συμφωνία Οικονομικής, Βιομηχανικής, Τεχνολογικής και Επιστημονικής Συνεργασίας (Αθήνα, 30-06-1993, Ν 2249/1994, ΦΕΚ 187/Α/10.11.1994, έναρξη ισχύος 5.1.1995, ΦΕΚ130/Α/26.6.2001).
2. Συμφωνία για την Προώθηση και την Αμοιβαία Προστασία των Επενδύσεων (Αθήνα, 30.6.1993, Ν 2248/1994 ΦΕΚ 187 Α/Α/10.11.1994, έναρξη ισχύος 23/2/1997 ΦΕΚ23Α/26.2.1997).
3. Συμφωνία για την Προμήθεια Φυσικού αερίου από την Ε.Σ.Σ.Δ. (07.10.1987, Ν. 1748/1988 ΦΕΚ 20/Α/03.02.1988, έναρξη ισχύος 14.03.1987, Ανακοίνωση ΦΕΚ79/Α/29.04.1988 25, Προσάρτημα 1.7.1993 και Πρωτόκολλο τροποποιητικό του προσαρτήματος 19/12/1994, Ν 2295/95 ΦΕΚ 43Α, ΦΕΚ 66/Α/7.4.1995).
4. Συμφωνία για Ανταγορές Ελληνικών Προϊόντων και Υπηρεσιών έναντι προμήθειας Φυσικού Αερίου (Κυρώθηκε με τον Ν 2032/92 ΦΕΚ 54).
5. Διακρατική Συμφωνία για τον Αγωγό Μπουργκάς- Αλεξανδρούπολη μεταξύ της Κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας, της Κυβέρνησης της Ρωσικής Ομοσπονδίας και της Κυβέρνησης της Δημοκρατίας της Βουλγαρίας (15.03.2007, έναρξη ισχύος 03.07.2007)
6. Συμφωνία Αποφυγής Διπλής Φορολογίας και Αποτροπής της Φοροδιαφυγής για Φόρους Εισοδήματος και Κεφαλαίου (Μόσχα, 26.06.2000, Ν. 3047/2002 ΦΕΚ 200/Α/2002, έναρξη ισχύος 20.12.2007 ΦΕΚ. 12/Α/6.2.2008).
7. Συμφωνία Διεθνών Οδικών Μεταφορών (υπεγράφη 2011, Ν. 4241/2014 ΦΕΚ 49/Α/28.02.2014).
8. Συμφωνία Τουριστικής Συνεργασίας (30.06.1993, Ν 2210/1994, ΦΕΚ 73/Α/11.5.1994, έναρξη ισχύος 16/8/1994, ΦΕΚ 179/Α/27.10.1994).

---

<sup>39</sup> <https://www.mfa.gr/>

9. Συμφωνία για Συνεργασία στο Γεωργικό Τομέα (Αθήνα, 28.7.1999, Ν. 2823/2000 ΦΕΚ 89/Α/ 16.3.2000, έναρξη ισχύος 6/10/2000, ΦΕΚ 250/Α/14.11.2000).
10. Συμφωνία για την ανάπτυξη της Περιφερειακής Συνεργασίας Ελλάδας και Περιφέρειας Κρασονοτάρ (Αθήνα, 1.7.1993, Ν. 2295/95 ΦΕΚ 43/Α/24.2.1995).
11. Συμφωνία για Συνεργασία στον Τελωνιακό Τομέα (Μόσχα, 23.7.1991, Ν 2529/1997 ΦΕΚ 217/Α/23.6.1998).
12. Συμφωνία Αεροπορικών Μεταφορών (Αθήνα, 6.12.2001, Ν. 3077/2002/ΦΕΚ309/Α/10-12-2002, έναρξη ισχύος 13.02.2003 ΦΕΚ 96/Α/23-04-03).
13. Συμφωνία για την εμπορική ναυτιλία (Αθήνα, 6.12.2001, Ν. 3857/2010, ΦΕΚ 101/Α/1.7.2010. Έναρξη ισχύος 22.8.2010).
14. Συμφωνία για τη συνεργασία στο τομέα καυσίμων και ενέργειας (Αθήνα, 6.12.2001, Ν. 3136/2003, ΦΕΚ 89/Α/14.4.2003. Έναρξη ισχύος 2.3.2004 ΦΕΚ 90/Α/24.4.2004).
15. Συμφωνία για συνεργασία στον τομέα της κτηνιατρικής (Αθήνα, 28.7.1999, Ν. 2822/2000, ΦΕΚ 88/Α/16.3.2000, Έναρξη ισχύος 6/10/2000, ΦΕΚ 250/Α/14.11.2000).
16. Συμφωνία περί συνεργασίας στον τομέα των ταχυδρομείων και των τηλεπικοινωνιών (Αθήνα, 29.7.1999, Ν. 2887/2001, ΦΕΚ 35/Α/28.2.2001, Έναρξη ισχύος 28/3/2001, ΦΕΚ 130/Α/26.6.2001).

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Εισερχόμενος Ρωσικός Τουρισμός

### 3.1 Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism) από Ρωσία<sup>40</sup>

Η ημέρα της διάλυσης της Σοβιετικής Ένωσης (8 Δεκεμβρίου 1991) εκφράζει την χρονική στιγμή που όλα αλλάζουν. Συγκεκριμένα η τουριστική κίνηση Ρώσων κατοίκων από την Ρωσία προς τις υπόλοιπες χώρες, εκτός των δεκαπέντε Σοβιετικών Δημοκρατιών, ξεκίνησε να αποτελεί την βασική ζήτηση.

---

<sup>40</sup> Bushkovitch Paul (Απρίλιος 2016) «*Ιστορία της Ρωσίας. Πολιτική, οικονομία, κοινωνία, θρησκεία, τέχνες και επιστήμες από τον 9<sup>ο</sup> αιώνα έως την Περεστρόικα*», μτφρ.: Σπανού Θάλεια, εκδ.: ΑΙΩΡΑ

Στην Σοβιετική Ένωση οι διακοπές αναψυχής, δεν ήταν προνόμιο αλλά δικαίωμα. Το άρθρο 119 του Συντάγματος της ΕΣΣΔ διασφάλιζε το δικαίωμα αυτό, ενώ υπήρχε παροχή ετησίων πληρωμένων αδειών κι συνεχής φροντίδα του σοσιαλιστικού κράτους για τη διεύρυνση του δικτύου των πολιτιστικών-μορφωτικών ιδρυμάτων, την ανάπτυξη του μαζικού αθλητισμού, της φυσικής αγωγής και του τουρισμού. Το πρώτο αναπαυτήριο για τους εργαζόμενους ιδρύθηκε με πρωτοβουλία του ίδιου του Β.Ι.Λένιν το 1920 στην Πετρούπολη. Στις αρχές του 1940 υπήρχαν ήδη 3.600 σανατόρια που μπορούσαν να εξυπηρετήσουν 470 χιλιάδες εργαζόμενους, ενώ τη δεκαετία του 1980 υπήρχαν περισσότερα από 14.000 κέντρα αναψυχής και διακοπών που εξυπηρετούσαν 45 εκατομμύρια αδειούχους. Κατά τις δεκαετίες 70' και 80', υπολογίζεται ότι οι εργαζόμενοι ξόδευαν μόλις το 20 με 25% ενός μηνιαίικου κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, χωρίς τον κίνδυνο της «ακρίβειας» η της «αισχροκέρδειας», ενώ μια σειρά προϊόντα προσφέρονταν σε εξαιρετικά χαμηλές τιμές: Τρόφιμα, εισιτήρια για τον κινηματογράφο και το θέατρο, βενζίνη για την ατομική μετακίνηση ή τα μεταφορικά έξοδα με τα δημόσια μέσα μαζικής μεταφοράς. Παρ' όλα αυτά οι επιδοτούμενες διακοπές επιτρέπονταν είτε σε κάποια άλλη κομμουνιστική χώρα είτε στη Μαύρη Θάλασσα.

Μετά από την κατάρρευση της ΕΣΣΔ, δεκαετία 90', το πιο σημαντικό συμβάν που σημάδεψε την πορεία εξέλιξης της Ρωσίας ήταν το 1998 η μεγάλη οικονομική κρίση, η οποία οδήγησε σε μείωση του ΑΕΠ και προκλήθηκε από υψηλά δημοσιονομικά ελλείματα. Για αυτό το λόγο, κυρίως, οι ρυθμοί ανάπτυξης του ρωσικού τουρισμού ήταν ιδιαίτερα ακανόνιστοι.

Στις μέρες μας η Ρωσία αποτελεί μια από τις δυναμικότερες αγορές στην Ευρώπη αναφορικά με τον αριθμό των εξερχόμενων τουριστών. Μετά τη ρωσική χρηματοπιστωτική κρίση, ο αριθμός των εξερχόμενων αναχωρήσεων από τη Ρωσία αυξήθηκε σημαντικά το 2017. Η κατάρρευση του ρωσικού ρουβλιού το 2014-2015 επηρέασε φυσικά το επίπεδο συχνά δαπανηρών ταξιδιών στο εξωτερικό από τη Ρωσία. Ωστόσο, η μέση δαπάνη των κατοίκων για εξερχόμενα ταξίδια αυξήθηκε σύμφωνα με την ανάκαμψη του ρουβλιού το 2016 και το 2017 και οι συνολικές δαπάνες αναμένεται να αυξηθούν σε 3.202 δισεκατομμύρια ρούβλια μέχρι το 2028. Οι προοπτικές για την εξερχόμενη ταξιδιωτική αγορά φαίνονται επίσης θετικές.



Η επιλογή προορισμού για Ρώσους τουρίστες τείνει να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πού βρίσκεται στη χώρα ο ταξιδιώτης. Όσοι κατοικούν στην ομοσπονδιακή περιφέρεια της Άπω Ανατολής είναι πιθανότερο να ταξιδεύουν στην Ασία, για παράδειγμα, από εκείνους στις δυτικότερες πόλεις της Αγίας Πετρούπολης και της Μόσχας, που τείνουν να επισκεφθούν την Ευρώπη. Για όσους ταξιδεύουν προς τα δυτικά, οι χώρες που βρίσκονται γεωγραφικά πιο κοντά στη Ρωσία τείνουν να είναι πιο επισκέψιμες. Η Τουρκία, μετά από μια υποβάθμιση του τουρισμού το 2016, ανέκαμψε για να γίνει ένας από τους πιο επισκέφθηκε εξερχόμενους προορισμούς μεταξύ Ρώσων τουριστών το 2017, μαζί με την Αμπχαζία και τη Φινλανδία. Το Αζερμπαϊτζάν και η Γεωργία αυξάνονται επίσης στη δημοτικότητα μεταξύ Ρώσων τουριστών.

Πριν προχωρήσουμε σε συγκεκριμένα στοιχεία για τον εξερχόμενο τουρισμό από την Ρωσία είναι σημαντικό να παρουσιαστεί μια γενική και σύντομη εικόνα για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού, αναδεικνύοντας έτσι μερικά από τα βασικά χαρακτηριστικά των Ρώσων τουριστών<sup>41</sup>:

- Περίπου 39,6 εκατομμύρια ταξίδια πραγματοποιήθηκαν από τους Ρώσους τουρίστες το 2017, παρουσιάζοντας αύξηση κατά την προηγούμενη περίοδο.
- Ο προορισμός της Τουρκίας ανέκαμψε το 2017, καταγράφοντας 4,5 εκατομμύρια τουρίστες από τη Ρωσία.
- Η Τουρκία σημείωσε τη μεγαλύτερη αύξηση στους τουρίστες από τη Ρωσία, με αύξηση κατά 80,9%. Το Αζερμπαϊτζάν και η Γεωργία σημείωσαν επίσης σημαντική αύξηση των εξερχόμενων ταξιδιωτών από τη Ρωσία.
- Συνολικά, μόλις οι μισοί εξερχόμενοι ταξιδιώτες από τη Ρωσία επισκέφθηκαν την Ευρώπη. Αυτό ήταν το πιο σημαντικό για τους ταξιδιώτες από την Αγία Πετρούπολη και τη Μόσχα. Εκείνοι από την επαρχία της Άπω Ανατολής ταξίδευαν ως επί το πλείστον στην Ασία.
- Ο αριθμός των θεωρήσεων Σένγκεν που εκδόθηκαν από τα προξενεία στη Ρωσία αυξήθηκε κατά 2,8 εκατομμύρια περίπου μεταξύ του 2010 και του 2013. Από το 2013, ωστόσο, ο αριθμός μειώθηκε κατά περίπου 3 εκατομμύρια μέχρι το 2017.
- Το 2018 οι εξερχόμενες ταξιδιωτικές δαπάνες αναμένεται να εκτιμηθούν σε 2155 δισεκατομμύρια ρωσικά ρούβλια. Ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα δέκα χρόνια, σε περίπου 3202 δισεκατομμύρια ρούβλια το 2028.

---

<sup>41</sup> Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2005), «Μελέτη: Ρωσικού Εξερχόμενου Τουρισμού»

Ο πίνακας 18 που ακολουθεί παρουσιάζει τις αναχωρήσεις των Ρώσων προς το εξωτερικό και συγκεκριμένα για προς κάθε προορισμό για τα έτη 2016 και 2017:

**Πίνακας 18:** Ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστικών ταξιδιών ρωσικών πολιτών σε ξένες χώρες το 2017 σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2016

	Ιανουάριος- Δεκέμβριος 2016	Ιανουάριος- Δεκέμβριος 2017	Μεταβολή
<b>Σύνολο</b>	31659	39629	25,17
<b>Αμπχαζία</b>	4257	4344	2,05
<b>Αυστρία</b>	183	248	35,49
<b>Αζερμπαϊτζάν</b>	627	736	17,42
<b>Αρμενία</b>	288	368	27,68
<b>Βέλγιο</b>	71	85	20,05
<b>Βουλγαρία</b>	535	482	-9,96
<b>Ουγγαρία</b>	95	112	18,15
<b>Βιετνάμ</b>	392	512	30,52
<b>Γερμανία</b>	1057	1229	16,23
<b>Χονγκ Κονγκ</b>	22	19	-15,38
<b>Ελλάδα</b>	782	856	9,40
<b>Γεωργία</b>	742	1003	35,24
<b>Δανία</b>	35	32	-9,67
<b>Δομινικανή Δημοκρατία</b>	132	230	73,72
<b>Ισραήλ</b>	303	359	18,53
<b>Ινδία</b>	169	219	29,43
<b>Ιορδανία</b>	37,519	58	54,58
<b>Ισπανία</b>	790	929	17,63
<b>Ιταλία</b>	710	893	25,81
<b>Καζακστάν</b>	2850	2978	4,51
<b>Κατάρ</b>	66	87	32,62
<b>Κύπρος</b>	813	869	6,92
<b>Κιργιστάν</b>	239,722	248	3,45
<b>Κίνα</b>	1676	2003	19,50
<b>Κούβα</b>	44,951	75	66,84
<b>Λετονία</b>	339	379	11,85
<b>Λιθουανία</b>	693	638	-7,98
<b>Μαλδίβες</b>	23	30	29,44
<b>Μαρόκο</b>	33	20	-39,87
<b>Μογγολία</b>	72	91	26,48
<b>Ολλανδία</b>	177	219	23,81
<b>Νορβηγία</b>	103	115	11,88
<b>Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα</b>	499,211	766	53,44
<b>Πολωνία</b>	1104	1230	11,46
<b>Πορτογαλία</b>	25,46	47	84,59
<b>Νότια Κορέα</b>	199	232	16,32

<b>Μολδαβία</b>	200	249	24,23
<b>Σερβία</b>	73	76	4,22
<b>Σιγκαπούρη</b>	29	26	-9,98
<b>Σλοβακία</b>	29	29	-0,93
<b>Σλοβενία</b>	16	19	21,37
<b>Ηνωμένο Βασίλειο</b>	215	255	18,39
<b>ΗΠΑ</b>	225	238	5,71
<b>Τζατζικιστάν</b>	110	116	5,03
<b>Ταϊλάνδη</b>	867	1094	26,24
<b>Τυνησία</b>	624	520	-16,67
<b>Τουρκία</b>	797	4520	466,91
<b>Ουζμπεκιστάν</b>	98	120	22,18
<b>Ουκρανία</b>	1804	2283	26,53
<b>Φιλανδία</b>	2894	3333	15,15
<b>Γαλλία</b>	393	471	19,74
<b>Κροατία</b>	56	58	3,95
<b>Μαυροβούνιο</b>	283	305	7,84
<b>Τσεχία</b>	367,47	499	35,79
<b>Ελβετία</b>	229	239	4,56
<b>Σουηδία</b>	41	56	36,17
<b>Εσθονία</b>	1511	1728	14,33
<b>Νότια Οσετία</b>	435	436	0,12
<b>Ιαπωνία</b>	47	65	37,29
<b>Άλλες Χώρες</b>	123	140	13,82

Πηγή: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

Βέβαια και ο εισερχόμενος τουρισμός είναι εξίσου σημαντικός. Ως αναδυόμενη αγορά και η μεγαλύτερη χώρα στον κόσμο, η οποία εκτείνεται σε δύο ηπείρους, η Ρωσική Ομοσπονδία είναι μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα αγορά για την παγκόσμια ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία. Σε αντίθεση με πολλούς άλλους προορισμούς, ο εγχώριος τουρισμός στη Ρωσία είναι συγκριτικά ισχυρότερος από τον εισερχόμενο τουρισμό. Μόλις τα τρία τέταρτα των ταξιδιωτικών δαπανών δημιουργήθηκαν από εγχώριους επισκέπτες το 2017. Παρόλα αυτά, παρά τη μείωση των διεθνών τουριστικών αριθμών, οι αφίξεις το 2017 παρέμειναν σχετικά σταθερές στα 24 εκατομμύρια.

Το επίκεντρο το 2018 ήταν η Ρωσία για το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA, το οποίο θεωρήθηκε ότι συνεισέφερε στον διεθνή τουρισμό στη χώρα κατά τη διάρκεια αυτού του έτους. Οι αγορές, συμπεριλαμβανομένων των Ηνωμένων Πολιτειών, της Βραζιλίας, της Ισπανίας και της Κίνας, είχαν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα τουρνουά, παρά τις ελλείψεις όλων των ομάδων της χώρας. Στην πραγματικότητα, οι ταξιδιώτες από τις

Ηνωμένες Πολιτείες αντιπροσώπευαν το 12,4% της συνολικής αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού στη Ρωσία για το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA.

### 3.1.1 Προφίλ Ρώσου τουρίστα

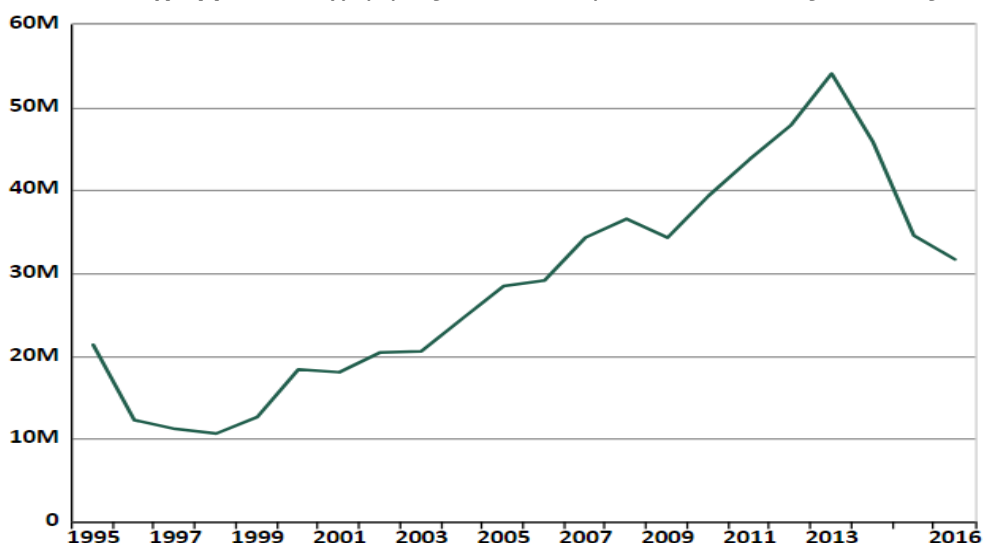
Οι Ρώσοι τουρίστες είχαν συνηθίσει κυρίως τον εσωτερικό τουρισμό μέχρι και την διάλυση της Σοβιετικής Ένωσης. Ο αριθμός των αναχωρήσεων των Ρώσων τουριστών αυξήθηκε από 11,2 εκατ. το 1997 σε 31,7 εκατ. το 2016 με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 6,70%. Όπως μπορούμε να διακρίνουμε, στο διάγραμμα 2 και στον πίνακα 19, ο μεγαλύτερος αριθμός αναχωρήσεων σημειώθηκε το έτος 2013 (54,069,000), έκτοτε και μέχρι το 2016 παρατηρούμε μια σταθερή πτώση.

**Πίνακας 19:** Αναχωρήσεις Ρώσων Τουριστών από το έτος 2005 έως 2016

Έτος	Αριθμός Αναχωρήσεων	Μεταβολή %
<b>2016</b>	31,659,000	-8.37 %
<b>2015</b>	34,550,000	-24.71 %
<b>2014</b>	45,889,000	-15.13 %
<b>2013</b>	54,069,000	13.08 %
<b>2012</b>	47,813,000	9.35 %
<b>2011</b>	43,726,000	11.20 %
<b>2010</b>	39,323,000	14.72 %
<b>2009</b>	34,276,000	-6.19 %
<b>2008</b>	36,538,000	6.57 %
<b>2007</b>	34,285,000	17.79 %
<b>2006</b>	29,107,000	2.43 %

Πηγή: knoema

**Διάγραμμα 2: Αναχωρήσεις Ρώσων Τουριστών από το έτος 1995 έως 2016**



Πηγή: knoema

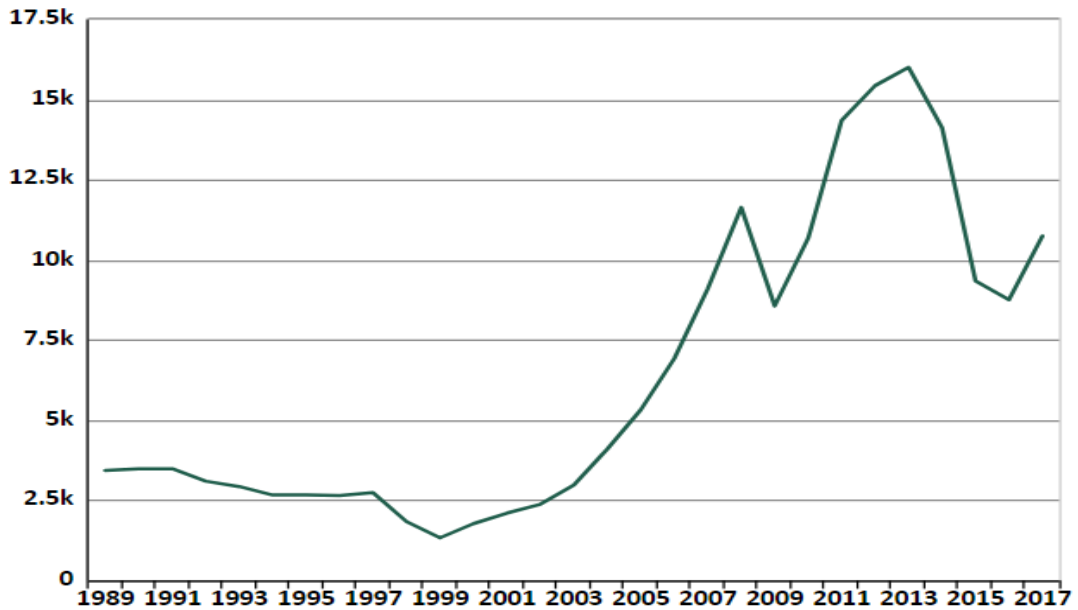
Η αύξηση στις αναχωρήσεις των Ρώσων τουριστών είναι απόρροια και της αύξησης του κατά κεφαλήν εισοδήματος (Per capital income). Το 1991 το κατά κεφαλήν εισόδημα στην Ρωσία ανερχόταν στα 3,485\$, φτάνοντας το 1999 στην χαμηλότερη τιμή 1,331\$ και έπειτα ακολούθησε μια ανοδική πορεία με αποκορύφωμα το 2013 με 16,007\$, φτάνοντας στο 2017 με κατά κεφαλήν εισόδημα 10,743\$. Στον πίνακα 20 και στο διάγραμμα 4 μπορούμε να διακρίνουμε την πορεία του κατά κεφαλήν εισοδήματος στην Ρωσία.

**Πίνακας 20: Το κατά κεφαλήν εισόδημα των Ρώσων από το έτος 2016 έως 2017**

Έτος	Αξία (US\$)	Μεταβολή %
2017	10,743	22.65 %
2016	8,759	-6.29 %
2015	9,347	-33.83 %
2014	14,126	-11.75 %
2013	16,007	3.71 %
2012	15,435	7.55 %
2011	14,351	34.44 %
2010	10,675	24.67 %
2009	8,563	-26.41 %
2008	11,635	27.84 %
2007	9,101	31.52 %
2006	6,92	

Πηγή: knoema

**Διάγραμμα 3:** Το κατά κεφαλήν εισόδημα των Ρώσων από το έτος 1989 έως 2017



Πηγή: knoema

Από τους παραπάνω δύο πίνακες (βλ. Πίνακα 19 και 20) μπορούμε να παρατηρήσουμε πως το εισόδημα αποτελεί βασικό παράγοντα για τους Ρώσους τουρίστες προκειμένου να πραγματοποιήσουν κάποια αναχώρηση. Συγκεκριμένα το έτος 2013 που σημειώθηκε η μεγαλύτερη αύξηση στο κατά κεφαλήν εισόδημα, ταυτόχρονα καταγράφεται και ο μεγαλύτερος αριθμός αναχωρήσεων. Στα επόμενα έτη, επίσης, παρατηρούμε μια ανάλογη με το εισόδημα κίνηση στις αναχωρήσεις. Το 2017 σημειώνεται αύξηση 22,65% στο εισόδημα, επομένως αναμένεται και μια ανάλογη αύξηση και στις αναχωρήσεις.

Το 2014, μετά την έναρξη της σύγκρουσης για την Ουκρανία και την Κριμαία, η ρωσική κυβέρνηση αντιμετώπισε κυρώσεις που επιβλήθηκαν από την ΕΕ και τις ΗΠΑ και απαγόρευσε σε ορισμένες κατηγορίες επαγγελματιών να ταξιδεύουν στο εξωτερικό, συμπεριλαμβανομένων αστυνομικών, αξιωματικών ασφαλείας και στρατιωτικών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα μια τεράστια πτώση των πελατών των ταξιδιωτικών εταιρειών και υπήρξε ένας από τους λόγους για τους οποίους πολλοί από αυτούς έπεσαν σε πτώχευση.

Η κυβέρνηση πρότεινε μια εναλλακτική λύση με τη μορφή του εγχώριου τουρισμού με έμφαση στα θέρετρα του Σότσι, Anapa, Gelendzhik, Eysk στην ακτή της Μαύρης Θάλασσας και στη χερσόνησο της Κριμαίας.

Η απαγόρευση σε συνδυασμό με την πτώση του ρωσικού ρουβλιού στα τέλη του 2014 και μείωση του εισοδήματος των ρωσικών νοικοκυριών το 2015 συνέβαλε στην άνοδο των εθνικών θέρετρων και προορισμών.

Επιπροσθέτως, η συμπεριφορά της ταξιδιωτικής δαπάνης των Ρώσων αντανακλά το αυξανόμενο διαθέσιμο εισόδημά τους. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) η Ρωσία καταλαμβάνει την 9<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως των τουριστών με την υψηλότερη δαπάνη. Γενικότερα, οι Ρώσοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχεται στον προορισμό, παρά για το πόσα θα ξοδέψουν. Τα ταξίδια ανήλθαν σε 23.951 εκατομμύρια δολάρια το 2016, από 34.932 εκατομμύρια δολάρια το προηγούμενο έτος, πρόκειται για αλλαγή 31,44%. Στον πίνακα 21 καταγράφονται ανά έτος οι δαπάνες των Ρώσων τουριστών.

**Πίνακας 21:** Τουριστική δαπάνη Ρώσων τουριστών από το έτος 2005 έως 2017

Έτος	Αξία (US\$)	Μεταβολή %
<b>2016</b>	23,951	-31.44 %
<b>2015</b>	34,932	-30.73 %
<b>2014</b>	50,428	-5.66 %
<b>2013</b>	53,453	24.90 %
<b>2012</b>	42,798	30.08 %
<b>2011</b>	32,902	23.26 %
<b>2010</b>	26,693	26.99 %
<b>2009</b>	21,019	-9.28 %
<b>2008</b>	23,169	13.44 %
<b>2007</b>	20,424	16.82 %
<b>2006</b>	17,484	3.02 %
<b>2005</b>	16,972	

Πηγή: knoema

Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη<sup>42</sup> “Visa Global Travel Intentions Study 2018” οι Ρώσοι τουρίστες ξοδεύουν κατά μέσο όρο 1.676\$ ανά άτομο, εκ του οποίου ποσού το 51% καταναλώθηκε πριν το ταξίδι και το 49% κατά την διάρκεια του ταξιδιού. Επιπλέον, η έρευνα αναφέρει πως οι αναλήψεις ATM Ρώσων τουριστών σε διακοπές είναι πολύ μεγαλύτερες από τους ευρωπαίους τουρίστες, 547\$ κατά μέσο όρο από Ρώσους τουρίστες και 346€ από τους Ευρωπαίους.

Όσον αφορά την διάρκεια του ταξιδιού των Ρώσων τουριστών φαίνεται πως το 52% αυτών για το 2017 ταξίδεψε για 1,5 με 2 εβδομάδες. Σημαντικά αυξήθηκε το μερίδιο αυτών που ταξίδεψαν για μία εβδομάδα, ενώ το μερίδιο των ατόμων που ταξίδεψαν για περισσότερο από δύο εβδομάδες μειώθηκε. Αναφορικά με την διαμονή προτίμησαν τα 4\* ξενοδοχεία, η ζήτηση των 3\* μειώθηκε, ενώ για τα 5\* και 2\* παρέμεινε η ίδια. Επιπλέον, το μεγαλύτερο ποσοστό των Ρώσων χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, συγκεκριμένα για το 2017 τα ποσοστά ήταν 81% - 19%. Άλλωστε, οι προσδοκίες των Ρώσων τουριστών για τις υπηρεσίες είναι μεγάλες. Θεωρούν δεδομένη την ακρίβεια και τον σωστό προγραμματισμό. Το ίδιο ισχύει και στα πλαίσια της χώρας, αναφορικά με τις υπηρεσίες γλώσσας. Η πλειονότητα των Ρώσων δεν γνωρίζει αγγλικά επομένως οι ρωσόφωνες υπηρεσίες όπως πινακίδες, μενού, προσωπικό εστιατορίων, εκπαιδευτές, οδηγοί κ.λπ. θα τους κάνουν να αισθάνονται άνετα όταν βρίσκονται στο εξωτερικό. Αυτές οι επιπλέον υπηρεσίες γλώσσας θα προχωρήσουν σε μεγάλο βαθμό στην εξασφάλιση της ρωσικής τουριστικής προσφοράς με την πιο άνετη διαμονή και θα αυξήσουν την πιθανότητα επιστροφής τους.

Σύμφωνα με την MIIT<sup>43</sup>, την μεγαλύτερη ταξιδιωτική εκδήλωση B2B στην Ρωσία, οι κορυφαίοι προορισμοί για Ρώσους τουρίστες κατά το πρώτο εξάμηνο του 2018 ήταν:

- Τουρκία - 2.281.000 (+ 40%)
- Φινλανδία - 1.559.000 (+ 1%)
- Καζακστάν - 1.287.000 (+ 1%)
- Ουκρανία - 1.074.000 (+ 8%)
- Κίνα - 908.000 (-4%)

---

<sup>42</sup> MITT, 06 September 2018, «Russia: a country with a vast population – over 140 million – and close proximity to Asia, Europe, and Central Asia. » <http://www.mitt.ru/Articles/5-ways-the-russian-outbound-tourism-market-dj>

<sup>43</sup> September, 2018 «Tourism in 2018: Where are Russians Travelling» <http://www.mitt.ru/Articles/tourism-in-2018-where-are-russians-travelling>



- Ταϊλάνδη - 679.000 (+ 18%)
- Εσθονία - 858.000 (+ 5%)
- Γερμανία - 591.000 (+ 4%)
- Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα - 545.000 (+ 52%)

Η Τουρκία αποτελεί τον αγαπημένο προορισμό για τους Ρώσους τουρίστες. Άλλοι βασικοί προορισμοί περιλαμβάνουν την Πολωνία - 532.000, την Ιταλία - 498.000, τη Γεωργία - 483.000, την Ισπανία - 406.000, το Αζερμπαϊτζάν - 349.000, την Κύπρο - 325.000, την Ελλάδα - 300.000, τη Λιθουανία - 288.000, το Βιετνάμ - 281.000, την Τσεχία - 250.000 και την Τυνησία - 219.000.

Οι προορισμοί που παρουσιάζουν την υψηλότερη αύξηση από έτος σε έτος περιλαμβάνουν: Πορτογαλία - 30.000 (+ 88%), Κατάρ - 66.000 (+ 74%), Ουγγαρία - 80.000 (+ 57%), ΗΑΕ - 545.000 (+ 52%), Τυνησία - 219.000 (+ 40%), Ιορδανία - 27.000 (+ 25%), Κούβα - 50.000 (+ 28%), Μογγολία - 46.000 (+ 28%), Μαλδίβες - 19.000 (+ 27%) και Γεωργία - 483.000 (+ 26%).

Τα ταξίδια στην ΕΕ αυξήθηκαν, με τους πιο δημοφιλείς προορισμούς στην περιοχή Σένγκεν: Ιταλία - 498.000 (+ 20%), Τσεχία - 250.000 (+ 5.4%), Ισπανία - 406.000 (+ 5%) και Γαλλία - 229.000.

Ο τουρισμός στην Αυστρία αυξήθηκε κατά 8% το πρώτο εξάμηνο του 2018, φτάνοντας τα 124.000 ταξίδια. Οι χώρες της Βαλτικής υποδέχθηκαν επίσης πολλούς Ρώσους τουρίστες: Εσθονία - 858.000 (+ 5%), Λιθουανία - 288.000 (+ 1%) και Λετονία - 185.000 (+ 7%).

Παραδοσιακά, η Αίγυπτος και η Τουρκία ήταν μεταξύ των κορυφαίων προορισμών στον κατάλογο για Ρώσους τουρίστες. Η αναστολή των πτήσεων προς αυτές τις χώρες το 2015 - ως αποτέλεσμα ενός τρομοκρατικού συμβάντος στην πρώτη και η εντατικοποίηση των πολιτικών σχέσεων με τις τελευταίες - προκάλεσε τη συρρίκνωση του αριθμού των Ρώσων επιβατών σε αυτές τις διαδρομές. Ωστόσο, οι μεσογειακές χώρες όπως η Ελλάδα, η Κύπρος, η Ιταλία και η Ισπανία εκμεταλλεύτηκαν τις πολιτικές εξελίξεις, κερδίζοντας σημαντικά ποσά τουριστών. Εκτός από τις μετακινήσεις σε πολλές μετά-

σοβιετικές χώρες - κυρίως για τους επισκέπτες και την οικογένεια - η Κίνα είναι ένας ακόμη σημαντικός προορισμός που προσελκύει όλο και περισσότερους Ρώσους.

Η επιλογή του προορισμού γίνεται με βάση ορισμένα κριτήρια από τα οποία κάποια έχουν μεγαλύτερη βαρύτητα και άλλα λιγότερη στην τελική απόφαση. Στην προκειμένη περίπτωση θα γίνει αναφορά στα συγκεκριμένα κριτήρια και ο βαθμός προτίμησης θα είναι ανάλογος με την ηλικιακή ομάδα (18-34) (35-55):

**Πίνακας 22:** Κριτήρια για την επιλογή χωρών ανά ηλικιακή ομάδα

Κριτήρια	Ηλικιακές Ομάδες	
	18-34	35-55
<b>Ευνοϊκός καιρός</b>	64%	56%
<b>Προσιτές τιμές</b>	53%	47%
<b>Καλές κριτικές από φίλους και συγγενείς</b>	36%	38%
<b>Έλλειψη πολιτικής κρίσης στη χώρα</b>	26%	26%
<b>Επίπεδο υπηρεσιών στην χώρα</b>	26%	33%
<b>Φιλικοί πολίτες</b>	24%	24%
<b>Καλές υποδομές</b>	18%	19%
<b>Η φήμη της χώρας</b>	15%	13%
<b>Λίγοι Ρώσοι τουρίστες</b>	10%	9%
<b>Γλώσσα</b>	5%	3%
<b>Έλλειψη οικονομικής κρίσης στην χώρα-προορισμό</b>	5%	7%
<b>Θρησκεία</b>	4%	3%

Πηγή: IndexBox Marketing

Οι Ρώσοι τουρίστες έχουν διαχωριστεί σε τέσσερις βασικές κατηγορίες ανάλογα με τον σκοπό του ταξιδιού<sup>44</sup>:

- 1) Η πρώτη κατηγορία αφορά τους Ρώσους τουρίστες που εξέρχονται για επαγγελματικούς λόγους
- 2) Στην δεύτερη κατηγορία οι εξερχόμενοι Ρώσοι τουρίστες έχουν ως κύριο σκοπό τις διακοπές. Αυτή η κατηγορία είναι η βασικότερη καθώς περιλαμβάνει το κύριο ρωσικό τουριστικό ρεύμα. Βέβαια ο όρος διακοπές είναι αρκετά γενικός και δεν βοηθάει στο να προσδιοριστούν επακριβώς οι δραστηριότητες που προτιμούν οι

<sup>44</sup>Vadim Tylik, RMAA Group, Russian Marketing and Advertising Agency «Russian Tourism Market Report: Trends, Analysis & Statistics. How to impress Russian tourists and attract them to your country. »

τουρίστες, για αυτό θα γίνει αναφορά σε αυτές με ποσοστό προτίμησης για κάθε ένα από τους πέντε βασικούς προορισμούς:

**Πίνακας 23:** Σκοπός επίσκεψης Ρώσων τουριστών στις 5 κορυφαίες χώρες

	Χώρες				
	Τουρκία	Αίγυπτος	Ταϊλάνδη	Ισπανία	Ελλάδα
<b>Χαλάρωση στην παραλία</b>	86%	86%	87%	69%	74%
<b>Ενημερωτικός τουρισμός</b>	31%	25%	48%	57%	52%
<b>Ψώνια</b>	11%	4%	13%	19%	13%
<b>Κρουαζιέρα</b>	4%	11%	4%	7%	9%
<b>Θαλάσσιος τουρισμός</b>	11%	21%	11%	7%	7%
<b>Περιήγηση λεωφορείων στις πόλεις</b>	1%	5%	6%	10%	5%
<b>Θρησκευτικός τουρισμός</b>	5%	3%	5%	2%	4%
<b>Άλλο</b>	11%	10%	25%	22%	10%

Πηγή: IndexBox Marketing

- 3) Η τρίτη κατηγορία αφορά τους εξερχόμενους που ταξιδεύουν για ιδιωτικούς λόγους. Οι λόγοι αυτοί μπορεί να είναι επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς αλλά και οι οικονομικοί μετανάστες.
- 4) Η τέταρτη κατηγορία αναφέρεται σε προσωπικό επιχειρήσεων που θα παραμείνει στη χώρα προορισμού για σχετικά μεγάλο χρονικό διάστημα.

### 3.1.2 Κατανώντας την αγορά της Ρωσίας<sup>45</sup>

Αρχικά θα αναφερθούμε σε ορισμένα βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά των Ρώσων πολιτών:

- Πληθυσμός 144 εκατομμυρίων.
- Η Ρωσία είναι ημιπροεδρική ομοσπονδία.
- Υπάρχουν 46 επαρχίες, 21 δημοκρατίες, 4 αυτόνομες περιφέρειες, 9 ακτές, 2 ομοσπονδιακές πόλεις και 1 αυτόνομη περιοχή στη Ρωσία.

<sup>45</sup> Vadim Tylik, RMAA Group, Russian Marketing and Advertising Agency «Russian Tourism Market Report: Trends, Analysis & Statistics. How to impress Russian tourists and attract them to your country. »

- Η Ρωσία έχει 11 ζώνες ώρας, τον μεγαλύτερο αριθμό συνεχών χρονικών ζωνών από οποιαδήποτε χώρα του κόσμου.
- Το μεγαλύτερο μέρος του ρωσικού πληθυσμού ζει στα δυτικά μέρη της Ρωσίας μεταξύ της Βαλτικής Θάλασσας, νότια μέχρι την Κασπία Θάλασσα και παράλληλα προς τα ανατολικά με τα καζαχικά σύνορα, γεγονός που εξηγεί το μικρό μερίδιο των επισκεπτών στη Βρετανία από άλλες περιοχές της χώρας.
- Η επίσημη γλώσσα είναι η Ρωσική την οποία μιλάει το 80% του πληθυσμού. Τα αγγλικά είναι η πιο δημοφιλής ξένη γλώσσα, ακολουθούμενη από τα γερμανικά και τα γαλλικά.
- Οι Ρώσοι υπάλληλοι δικαιούνται συνήθως 28 ημέρες ετήσιας άδειας.

Βασικά στοιχεία για μια ολοκληρωμένη ανάλυση κάποιας τουριστικής αγοράς είναι η δυναμική του πληθυσμού και ορισμένοι οικονομικοί δείκτες:

Μέτρηση	2017
<b>Σύνολο Πληθυσμού</b>	143,959,000
<b>Μέση Ηλικία</b>	40
<b>Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής του πληθυσμού το 2017 - 2022</b>	-0.1%

Οικονομικοί Δείκτες	2017	2018	2019
<b>ΑΕΠ</b>	1.7%	1.8%	1.4%
<b>Καταναλωτικές Δαπάνες</b>	4.4%	3.0%	2.8%
<b>Ποσοστό Ανεργίας</b>	5.2%	5.3%	5.2%
<b>Δείκτης Μισθοδοσίας</b>	6.1%	7.2%	6.9%
<b>Τιμές Καταναλωτή</b>	3.7%	3.8%	4.0%

Η ρωσική ταξιδιωτική αγορά αμφισβητήθηκε σημαντικά από την σοβαρή ύφεση από το 2014-2016, η οποία οδήγησε σε διαρθρωτικές αλλαγές στην τουριστική βιομηχανία και αλλαγές στη συμπεριφορά των Ρώσων ταξιδιωτών. Το 2017 η ρωσική εξερχόμενη αγορά άρχισε να αυξάνεται. Οι Ρώσοι ταξιδιώτες, κατά μέσο όρο, διανύουν σήμερα ένα έως δύο ταξίδια μακριά από το σπίτι ετησίως (κάτω από 3-4 πριν από το 2014). Το μερίδιο των ταξιδιών FIT έναντι των παραδοσιακών οργανωμένων διακοπών αυξήθηκε, φτάνοντας το ένα τρίτο της αγοράς το 2016. Τα εγχώρια ταξίδια, τα οποία αυξήθηκαν κατά την διάρκεια των εξερχόμενων ταξιδιών, μειώθηκαν περαιτέρω και με το Παγκόσμιο Κύπελλο FIFA 2018 που φιλοξενείται στη Ρωσία αναμένεται να παραμείνει εστίαση το

2018. Οι Ρώσοι ταξιδιώτες τείνουν να είναι λιγότερο ευαίσθητοι στις τιμές, ενώ η ενσωμάτωση μιας σειράς εμπειριών στο ταξίδι τους και η επίτευξη υψηλής αξίας χρημάτων αποτελούν βασικές προτεραιότητες για την επιλογή τους. Το μερίδιο των OnLine κρατήσεων αυξάνεται, εξακολουθεί να υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό των κρατήσεων που γίνονται πρόσωπο με πρόσωπο.

Για τους Ρώσους τουρίστες η πιο δημοφιλής περίοδος για διακοπές είναι το καλοκαίρι. Το χειμώνα πολλοί Ρώσοι επιλέγουν το σκι ή το τουριστικό προϊόν «CB». Οι Ρώσοι ανεξάρτητοι ταξιδιώτες είναι πιθανότερο να επιλέξουν σύντομα ταξίδια ή ταξίδια για περισσότερο από δύο εβδομάδες. Η τυπική διάρκεια των οργανωμένων ταξιδιών είναι 1,5-2 εβδομάδες. Οι οικογένειες με παιδιά συχνά πηγαίνουν για μια ολοκληρωμένη παραθεριστική εκδρομή μία φορά το χρόνο σε προορισμό που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση. Οι ηλεκτρονικές αγορές αυξάνονται γρήγορα (ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε κατά 30% το 2016), αλλά εξακολουθεί να είναι χαμηλός σε σύγκριση με τις προσωπικές αγορές στα γραφεία ταξιδιωτικών πρακτόρων και ταξιδιωτικών πρακτόρων. Από τις υπηρεσίες που κάνουν κράτηση μέσω διαδικτύου είναι το πιο πιθανό να δεσμευτούν μέσω του Διαδικτύου.

Ένα μεγάλο ποσοστό των Ρώσων επισκεπτών τείνουν να αρχίσουν να σκέφτονται για το ταξίδι τους νωρίς, με το 57% να κάνει κράτηση μισό χρόνο πριν. Ωστόσο, οι Ρώσοι έχουν την τάση να κάνουν τις κρατήσεις τους αργότερα από πολλούς άλλους επισκέπτες. Μόνο το 23% των κρατήσεων πραγματοποιήθηκαν στους τρεις έως έξι μήνες πριν από την άφιξή τους στον προορισμό, ενώ το 66% των ρωσικών κρατήσεων πραγματοποιήθηκε εντός δύο μηνών πριν από το ταξίδι. Οι περισσότερες κρατήσεις γίνονται στο διαδίκτυο όταν η κράτηση της διαμονής και της μεταφοράς γίνονται μεμονωμένα. Ωστόσο, όταν ταξινομούνται μαζί τα ταξίδια και τα καταλύματα, περισσότεροι από τους μισούς Ρώσους επισκέπτες κάνουν κράτηση πρόσωπο με πρόσωπο. Αυτό αντιπροσωπεύει ένα πολύ μεγαλύτερο ποσοστό από ό, τι σε πολλές άλλες αγορές.

### 3.1.3 Ο τουρισμός πολυτελείας της Ρωσίας<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Δρ. Άρης Ίκκος, Σεραφείμ Κουτσός (2016), «Προφίλ εισερχόμενου Τουρισμού Πολυτελείας για Διακοπές στην Μεσόγειο, 2016», ΙΝΣΕΤΕ

Ο τουρισμός πολυτελείας αποτελείται από τουρίστες, οι οποίοι έχουν αρκετό χρήμα και χρόνο για να αφιερώσουν στις διακοπές τους. Σε ένα γενικό πλαίσιο οι τουρίστες πολυτελείας προτιμούν να ταξιδεύουν μεμονωμένοι, απαιτούν προσωπική και εχέμυθη εξυπηρέτηση και αναζητούν ποιοτικές εμπειρίες. Συνήθως τα ποσά που πληρώνουν είναι αρκετά υψηλά, οπότε και οι απαιτήσεις τους χαρακτηρίζονται κάπως υπερβολικές για έναν μέσο άνθρωπο.

Στις μέρες μας οι τουρίστες πολυτελείας είναι ιδιαίτερα πληροφορημένοι, έμπειροι, έχουν ταξιδέψει αρκετά και προσανατολίζονται στο value for money. Βέβαια, όπως και σε κάθε κατηγορία έτσι και σε αυτή, οι τουρίστες πολυτελείας διακρίνονται κυρίως με βάση το εισόδημα σε βαθύπλουτους, πολύ πλούσιους και πλούσιους. Κάθε μια από τις τρεις κατηγορίες έχει τις ιδιαιτερότητές της και τα χαρακτηριστικά της, όπως ακριβώς θα αναλύσουμε παρακάτω:

- Οι «βαθύπλουτοι» έχουν την οικονομική δυνατότητα να πραγματοποιήσουν οποιαδήποτε επιθυμία τους, και όσον αφορά τις διακοπές τους μπορούν να διαθέσουν ένα αρκετά υψηλό ποσό για να εξυπηρετηθούν οι ανάγκες τους. Ένα ξενοδοχείο που θα φιλοξενεί ένα τέτοιο πελάτη οφείλει να είναι προετοιμασμένο για την οποιαδήποτε απαίτηση αυτού του πελάτη.
- Οι «πολύ πλούσιοι» έχουν λιγότερες απαιτήσεις σχετικά με την πρώτη κατηγορία, παρ' όλα αυτά επιθυμούν ένα εξαιρετικό door to door service, εχεμύθεια, προσωποποιημένη και προσωπική εξυπηρέτηση. Συνήθως είναι απαιτητικοί και απαιτούν να λειτουργούν όλα άψογα.
- Τέλος, οι «πλούσιοι» επιθυμούν μια συνολική ποιοτική εμπειρία. Το value for money αποτελεί την φιλοσοφία τους, καθώς οι περισσότεροι από αυτούς συνεχίζουν να εργάζονται για να διατηρήσουν το επίπεδο διαβίωσής τους.

Σύμφωνα με την έρευνα της PriceWaterhouseCoopers μερικά από τα σημαντικότερα κίνητρα για την αγορά προϊόντων πολυτελείας είναι:

- Η απόλαυση
- Η αντίληψη ότι τα προϊόντα πολυτελείας βελτιώνουν την ποιότητα ζωής
- Η εικόνα της μάρκας – Βασικό για τους νέους καταναλωτές
- Η προσωπική ικανοποίηση
- Η προσωπική προβολή

Οι τουρίστες πολυτελείας παρουσιάζουν ορισμένα δημογραφικά χαρακτηριστικά:

- Νέοι επαγγελματίες, ηλικίας 25 έως 35 ετών και υψηλό διαθέσιμο εισόδημα.
- Γονείς με ανήλικα παιδιά, άτομα ηλικίας 50 – 64 ετών, αρκετά νέοι για να ταξιδεύουν, με υψηλό διαθέσιμο εισόδημα, οι οποίοι δεν υποστηρίζουν πλέον οικονομικά τα παιδιά τους.
- Συνταξιούχοι, άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών, οι οποίοι είναι συνήθως πρόσφατα συνταξιοδοτούμενοι ή απολαμβάνουν πρόωρη συνταξιοδότηση.
- Οικογένειες, μια από τις μεγαλύτερες εξελίξεις στην αγορά τουρισμού πολυτελείας αποτελεί η αυξανόμενη ζήτηση για οικογενειακές διακοπές. Είναι πολλές οι περιπτώσεις στις οποίες γονείς -οι οποίοι δουλεύουν πολλές ώρες- θέλουν να περάσουν αρκετή ώρα με τα παιδιά τους στις διακοπές, χωρίς όμως να συμβιβάζονται με την επιλογή του προορισμού, την ποιότητα, την εξυπηρέτηση ή ακόμα και τις εμπειρίες. Σε απάντηση αυτής της ζήτησης, πολλά ξενοδοχεία και θέρετρα γίνονται περισσότερο προσιτά στα παιδιά.
- Ταξιδιώτες πολυτελείας κατά περίπτωση, άτομα τα οποία επιλέγουν ταξίδια πολυτελείας σε περιπτώσεις αρραβώνων, γαμήλιων ταξιδιών, γενεθλίων κ.λπ. Ακόμη, άτομα μεσαίας εισοδηματικής τάξης, τα οποία αποταμιεύουν χρήματα προκειμένου να πραγματοποιήσουν τουλάχιστον ένα ταξίδι πολυτελείας.
- Πάμπλουτοι και διάσημοι, άτομα που πραγματοποιούν τα περισσότερα ταξίδια πολυτελείας, λόγω πολύ υψηλού διαθέσιμου εισοδήματος και ανάγκης προσωπικής προβολής.

Όσον αφορά την Ρωσία αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες αγορές τουρισμού πολυτελείας παγκοσμίως. Η συγκεκριμένη αγορά δεν θα πρέπει να κατατάσσεται σε μια ενιαία ομάδα και να αντιμετωπίζεται με έναν κοινό τρόπο, καθώς οι Ρώσοι τουρίστες πολυτελείας έχουν πολλές διαφορές στην νοοτροπία και διαφορετική δυναμική σε κάθε ξεχωριστό τμήμα της αγοράς πολυτελείας. Οι κύριοι προορισμοί για τους Ρώσους τουρίστες πολυτελείας είναι η Μεγάλη Βρετανία, η Γαλλία και οι Η.Π.Α, βέβαια υπάρχουν και σημαντικοί ανταγωνιστές των χωρών αυτών, όπως η Ισπανία, η Ιαπωνία και η Ιταλία, οι οποίες έχουν εντοπίσει την συγκεκριμένη αγορά και δραστηριοποιούνται αναλόγως προκειμένου να διεκδικήσουν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

Οι Ρώσοι τουρίστες πολυτελείας είναι συνήθως νέοι και δραστήριοι επιχειρηματίες με μέσο όρο ηλικίας 44 ετών. Οι περισσότεροι διαμένουν στην Μόσχα και ταξιδεύουν είτε με την οικογένεια, είτε με φίλους. Δαπανά κατά μέσο όρο 1.000 στερλίνες την ημέρα για κατάλυμα και προτιμά αποκλειστικές υπηρεσίες – από αυτοκίνητο με προσωπικό οδηγό έως προσωπικούς συμβούλους αγορών και ξεναγούς. Οι αγαπημένες τους δραστηριότητες είναι η παρακολούθηση αθλητικών αγώνων, τα ψώνια, τα τυχερά παιχνίδια και οι βραδινές έξοδοι. Βέβαια και οι γαστρονομικές απολαύσεις είναι μέσα στα πλαίσια επιθυμιών τους. Οι αθλητικές δραστηριότητες κεντρίζουν το ενδιαφέρον των Ρώσων τουριστών καθώς είναι η πιο σημαντική αγορά που κάνει την περισσότερη χρήση των αθλητικών εγκαταστάσεων.

Αναφορικά με την Ελλάδα, ως προορισμό για διακοπές πολυτελείας, σύμφωνα με την μελέτη του ΣΕΤΕ «Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού πολυτελείας για διακοπές στην Μεσόγειο, 2016», αποτελεί τον τρίτο δημοφιλέστερο προορισμό για τις Ευρωπαϊκές αγορές και τέταρτο για τις Μη Ευρωπαϊκές. Η Ρωσία αποτελεί μια από τις κυριότερες αγορές για την Ελλάδα με μερίδιο αγοράς 10.3% με σκοπό επίσκεψης «Ήλιος και Θάλασσα».

### 3.2 Η χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους Ρώσους τουρίστες<sup>47</sup>

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισχωρήσει στην τουριστική βιομηχανία και μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση των τάσεων και των απόψεων. Συγκεκριμένα, τόσο μια τουριστική επιχείρηση, όσο και ένας μεμονωμένος τουρίστας, μπορούν να επωφεληθούν από την παρουσία τους. Αρχικά, μια επιχείρηση μπορεί μέσω της πλατφόρμας που θα δημιουργήσει να προωθήσει τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της με τελικό στόχο την μετατροπή των επισκεπτών σε πελάτες. Αντίστοιχα και οι πελάτες μπορούν να αντλήσουν όσες πληροφορίες χρειάζονται προκειμένου να οργανώσουν το ταξίδι τους. Ο χώρος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί μια

---

<sup>47</sup> Vadim Tylik, RMAA Group, Russian Marketing and Advertising Agency «Russian Tourism Market Report: Trends, Analysis & Statistics. How to impress Russian tourists and attract them to your country. »



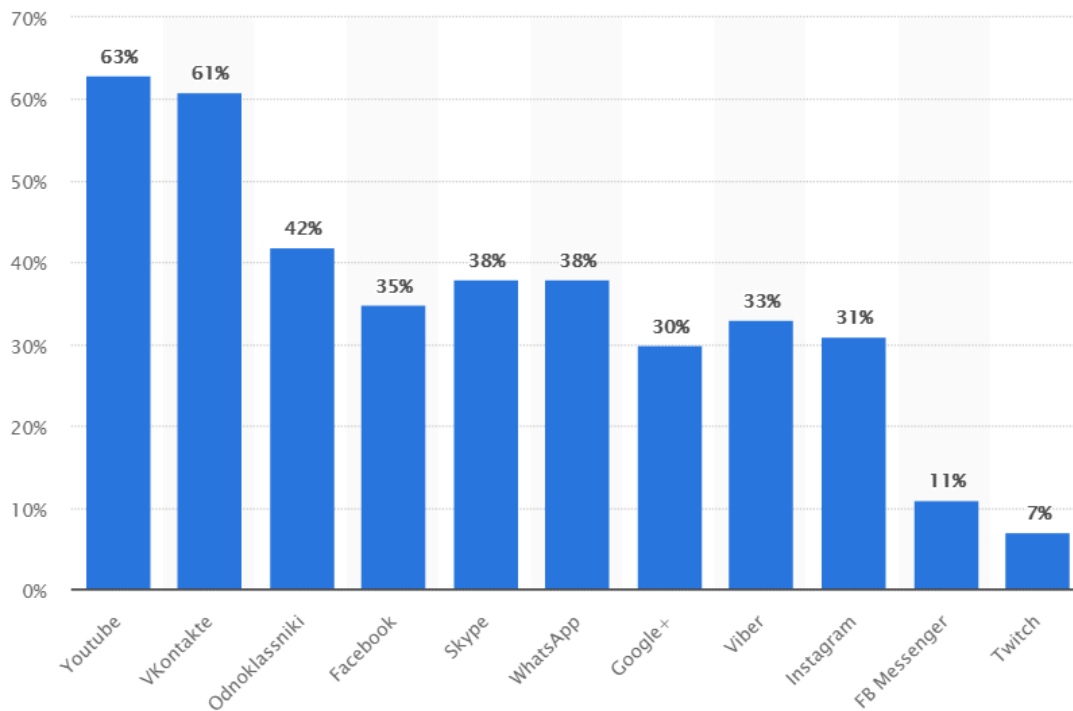
πλατφόρμα συνεχούς ανταλλαγής εμπειριών, εντυπώσεων και φωτογραφιών μεταξύ μιας μερίδας ανθρώπων που έχουν ως κοινό ενδιαφέρον τον τουρισμό.

Στην εποχή μας το eWOM (Electronic Word Of Mouth) επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την τελική απόφαση ενός τουρίστα, ειδικότερα το 50% των τουριστών παγκοσμίως κατεβάζει ταξιδιωτικές εφαρμογές πριν καν ξεκινήσει το ταξίδι. Η συμπεριφορά των τουριστών έχει αλλάξει αισθητά από την περίοδο του στατικού ίντερνετ, πλέον οι τουρίστες έχουν γίνει πιο δεκτικοί σε νέα digital εργαλεία και συνεχώς ανακαλύπτονται νέα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να ενισχυθούν και οι εμπειρίες των τουριστών. Η εποχή των ταξιδιωτικών πρακτόρων έχει παρέλθει και πλέον αναδύεται η εποχή των εφαρμογών μέσω διαδικτύου, τις οποίες φαίνεται να εμπιστεύονται περισσότερο οι σημερινοί τουρίστες. Συγκεκριμένα:

- 6/10 Ευρωπαίους κάνει χρήση του διαδικτύου προκειμένου να σχεδιάσει τις διακοπές του.
- Το «Tripadvisor» έχει περισσότερους από 60.000.000 μοναδικούς χρήστες το μήνα και περισσότερες από 125.000.000 κριτικές σε 3.100.000 καταχωρήσεις (εστιατόρια, δραστηριότητες κ.α.) με στατιστικά του 2013.
- Ο «Emarketer» αναφέρει ότι 163.5 εκατομμύρια άνθρωποι στις ΗΠΑ ποσοστό περισσότερο από τα 2/3 των χρηστών του διαδικτύου χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζει τη διείσδυση του κοινωνικού δικτύου στη Ρωσία από το 4ο τρίμηνο του 2017. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, διαπιστώθηκε ότι το 47% του πληθυσμού είχε ενεργό λογαριασμό σε οποιοδήποτε κοινωνικό δίκτυο. Το δεύτερο πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο ήταν το VKontakte με ποσοστό διείσδυσης 61%.

**Διάγραμμα 4:** Η διείσδυση του κοινωνικού δικτύου στη Ρωσία από το 4ο τρίμηνο του 2017



Πηγή: statista

Σύμφωνα με την έρευνα του ερευνητικού κέντρου Deloitte CIS (2017)<sup>48</sup>, το ποσοστό των Ρώσων που θεωρούν τους εαυτούς τους ως ενεργούς χρήστες κοινωνικών μέσων είναι 84%. Η πλειοψηφία αυτής της ομάδας (40%) μοιράζεται περιεχόμενο και ειδήσεις τόσο σε απευθείας σύνδεση όσο και πρόσωπο με πρόσωπο. Εντούτοις, το 9% των ερωτηθέντων προτιμούν να μοιράζονται τις πληροφορίες αυτοπροσώπως.

Από το γράφημα παρατηρούμε πως πρώτο σε χρήση είναι το «YouTube» και έπειτα τα κοινωνικά δίκτυα «Vkontakte» και «Odnoklassniki» με παρόμοιες λειτουργίες με το Facebook, τα οποία απευθύνονται σε ρωσόφωνους χρήστες. Επιπλέον οι Ρώσοι διαθέτουν τον περισσότερο χρόνο τους στο διαδίκτυο, συγκεκριμένα τρεις ώρες και σαράντα δύο λεπτά τις εργάσιμες ημέρες και τέσσερις ώρες και είκοσι τέσσερα λεπτά σε μη εργάσιμες ημέρες. Ενώ ο κυριότερος εξοπλισμός πολυμέσων για τους Ρώσους είναι: η τηλεόραση (98%), τα smartphones (81%), οι φορητοί υπολογιστές (80%), οι υπολογιστές (79%).

<sup>48</sup> (2017) «Deloitte CIS Transparency Report»

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/about-deloitte/en/transparency-report-2017-en.pdf>

Στην Ρωσία την μεγαλύτερη κάλυψη όσον αφορά τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες παρέχει το «Vkontakte» και το «YouTube», ενώ το 40% των ταξιδιωτών χρησιμοποιούν τη «Viber» στην Ρωσία.

Οι κύριες πηγές πληροφοριών που επηρεάζουν την επιλογή του ταξιδιωτικού προορισμού για τον Ρώσο τουρίστα είναι:

OnLine κριτικές	<b>39%</b>
Φίλοι	<b>32%</b>
Σχόλια στα βίντεο	<b>21%</b>
Βιβλία και περιοδικά	<b>20%</b>
Προγράμματα στην τηλεόραση	<b>18%</b>
Κοινωνικά δίκτυα	<b>15%</b>
Forums	<b>11%</b>
Άλλα	<b>23%</b>

**Πηγή:** Report “Special aspects of the overseas tourism 2016 — Q1 2017. Traces of travellers in the Russian digital”, Google

Σημαντική πληροφορία για τους Ρώσους τουρίστες αποτελεί το γεγονός πως το 50% αυτών δεν χρησιμοποιούν υπηρεσίες καθοδήγησης. Το 19% θα χρησιμοποιήσει υπηρεσίες καθοδήγησης οι οποίες υπάγονται στο πακέτο του ταξιδιού, ενώ μόνο ένα 6% θα χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο για αυτό τον σκοπό. Περισσότεροι από τους μισούς ταξιδιώτες χρησιμοποιούν ηλεκτρονικούς χάρτες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού - 54%, χάρτες εκτός σύνδεσης – 40%, ενώ σύμφωνα με τη μελέτη της Visa Global Travel Intentions, 9 από τα 10 (91%) των Ρώσων χρησιμοποιούν κινητά τηλέφωνα για πρόσβαση στο διαδίκτυο στο εξωτερικό - αυτό είναι περισσότερο από ότι στην Ευρώπη (78%) και σε όλο τον κόσμο στον κόσμο (88%).

Οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούν οι Ρώσοι τουρίστες κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους είναι:

Ηλεκτρονικοί χάρτες	<b>54%</b>
Offline maps (GPS, tablet)	<b>40%</b>
Πρόγραμμα αστικών συγκοινωνιών	<b>36%</b>
Μεταφραστικό πρόγραμμα	<b>36%</b>
Εφαρμογή συστάσεων	<b>23%</b>
Ενοικίαση ξενοδοχείων/διαμερισμάτων	<b>23%</b>

Κρατήσεις και αγορά εισιτηρίων	<b>20%</b>
Ηλεκτρονικός κατάλογος	<b>17%</b>
Κρατήσεις για εκδηλώσεις	<b>15%</b>
Sights electronic and Audio Guides	<b>11%</b>
City electronics and Audio Guides	<b>8%</b>
Δεν χρησιμοποιούν	<b>12%</b>
Άλλα	<b>1%</b>

Πηγή: Report “Special aspects of the overseas tourism 2016 — Q1 2017. Traces of travellers in the Russian digital”, Google

Ο όγκος των online αγορών στη ρωσική αγορά τουρισμού καλύπτει ένα μικρό μερίδιο της συνολικής αγοράς ταξιδιών, αν και αυξάνεται ενεργά. Σύμφωνα με τη Data Insight Study 2016, η online κράτηση είναι 20% στον τομέα των εισιτηρίων 10-14% στον τομέα των ξενοδοχείων, και μόνο το 3-5% πέφτει στις online πωλήσεις περιηγήσεων (για σύγκριση: στο Ηνωμένο Βασίλειο - 50% στη Γερμανία -25%). Η αγορά e-Travel στη Ρωσία ανέρχεται σε σχεδόν 13,7 δισεκατομμύρια δολάρια (2017), με σταθερή ανάπτυξη μόλις πάνω από 20% ετησίως. Οι πιο δημοφιλείς ηλεκτρονικές υπηρεσίες για την αγορά ταξιδιωτικών προϊόντων: ο ιστότοπος των Ρωσικών Σιδηροδρόμων (το 43% των αγοραστών χρησιμοποίησε αυτόν τον ιστότοπο τουλάχιστον μία φορά το τελευταίο έτος), αεροπορικές εταιρείες (30%), υπηρεσίες κράτησης ξενοδοχείων (29%), υπηρεσίες πώλησης αεροπορικών εισιτηρίων (22%), κράτηση δωματίων σε ιστοσελίδες ξενοδοχείων (21%).

### 3.3 Η γνωριμία με τους Ρώσους tour operator και ο ρόλος τους στην προσέλκυση Ρώσων τουριστών<sup>49</sup>

Η Τουρκία και η Αίγυπτος είναι δύο χώρες οι οποίες μπορούν να μας διδάξουν τους αποτελεσματικούς τρόπους προσέλκυσης Ρώσων τουριστών και αυτοί είναι το επιθετικό μάρκετινγκ των αντίστοιχων εθνικών τουριστικών οργανισμών, αλλά και οι υπέρογοι προϋπολογισμοί που διατίθενται για τις προωθήσεις στη Ρωσία. Βέβαια, και οι δύο χώρες ως σαν τουριστικοί προορισμοί για τους Ρώσους είναι εύκολα προσβάσιμοι, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό καθώς οι χάρτες οργανώνονται από διάφορους tour operators και το φάσμα των τιμών είναι αρκετά ευρύ και ελκυστικό για όλους.

<sup>49</sup> ATOR (27/05/2019), «Πλήρες πρόγραμμα πτήσεων των ταξιδιωτικών πρακτορείων στην Ελλάδα κατά τη θερινή περίοδο του 2019” <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/47120.html>

Αναφορικά με την Ελλάδα και σύμφωνα με την Ένωση Ρώσων t.o's (tour operators), "ATOR"<sup>50</sup>, για το έτος 2018 το 80% των Ρώσων τουριστών που επισκέφθηκαν την Ελλάδα διακινήθηκαν από Ρώσους tour operators. Κατά παράδοση ο μεγαλύτερος όγκος της συγκεκριμένης ομάδας τουριστών κατευθύνεται σε περιφερειακά αεροδρόμια της Ελλάδας, στο πλαίσιο τσάρτερ των tour operator.

Επομένως, ο οργανωμένος τουρισμός είναι το πιο σημαντικό κομμάτι της ρωσικής αγοράς για την Ελλάδα και θα ήταν ιδιαίτερα επωφελής η συνεχής παρακολούθησή του και έπειτα η επένδυση σε αυτόν, με περισσότερες και πιο στοχευμένες διαφημιστικές και μάρκετινγκ καμπάνιες στη Ρωσία σε συνεργασία με κορυφαίους tour operator, αλλά και με την διοργάνωση εκδηλώσεων που προωθούν το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Η συνεργασία με τους σημαντικότερους tour operator προϋποθέτει την γνωριμία με αυτούς, αλλά και την γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, ώστε η επαφή μαζί τους να είναι πιο αποτελεσματική. Παρακάτω θα γίνει μια συνοπτική αναφορά στους σημαντικότερους από αυτούς:

### **1. TUI Ρωσία<sup>51</sup>**

Η "TUI Russia" ιδρύθηκε το έτος 2009 με βάσει τους ρωσικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες "VKO Group" και "Mostravel" και είναι μέλος του μεγαλύτερου διεθνούς τουριστικού ομίλου "TUI Group". Η συγκεκριμένη ταξιδιωτική εταιρεία είναι μια από τις μεγαλύτερες στην Ρωσία και εξυπηρετεί ετησίως περισσότερους από 500 χιλιάδες τουρίστες, μέσω των 300, δικών της ή εξουσιοδοτημένων, ταξιδιωτικών γραφείων.

Ως μία από τις κορυφαίες ταξιδιωτικές εταιρείες διαθέτει ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα, τα οποία της επιτρέπουν να διατηρεί μια σταθερή εικόνα και ο δείκτης εμπιστοσύνης της να είναι σταθερός. Ένα από τα παραπάνω γνωρίσματα είναι η χρηματοπιστωτική σταθερότητα, καθώς η TUI Russia απολαμβάνει τη διεθνή

---

<sup>50</sup> «Η ATOR είναι ένας δημόσιος οργανισμός που περιλαμβάνει τουριστικούς πράκτορες για τους οποίους η ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς και το ενδιαφέρον για κοινά πρότυπα για τη βιομηχανία αποτελούν θεμελιώδεις αρχές της εργασίας. Επί του παρόντος, η ATOR περιλαμβάνει περίπου 50 μεγαλύτερους τουριστικούς πράκτορες από διάφορες περιοχές της Ρωσίας, συγκεντρώνοντας περίπου το 70% της συνολικής τουριστικής ροής στη χώρα. Όλα τα μέλη της ATOR περιλαμβάνονται στο ενοποιημένο ομοσπονδιακό μητρώο των ταξιδιωτικών πρακτόρων της Ρωσίας και έχουν εγγύηση ασφάλισης.»

<sup>51</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/14.html>

υποστήριξη της μητρικής εταιρείας TUI Group. Στην περίπτωση αυτή η TUI Russia εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες που προσφέρει ένα διεθνές εμπορικό σήμα και σε συνεργασία με ξενοδοχεία και αερομεταφορείς προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας στην καλύτερη τιμή. Επόμενο σημαντικό γνώρισμα είναι η χρησιμοποίηση των ευρωπαϊκών πρότυπων εξυπηρέτησης και το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης, τα οποία σε συνδυασμό με την παροχή στους πελάτες της μοναδικών διαφοροποιημένων προϊόντων που δεν διαθέτουν άλλοι ταξιδιωτικοί πράκτορες, δημιουργεί ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Τέλος, η συνεργασία της με την ασφαλιστική εταιρεία “Ingosstrakh”, επιτρέπει στην TUI Russia να παρέχει στους πελάτες της όλα τα είδη ταξιδιωτικής ασφάλισης αλλά και το αίσθημα της εγγύησης πως όλα τα πιθανά προβλήματα θα επιλυθούν αποτελεσματικά και ταχέως.

## **2. ICS Travel Group**<sup>52</sup>

Η “ICS Travel Group” είναι μια διαφοροποιημένη εταιρεία ταξιδιωτικών πρακτορείων με 25 χρόνια εμπειρία στην τουριστική αγορά. Προσφέρει μια ποικιλία ειδών αναψυχής και τουρισμού, αλλά και ένα μεγάλο εύρος αναφορικά με τις χώρες που συνεργάζεται, πάνω από πενήντα χώρες στο απόθεμά της.

Η αναφερόμενη εταιρεία αποτελεί ενεργό μέλος:

- Στον δημόσιο οργανισμό “ATOR” (Ένωση Τουριστικών Επιχειρηματιών της Ρωσίας) από το 2007.
- Στον σύνδεσμο “Turpromosch”<sup>53</sup> (Σύλλογος τουριστικών πρακτόρων στον τομέα του εξερχόμενου τουρισμού) από το 2013.
- Της Διεθνούς Ένωσης Αερομεταφορέων (IATA) από το 2016.

Η “ICS Travel Group” έχει μια άψογη οικονομική φήμη, η οποία τροφοδοτείται τόσο από την μακροχρόνια συνεργασία της με την μεγάλη ομοσπονδιακή τράπεζα “Transcapitalbank”, όσο και από την συνεργασία με την ασφαλιστική εταιρεία “ERV Travel Insurance”, η οποία επιβεβαιώνει τις οικονομικές εγγυήσεις της εταιρείας. Επιπροσθέτως, η χρόνια εμπειρία στην συνεργασία με κορυφαία ξενοδοχεία ανά τον

---

<sup>52</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/3.html>

<sup>53</sup> «Ο σύλλογος “Turpromosch” είναι μια ένωση ταξιδιωτικών πρακτόρων και λειτουργεί για να παρέχει έκτακτη βοήθεια στους τουρίστες»

κόσμο, τα αποκλειστικά συμβόλαια, το εξειδικευμένο προσωπικό και η τεχνολογική καινοτομία συμβάλλουν στη βιώσιμη φήμη της εταιρείας ως σταθερός και αξιόπιστος συνεργάτης.

### **3. Pegas Touristik LLC**<sup>54</sup>

Η “Pegas Touristik LLC” είναι ένας από τους ηγέτες της ρωσικής ταξιδιωτικής και τουριστικής αγοράς και ένας από τους μεγαλύτερους ταξιδιωτικούς πράκτορες σε σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς για τους Ρώσους, όπως η Τουρκία, η Ελλάδα και η Τυνησία. Η εταιρεία προσφέρει υψηλής ποιότητας και αξιόπιστα πακέτα, καθώς συνεργάζεται με γνωστά τουριστικά θέρετρα, ξενοδοχεία, αλλά και αεροπορικές εταιρείες, γεγονός που ευνοεί την φήμη της και εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες.

Η διαφοροποίηση της εταιρείας εντοπίζεται στην κλίση της προς τον εταιρικό τουρισμό - διοργανώνει εκδρομές για εταιρικές ομάδες, αναχωρήσεις ομάδων ποδοσφαίρου, μη τυποποιημένα προγράμματα παιχνιδιών, ψυχαγωγία και προγράμματα προβολής υψηλού επιπέδου. Η “Pegas” επικεντρώνεται στην άνεση και την πολυτέλεια για τον πελάτη, καθώς εκτός από την διαμονή σε υψηλής κατηγορίας ξενοδοχεία και “Fast Track” στο αεροδρόμιο, προσφέρει και μεμονωμένη μεταφορά κατά την άφιξη και την αναχώρηση με ιδιαίτερες και ξεχωριστές υπηρεσίες. Μέσω των ατελείωτων ευχάριστων εκπλήξεων, η εταιρεία στοχεύει στην κατάκτηση ολοένα και περισσότερων καινούργιων κατευθύνσεων, αλλά και στην βελτιστοποίηση των δυνατοτήτων της σε μακροχρόνιους προορισμούς.

### **4. TEZ Tour**<sup>55</sup>

Η “TEZ Tour” ιδρύθηκε το 1994 και είναι μια εταιρεία που προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, καθώς συνεργάζεται με μεγάλες και αξιόπιστες αεροπορικές εταιρείες ( Emirates, Qatar Airways, Air Baltic) και ξενοδοχειακές αλυσίδες ( Marriott, Hilton, Four Seasons). Η “TEZ Tour” έχει την φήμη μιας εταιρείας υψηλής τεχνολογίας, καθώς το έργο των γραφείων, των συνεργατών και των πρακτόρων είναι όσο το δυνατόν πιο διασυνδεδεμένο και αυτοματοποιημένο και το ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων είναι προοδευτικό και εύκολο στην χρήση. Το σύνθημα της είναι «Υψηλές Τεχνολογίες Τουρισμού», το οποίο επιβεβαιώνει συνεχώς μέσω του συνεχούς ποιοτικού ελέγχου των υπηρεσιών της, αλλά και του εξειδικευμένου προσωπικού της.

---

<sup>54</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/37.html>

<sup>55</sup> <https://www.tez-tour.com/>

## **5. Intourist LLC**<sup>56</sup>

Η αποστολή της εταιρείας είναι «η ανάπτυξη μιας πολιτισμένης αγοράς τουριστικών επιχειρήσεων στην Ρωσία, η οποία πληροί τα διεθνή πρότυπα. Παροχή ποιότητας σε προσιτές τιμές.» Η “Intourist” με την προσήλωση στις αξίες της διατηρεί την φήμη μιας αξιόπιστης και έμπειρης εταιρείας, με γνώση της ευθύνης προς τους πελάτες, τους εργαζομένους, τους συνεργάτες, τους μετόχους και τους επενδυτές.

Η “Intourist LLC” προσφέρει πακέτα διακοπών για καλοκαιρινές, χειμερινές διακοπές και περιηγήσεις σε αξιοθέατα, επιδιώκοντας την σύνδεση της ποιότητας και της ψυχαγωγίας. Σημαντικό γεγονός αποτελεί η ιδιαίτερη προσοχή που δίνεται στην ανάπτυξη του εγχώριου τουρισμού, καθώς βάσει της “Intourist” οι εκδρομές στην Ρωσία κερδίζουν ολοένα και περισσότερο την δημοτικότητα, τόσο μεταξύ των Ρώσων πολιτών όσο και των μη κατοίκων της.

## **6. ANEX Tour**<sup>57</sup>

Η “ANEX Tour” χαρακτηρίζεται ως πολυτελής ταξιδιωτικός πράκτορας που βρίσκεται στη ρωσική αγορά από το 1996, εργάζεται με επιτυχία στους σαράντα πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς και κάθε χρόνο επεκτείνεται και σε άλλους. Όσον αφορά την εγχώρια δραστηριότητά της, καλύπτει σαράντα δύο πόλεις της Ρωσίας.

Η αποστολή της είναι «η βοήθεια στους ανθρώπους να συνειδητοποιήσουν τα όνειρά τους και να προσφέρει την χαρά της ανακάλυψης. Δουλεύει για τους πελάτες και προσπαθεί να κάνει τις ποιοτικές διακοπές προσιτές σε όλους.»

Η “ANEX Tour” ειδικεύεται στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών που εκπροσωπούνται σε διάφορα τμήματα της αγοράς όπως ο μαζικός τουρισμός, εταιρικά ταξίδια και ομαδικές υπαίθριες εκδηλώσεις, καθώς και VIP διακοπές. Επιπλέον, στον κατάλογο της “ANEX Tour”, έγινε δυνατή η κράτηση περιηγήσεων VIP-ANEX με προτεραιότητα. Πρόκειται για ένα προηγμένο πακέτο με ένα σύνολο υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, όπου εξετάζεται κάθε λεπτομέρεια. Αναπτύχθηκε ένα ειδικό σύστημα προνομίων - ώστε να ικανοποιηθούν όχι μόνο οι πελάτες αλλά και οι οργανισμοί.

---

<sup>56</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/20.html>

<sup>57</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/235.html>



Εκτός από την συνεχή εξέλιξη στην δημιουργία τουριστών πακέτων, η εταιρεία επικεντρώνεται και στην αύξηση των επιχειρηματικών προτύπων. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκει να προσφέρει εισόδημα στους συνεργάτες, δημιουργώντας ευκαιρίες για ανάπτυξη και ευημερία. Η προσφορά ενός ποιοτικού προϊόντος και η βελτίωση του επαγγελματικού επιπέδου είναι οι δύο βασικοί στόχοι της εταιρείας.

### **7. Coral Travel**<sup>58</sup>

Η “Coral Travel” είναι στην αγορά από 1995 και μέχρι σήμερα διατηρεί μια ηγετική θέση στην τουριστική βιομηχανία με αξιοπιστία και ποιότητα. Ο αναφερόμενος ταξιδιωτικός πράκτορας προσφέρει τις υπηρεσίες του σε τριάντα οκτώ χώρες, εκ των οποίων είναι η Ελλάδα, το Βιετνάμ, το Μαρόκο και η Κούβα. Διοργανώνει ομαδικές και ατομικές εκδρομές στο FIT με βάση τα δικά του προγράμματα ναύλωσης και τακτικές πτήσεις, αναπτύσσει κίνητρα, συνέδρια, αθλητικά και άλλα είδη τουρισμού.

### **8. Biblio-Globus**<sup>59</sup>

Η εταιρεία προσφέρει μια ποικιλία από ταξίδια σε διάφορες χώρες, προβάλλοντας τα χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας. Προσπαθεί συνεχώς να δημιουργήσει νέα και να βελτιώσει τα δημοφιλή προγράμματα αναψυχής, λαμβάνοντας υπόψη τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες των ενεργών πελατών της, προσφέροντας ποιότητα σε προσιτές τιμές. Διαθέτει ποικιλία στις παρεχόμενες υπηρεσίες, διατηρώντας τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα, τα οποία είναι:

- Δυναμική τιμολόγηση.
- Αυτοματοποιημένο ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων σε ένα μόνο παράθυρο.
- Αποκλειστικές συμβάσεις, προσιτές τιμές.
- Η δυνατότητα του διαδραστικού διαλόγου στο χώρο - "Ερωτήσεις προς τους εκπροσώπους του ξενοδοχείου", "Ανατροφοδότηση από τους τουρίστες".
- Πιστά προγράμματα μπόνους.
- Συνεχή επέκταση του φάσματος των τουριστικών προϊόντων.
- Καινοτόμες εξελίξεις.
- Κορυφαίες θέσεις στην αξιολόγηση των προτιμήσεων για συνεργασία βάσει ψηφοφορίας μεταξύ των ταξιδιωτικών γραφείων.

---

<sup>58</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/24.html>

<sup>59</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/10.html>

Η “Biblio-Globus” επενδύει στην επαγγελματικότητα, την ποιότητα και την αξιοπιστία των υπηρεσιών της, επιδιώκοντας να εγγυηθεί την ξεκούραση και τις αξέχαστες εντυπώσεις των πελατών της.

### **9. Mouzenidis Travel<sup>60</sup>**

Η έδρα της εταιρείας βρίσκεται στην Θεσσαλονίκη και διατηρεί γραφεία σε όλα τα τουριστικά θέρετρα της χώρας, όπως η Χαλκιδική, η Αθήνα, η Κρήτη και άλλες περιοχές.

Η “Mouzenidis Travel” πραγματοποιεί περίπου εκατό απευθείας πτήσεις από περισσότερες από τριάντα πέντε πόλεις της Ρωσίας και άλλων χωρών, μαζί με τις αεροπορικές εταιρείες Astra Airlines, Ellin Air, Vim-avia, Aeroflot, Ρωσία, Orenair, Ural Airlines, και άλλες στη Θεσσαλονίκη, στην Αθήνα, στην Πελοπόννησο, στην Κρήτη, στη Ρόδο, στην Κέρκυρα, στη Ζάκυνθο και σε άλλους αερολιμένες στην Ελλάδα. Οι στρατηγικές εταιρικές σχέσεις της είναι ιδιαίτερα ισχυρές με κορυφαία ξενοδοχεία στην Ελλάδα, καθώς έτσι καθιστά δυνατή την εγγυημένη προσφορά στους Ρώσους τουρίστες.

Η εταιρεία είναι εξοπλισμένοι με πάνω από εκατό λεωφορεία, εξοπλισμένα με διάφορες δυνατότητες, όπως με συστήματα GPS, το οποίο και εξασφαλίζει την υψηλή ποιότητα στην διαδρομή των επιβατών.

Τα τουριστικά προϊόντα που προσφέρει αφορούν διακοπές σε παραθαλάσσια μέρη σε ξενοδοχεία από δύο έως πέντε αστέρων, ομαδικά και ατομικά προγράμματα εκδρομών, εταιρικά ταξίδια και επιχειρηματικά σεμινάρια, καθώς ασχολείται και με τον ιατρικό και θρησκευτικό τουρισμό.

Το VIP τμήμα της εταιρείας προσφέρει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, όπως μεμονωμένες μεταφορές με αυτοκίνητα, μίσθωση γιοτ, ατομικό πρόγραμμα εκδρομών, υπηρεσίες επαγγελματικών ρωσόφωνων οδηγών και μεταφραστών, οργάνωση γάμων, βαπτίσεις, επετείους και άλλοι εορτασμοί.

Όσον αφορά την δραστηριοποίηση της “Mouzenidis Travel” στον τομέα των αερομεταφορών, η εταιρεία είναι μέλος του οργανισμού “IATA” από το 1998. Κατέχει την

---

<sup>60</sup> <https://www.atorus.ru/ator/about/participants/company/134.html>

εταιρεία “Ellinair” και πραγματοποιεί τακτικές πτήσεις όλο το χρόνο σε συνεργασία με τις αεροπορικές εταιρίες Astra Airlines, Aeroflot, Vim-Avia, Ural Airlines και άλλες. Μάλιστα, το έτος 2019, καινοτόμησε πραγματοποιώντας απευθείας πτήση από το Κρασνοντάρ προς την Αθήνα.

Έπειτα από μια σύντομη γνωριμία με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, η παράθεση και ο σχολιασμός του πλήρους προγράμματος πτήσεων τους προς την Ελλάδα, για την θερινή περίοδο του 2019, είναι απαραίτητη, καθώς έτσι θα συμπεράνουμε ποιά περιοχή αντιπροσωπεύει τον μεγαλύτερο όγκο μεταφοράς και ποιά είναι τα επίπεδα της ζήτησης ανάλογα με την συχνότητα που πραγματοποιούνται οι πτήσεις.

### Ηράκλειο (Κρήτη)

Πόλη Αναχώρησης	TUI Russia	ICS Travel Group	Pegaw Touristik	TEZ Tour	Intourist	ANEX Tour	Coral Travel	Biblio Globus	Mouzenidis
Μόσχα	«Ural Airlines»- 2 π/μ ΠΕΜ,ΚΥΡ	«Ellinair»- καθημερινά	«Nordwind» - 3 π/μ ΤΡΙ, ΣΑΒ, ΚΥΡ	«Aegean Airlines» - 6 π/μ «Nord Star» - 2 π/μ	«Ellinair», «Aegean Airlines», «Aeroflot» - καθημερινά	«Nordwind» - 3 π/μ	«Ural Airlines» - 5 π/μ	«Ρωσία» - 4 π/μ	«Ellinair»- καθημερινά
Βορονέζ			«Nordwind» - 3 π/μ				«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες		
Γεκατερίνμπουργκ			«Nordwind» - 3 π/μ	«Ural Airlines» - 2 π/μ ΠΕΜ,ΚΥΡ	«Ural Airlines» - 2 π/μ ΠΕΜ,ΚΥΡ	«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες	«Ural Airlines» - 2 π/μ ΠΕΜ,ΚΥΡ		«Ellinair»- 2 π/μ
Καζάν			«Nordwind» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ		«Nordwind» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«Nordwind» - 2 φορές σε 10 ημέρες	«Nordwind» - 2 φορές σε 10 ημέρες		
Καλίνινγκραντ			«Nordwind» - 3 π/μ			«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες			
Κρασνοντάρ			«Nordwind» - 3 π/μ			«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες	«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες		
Νζίνι Νόβγκοροντ			«Nordwind» - 3~4 π/μ			«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες			

Νοβοσιμπίρσκ			«Nordwind» - 3~4 π/μ				«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες		
Ομοκ			«Nordwind» - 3 π/μ						
Περμ			«Nordwind» - 3 π/μ			«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες	«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες		
Ροστόφ-ον-Ντον			«Nordwind» - 3 π/μ			«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες	«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες		
Σαμάρα			«Nordwind» - 3 π/μ		«Nordwind» - (εναλλασσόμενη ημέρα)	«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες	«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες		
Αγία Πετρούπολη			«Nordwind» - 2 π/μ ΤΕΤ, ΣΑΒ	«Aegean Airlines» - 2 π/μ ΤΕΤ, ΠΑΡ	«Yamal» - 2 π/μ ΔΕΥ, ΠΑΡ «Nordwind» - 2 π/μ ΤΕΤ, ΠΑΡ «Aegean Airlines» - 2 π/μ ΤΕΤ, ΠΑΡ	«Nordwind» - ΤΕΤ, ΣΑΒ	«Nordwind» - ΤΕΤ, ΣΑΒ	«Ρωσία» - 4 π/μ	«Yamal» - 2 π/μ ΔΕΥ, ΣΑΒ
Ουφά			«Nordwind» - ΤΕΤ, ΣΑΒ			«Nordwind» - 1 φορά σε 10 ημέρες	«Nordwind» - 2 φορές σε 10 ημέρες		

### Κέρκυρα

ΠΟΛΗ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ	TUI Russia	ICS Travel Group	TEZ Tour	Intourist	Coral Travel	Biblio Globus	Mouzenidis
Μόσχα	«Royal Flight» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«UTair» - 2 π/μ ΣΑΒ,ΚΥΡ «Aegean Airlines» - 3 π/μ ΤΕΤ,ΠΕΜ,ΠΕΜ «Ellinair» - 4 π/μ ΔΕΥ,ΤΕΤ,ΠΑΡ,ΣΑΒ	«Aegean Airlines» - 3 π/μ ΤΡΙ,ΠΕΜ,ΚΥΡ	«Ellinair» - 4 π/μ ΔΕΥ,ΤΕΤ,ΠΑΡ,ΣΑΒ «Aegean Airlines» - 3 π/μ ΤΕΤ,ΠΕΜ,ΠΕΜ	«Royal Flight» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«Ρωσία» - 2 π/μ	«Ellinair» - 4 π/μ ΔΕΥ,ΤΕΤ,ΠΑΡ,ΣΑΒ «Nord Star» - 1 π/μ
Αγίου Πετρούπολη				«Yamal» - 1 π/μ ΠΑΡ		«Ρωσία» - 2 π/μ	

### Ζάκυνθος

ΠΟΛΗ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ	TUI Russia	Intourist	Mouzenidis
Μόσχα	«Nord Star» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ		«Nord Star» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ
Αγίου Πετρούπολη		«Yamal» - 1 π/μ ΠΕΜ	«Yamal» - 1 π/μ ΠΕΜ

### Κως

ΠΟΛΗ ΑΝΑΧΩΡΗΣΗΣ	Coral Travel	Biblio Globus
Μόσχα	«Royal Flight» - 2 π/μ	«Ρωσία» - 2 π/μ
Αγίου Πετρούπολη		«Ρωσία» - 2 π/μ

## Ρόδος

Πόλη Αναχώρησης	TUI Russia	ICS Travel Group	Pegaw Touristik	TEZ Tour	Intourist	ANEX Tour	Coral Travel	Biblio Globus	Mouzenidis
Μόσχα	«AZUR» - 2 π/μ TET,KYP	«Aegean Airlines» - 3 π/μ TPI,ΠΑΡ,KYP	«Royal Flight» -6 π/μ	«S7 Airlines» - καθημερινά «Aegean Airlines» - 2 π/μ TET,ΠΑΡ	«S7 Airlines» - καθημερινά. «Aegean Airlines» - 2 π/μ TET,ΠΑΡ «Ellinair» - 2 π/μ TET.ΣΑΒ	«AZUR» - 2 π/μ TET,KYP	«Royal Flight» -6 π/μ	«Ρωσία» - 4 π/μ	«AZUR» - 2 π/μ
Αγία Πετρούπολη				«Aegean Airlines» - 2 π/μ TET,ΠΑΡ	«Aegean Airlines» - 2 π/μ TET,ΠΑΡ		«Ural Airlines» - 1/10 ημέρες	«Ρωσία» - 4 π/μ	
Γεκατερίνμπουργκ							«Royal Flight» - 1/10 ημέρες		
Κρασνοντάρ							«Royal Flight» - 1 π/μ		
Ροστόφ-ον-Ντον							«Royal Flight» - 1 π/μ (από 18/06)		

## Πάτρα

Πόλη Αναχώρησης	TUI Russia	ICS Travel Group	TEZ Tour	Mouzenidis
Μόσχα	«Ellinair» – 2 π/μ	«Ellinair» – 2 π/μ	«Nord Star» - 3 π/μ	«Ellinair» – 2 π/μ

## Καλαμάτα

Πόλη Αναχώρησης	Intourist
Μόσχα	«Aegean Airlines» - 2 π/μ ΠΑΡ,KYP

## Αθήνα

Πόλη Αναχώρησης	TUI Russia	Intourist	Mouzenidis
Μόσχα	«Ellinair» – 2 π/μ	«Ellinair» – 2 π/μ ΠΕΜ,ΚΥΡ «Aeroflot» - καθημερινά	«Ellinair» – 2 π/μ
Αγία Πετρούπολη		«Aegean Airlines» - 3 π/μ ΔΕΥ,ΔΕΥ,ΣΑΒ	
Κρασνοντάρ		«Ellinair» – 2 π/μ ΠΑΡ,ΣΑΒ	«Ellinair» – 2 π/μ
Σύνδεση μέσω της Αθήνας		Αθήνα + Σαντορίνη «Aegean Airlines» - καθημερινά	
Σύνδεση μέσω της Αθήνας		Αθήνα + Μύκονος «Aegean Airlines» - καθημερινά	
Σύνδεση μέσω της Αθήνας		Αθήνα + Κω «Aegean Airlines» - καθημερινά	

## Θεσσαλονίκη

Πόλη Αναχώρησης	TEZ Tour	Intourist	Mouzenidis
Μόσχα	Aegean Airlines - 3 π/μ ΔΕΥ,ΠΑΡ,ΣΑΒ	«Ellinair», «Aeroflot» - καθημερινά	Ellinair - 12 π / η, Nord Star - 1 π / η
Αγία Πετρούπολη	Aegean Airlines – 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«Ellinair» - 2 π/μ ΔΕΥ,ΠΑΡ «Yamal» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΚΥΡ «Aegean Airlines» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«Ellinair» - 2 π/μ ΔΕΥ,ΠΑΡ «Yamal» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΚΥΡ
Ροστόφ-ον-Ντον		«Ellinair» - καθημερινά	«Ellinair» - 2/10 ημέρες
Σαμάρα		«Ellinair» - 2 π/μ ΔΕΥ,ΠΑΡ	«Ellinair» - 1/10 ημέρες
Γεκατερίνμπουργκ		«Ellinair» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«Ellinair» - 1/10 ημέρες
Νζίνι Νόβγκοροντ		«Ellinair» - 2 π/μ ΔΕΥ,ΠΑΡ	«Ellinair» - 1/10 ημέρες
Καζάν		«Ellinair» - 2 π/μ	«Ellinair» - 1/10 ημέρες
Βόλγκογκραντ		«Ellinair» - 2 π/μ ΤΕΤ,ΣΑΒ	«Ellinair» - 1/10 ημέρες
Κρασνοντάρ			«Ellinair» - 1 π/μ



Το πλήρες πρόγραμμα πτήσεων των τουριστικών πρακτορείων για την θερινή περίοδο του 2019, από την «ATOR», ξεκίνησε από τις αρχές του Μαΐου και θα διαρκέσει μέχρι και τα τέλη Οκτωβρίου. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αφορά τις πτήσεις που πραγματοποιούνται από δεκαπέντε πόλεις της Ρωσίας, μέσω των τουριστικών πρακτορείων, προς τα νησιά Κρήτη, συγκεκριμένα στο Ηράκλειο, Κέρκυρα, Ζάκυνθο, Κω, Ρόδο, καθώς και στην Πάτρα, στην Θεσσαλονίκη και στην Αθήνα, με αναφορά στις αεροπορικές εταιρείες και στην συχνότητα αναχώρησης.

Βάσει του προγράμματος, ο μεγαλύτερος όγκος μεταφορών πραγματοποιείται στο νησιώτικο τμήμα, ειδικότερα παρατηρούμε πως στην Κρήτη οι πτήσεις είναι πιο συχνές, από όλους τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και από τις περισσότερες πόλεις της Ρωσίας, επομένως συγκριτικά με τα υπόλοιπα νησιά και τις τρεις πόλεις, κατέχει την μερίδα του λέοντος στο σύνολο των μεταφορών.

Αναλυτικότερα ο ταξιδιωτικός πράκτορας «PEGAS Touristik» θα πετάξει μόνο στην Κρήτη από δεκατέσσερις πόλεις της Ρωσίας και στην Ρόδο από την Μόσχα. Στην Κω θα πετάξουν μόνο η «Coral Travel» και η «Biblio-Globus» και στην Ζάκυνθο η «TUI Ρωσίας», η «Intourist» και η «Mouzenidis». Όσον αφορά τον νησιώτικο χώρο, θα υπάρχει και η δυνατότητα μεταφοράς στα δύο πιο δημοφιλή νησιά, την Μύκονο και την Σαντορίνη, μέσω σύνδεσης με Αθήνα από την «Intourist». Συγκεκριμένα το πρόγραμμα της πτήσης είναι σε καθημερινή βάση με την αεροπορική εταιρεία «Aegean Airline».

Ένας από τους πιο σημαντικούς ταξιδιωτικούς πράκτορες για τον ελληνικό χώρο φαίνεται να εξελίσσεται ο «Intourist», καθώς μέσα από την συνεργασία του με την «Mouzenidis», συνεργασία στρατηγικής σημασίας, καθώς και οι δύο πράκτορες έχουν συνάψει συμβάσεις με ξενοδοχεία στην Ελλάδα και αποτελούν εταίροι σε αεροπορικά ταξίδια, αύξησε ραγδαία το πρόγραμμα πτήσεων του στην Ελλάδα για το έτος 2019. Εκτός από τις δύο βασικές πόλεις αναχώρησης, τη Μόσχα και την Αγία Πετρούπολη, συμπεριλαμβάνονται πλέον και οι εξής: Εκατερίνμπουργκ, Σαμάρα, Καζάν, Νίζνι Νόβγκοροντ, Βόλγκογκραντ, Ροστόφ-ον-Ντον. Βέβαια, το πιο σημαντικό είναι οι αποκλειστικές πτήσεις που πραγματοποιεί προς την Καλαμάτα.

Τέλος, η συμφωνία συνεργασίας της «Ellinair», αεροπορική εταιρεία του «Mouzenidis Group», και της «Aeroflot», η μεγαλύτερη αεροπορική της Ρωσίας, δημιούργησε νέα δρομολόγια μεταξύ των δύο χωρών, όπως το απευθείας δρομολόγιο από Αθήνα προς Κρασνοντάρ, με απόρροια την αύξηση συχνότητας των πτήσεων και την νέα πολιτική για τους ναύλους. Σύμφωνα με τον πρόεδρο της «Ellinair», κύριο Γιάννη Μουζενίδη, προβλέπεται να διπλασιαστούν οι επιβάτες, τα επόμενα πέντε χρόνια.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Ανάλυση Χρονοσειρών-Προβλέψεις

### 4.1 Θεωρία Χρονοσειράς

#### **Τι είναι μια Χρονοσειρά;**

Με τον όρο Χρονοσειρά εννοούμε μια ακολουθία  $\{x_t: t=0,1,2,\dots\}$  όπου κάθε  $x$  εκφράζει κατά τη χρονική στιγμή  $t$  την κατάσταση ενός συστήματος, το οποίο εξελίσσεται στο χρόνο κατά τυχαίο τρόπο. Οι χρονοσειρές μπορούν να αφορούν διακριτά μεγέθη ή συνεχή μεγέθη σε διακριτό ή συνεχή χρόνο.

Έτσι χρονοσειρά ονομάζεται μια οικογένεια τυχαίων μεταβλητών  $x_t, t \in T$ , όπου  $T$  είναι χρονική περίοδος ή υποσύνολο του χώρου. Αν το  $T$  είναι συνεχές τότε η Χρονοσειρά λέγεται συνεχής ενώ αν το  $T$  είναι διακριτό τότε η Χρονοσειρά λέγεται διακριτή.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση μας ενδιαφέρουν οι διακριτές Χρονοσειρές. Επομένως, όταν έχουμε  $N$  διαδοχικές τιμές, τότε έχουμε μια Χρονοσειρά  $x_1, x_2, \dots, x_N$ , όπου  $x_t$  είναι η παρατήρηση στον χρόνο  $t$ .

#### **Χαρακτηριστικά Χρονοσειράς:**

1. Μια χρονοσειρά μπορεί να χαρακτηρίζεται από γραμμικότητα ή μη-γραμμικότητα
2. Μια χρονοσειρά μπορεί να εμφανίζει μια κυκλικά επαναλαμβανόμενη δομή σε διαδοχικά χρονικά διαστήματα ή εποχές
3. Χαρακτηρίζεται από στασιμότητα ή περιοδικότητα.

### **Συνιστώσες Χρονοσειράς:**

- 1) Τάση, η χρονοσειρά μπορεί να έχει “increasing” trend, “decreasing” trend ή να μην έχει τάση.
- 2) Εποχικότητα, όταν είναι εποχική η χρονοσειρά ακολουθεί κανονικό μοντέλο και οι προβλέψεις είναι χρήσιμες για το μέλλον, π.χ οι αφίξεις τουριστών σε μια χώρα έχουν εποχικότητα
- 3) Κυκλική, στην περίπτωση αυτή η χρονοσειρά δεν έχει περίοδο επανάληψης και αυτό το φαινόμενο είναι ιδιαίτερα σπάνιο
- 4) Άρρυθμος παράγοντας, στην περίπτωση αυτή γνωρίζουμε την απόσταση των ιδιαιτεροτήτων, π.χ. μιας επιχείρησης, και αυτές διαμορφώνουν τον άρρυθμο παράγοντα, ο οποίος βασίζεται σε τυχαία γεγονότα ή σε απρόβλεπτα.

Οι συνιστώσες είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους και εκφράζονται στις μονάδες μέτρησης των αρχικών μονάδων της μεταβλητής, βασικά η Τάση εκφράζεται στις μονάδες μέτρησης των αρχικών δεδομένων, οι υπόλοιπες είναι δείκτες. Επιπροσθέτως, οι συνιστώσες μπορεί να είναι από 1 έως 3, ποτέ Κυκλική και Εποχική μαζί.

### **Επιδράσεις άλλων παραγόντων στη συμπεριφορά των χρονοσειρών:**

Εκτός από τις παραπάνω βασικές συνιστώσες, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τη συμπεριφορά της χρονοσειράς:

- 1) Ασυνήθιστα και σημαντικά γεγονότα, π.χ. πόλεμοι, νομισματικές και δημοσιονομικές αλλαγές
- 2) Μετακινήσεις ημερομηνιών μεγάλων εορτών
- 3) Αριθμός ημερών αργίας κατά μήνα
- 4) Ο αριθμός ημερών κάθε μήνα

## 4.2 Μέθοδοι Πρόβλεψης-Ανάλυση της μεθόδου που χρησιμοποιείται

Οι μέθοδοι πρόβλεψης κάνουν χρήση ιστορικών δεδομένων προκειμένου να επιτύχουν την βαθύτερη κατανόηση της δομής αυτών. Οι ποσοτικές μέθοδοι πρόβλεψης χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: 1) τεχνικές πρόβλεψης βάσει χρονοσειρών και 2) τεχνικές πρόβλεψης βάσει αιτιωδών μοντέλων.

Στην περίπτωση της συγκεκριμένης εργασίας χρησιμοποιείται μέθοδος πρόβλεψης βασισμένη σε χρονοσειρά. Αναλύεται μια ακολουθία δεδομένων, τα οποία αποτελούν παρατηρήσεις πάνω σε μια τυχαία μεταβλητή που έχουν ληφθεί σε διαδοχικές και εν γένει ισαπέχουσες χρονικές στιγμές. Ο στόχος είναι η προβολή των μελλοντικών τιμών της μεταβλητής με βάση παρελθούσες και τρέχουσες παρατηρήσεις πάνω στην συγκεκριμένη μεταβλητή. Ένα χαρακτηριστικό του μοντέλου αυτής της κατηγορίας πρόβλεψης είναι πως θα δίνει την ίδια πρόβλεψη ανεξάρτητα από τις μεταβολές του περιβάλλοντος και αυτό αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματα των μοντέλων αυτής της κατηγορίας γενικά.

Επειδή σε όλες τις προβλέψεις ενέχουν επίπεδα αβεβαιότητας είναι αναγκαίο να γίνονται υποθέσεις ή κρίσεις γύρω από σχετικές συνθήκες στο μέλλον, και επομένως, πρέπει να αναμένεται κάποιο σφάλμα στην πρόβλεψη.

## 4.3 Μοντέλα Σύνδεσης των Συνιστωσών μιας Χρονοσειράς

Προκειμένου να γίνει η λήψη των προβλέψεων πρέπει να αναγνωρισθεί το υπαινισσόμενο σχήμα συμπεριφοράς και να προβληθεί στο μέλλον, με την προϋπόθεση, ότι το υπαινισσόμενο πρότυπο συμπεριφοράς της χρονοσειράς στο παρελθόν θα εξακολουθεί να ισχύει και στο μέλλον. Έτσι, τα δυο υποδείγματα που χρησιμοποιούνται είναι:

- 1) Το αθροιστικό υπόδειγμα, στην συγκεκριμένη περίπτωση οι πραγματικές τιμές της χρονοσειράς για κάθε περίοδο θεωρούνται ως άθροισμα των τεσσάρων συνιστωσών, οι οποίες είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους
- 2) Το πολλαπλασιαστικό υπόδειγμα, οι πραγματικές τιμές της χρονοσειράς για κάθε περίοδο θεωρούνται ως γινόμενο των τεσσάρων συνιστωσών, οι οποίες είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους
- 3) Μικτά μοντέλα

#### 4.4 Μεθοδολογία Κλασσικής Ανάλυσης Χρονοσειράς

Στόχος είναι η αποσύνθεση της χρονοσειράς, δηλαδή να γνωρίζουμε κάθε χρονική στιγμή ποιο είναι το επίπεδο κάθε συνιστώσας και ποια η συνεισφορά του στην τιμή της χρονοσειράς. Οι κυριότερες μέθοδοι είναι:

- 1) Μέθοδοι προσδιορισμού της μακροχρόνιας τάσης, είτε με την προσαρμογή μιας κατάλληλης εξίσωσης τάσης, είτε με τον υπολογισμό ορισμένων ποσοτικών εκφράσεων
- 2) Μέθοδοι προσδιορισμού της εποχικότητας, είτε με την μέθοδο των ποσοστών ως προς το μηνιαίο μέσο, είτε με την μέθοδο των ποσοστών ως προς την μηνιαία τάση, είτε με την μέθοδο των ποσοστών ως προς το μηνιαίο κινητό μέσο
- 3) Μέθοδοι προσδιορισμού της κυκλικότητας, -απαλείφουμε την εποχικότητα, απαλείφουμε την μακροχρόνια τάση, -υπολογίζουμε εκ νέου κινητούς μέσους απαλείφοντας τους άρρυθμους παράγοντες, -υπολογίζουμε δείκτες κυκλικότητας.

Η παρακάτω διαδικασία ακολουθείται στην κλασική μέθοδο ανάλυσης χρονοσειράς και αποτελείται από 6 βήματα:

- 1) Προσδιορισμός μακροχρόνιας τάσης
- 2) Προσδιορισμός εποχικότητας
- 3) Απαλοιφή εποχικών κυμάνσεων

- 4) Απαλοιφή τάσης
- 5) Προσδιορισμός κυκλικών κυμάνσεων
- 6) Απαλοιφή κυκλικών κυμάνσεων

Τα βήματα που ακολουθούνται στην ανάλυση μιας χρονοσειράς και τη λήψη πρόβλεψης:

- ✓ Εξασφαλίζεται ότι η χρονοσειρά έχει σταθερή συμπεριφορά
- ✓ Εξασφαλίζεται ότι δεν υπάρχει περιοδικότητα
- ✓ Εξασφαλίζεται κατάλληλο μοντέλο που προσαρμόζεται στα δεδομένα
- ✓ Εκτιμώνται οι άγνωστες παράμετροι του μοντέλου
- ✓ Γίνεται χρήση του μοντέλου για πρόβλεψη

#### 4.5 Η προσέγγιση Box-Jenkins

Η συγκεκριμένη μέθοδος αναπτύχθηκε την δεκαετία του 1960 με αποκορύφωμα την έκδοση της μελέτης “ Times series Analysis, Forecasting and Control” το 1970. Η προσέγγιση B-J ασχολείται με την αναγνώριση ενός ιδιαίτερου στατιστικού υποδείγματος, το οποίο μπορεί να προσαρμοστεί σε μια δεδομένη χρονολογική σειρά. Η ανάγκη για γνώση υποδειγμάτων των οποίων τα διαγράμματα αυτοσυσχέτισης να μπορούν να αναγνωριστούν σχετικά εύκολα, συντέλεσε στη διαμόρφωση τριών στάσιμων στοχαστικών διαδικασιών, οι οποίες παρουσιάζουν ιδιαίτερη χρησιμότητα για τις χρονολογικές σειρές:

1. Αυτοπαλινδρομική (**AR**)
2. Τεχνική του κινητού μέσου (**MA**)
3. Μικτή διαδικασία (**ARMA**)

Η τεχνική B-J **ARIMA** (**A**uto-**R**egressive **I**ntegrated **M**oving **A**verage) δίνει μορφή υποδείγματος στην πιο γενική μορφή σε μια διακριτή χρονοσειρά, ως συνάρτηση αυτοπαλινδρομούμενων όρων, κινούμενων μέσων και μιας σταθεράς. Στο μοντέλο περιλαμβάνεται συγχρόνως ένας τύπος εποχικού και ένας μη εποχικού παράγοντα και η γενική του μορφή έχει ως εξής:

### **ARIMA (p,d,q)**

**p**, οι παράμετροι της αυτοπαλίνδρομης διαδικασίας

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

**q**, οι παράμετροι της διαδικασίας κινητού μέσου

Μια ειδική κατηγορία των υποδειγμάτων **ARIMA** είναι τα εποχικά υποδείγματα **SARIMA**. Το εποχικό υπόδειγμα μπορεί να διαθέτει ένα παράγοντα **MA**, έναν παράγοντα **AR** και ενδεχομένως μια τάξη διαφορών:

### **ARIMA (p,d,q) (P,D,Q)s**

**p**, οι παράμετροι της αυτοπαλίνδρομης 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**)

### **Στάδια Μεθόδου B-J**

#### **1ο Στάδιο: Ταυτοποίηση**

Στο στάδιο αυτό επιλέγεται ένα μοντέλο ικανό να δείξει αν υπάρχουν βασικά χαρακτηριστικά στη χρονοσειρά (τάση, εποχικότητα). Προσδιορίζονται οι συναρτήσεις συσχέτισης: Αυτοσυσχέτιση (Autocorrelation, **ACF**) και Μερική Αυτοσυσχέτιση (Partial Autocorrelation, **PACF**). Με την χρήση των δύο αυτών συναρτήσεων θα είναι δυνατή η αναγνώριση της κατάλληλης **AR** or **MA**.

### **2ο Στάδιο: Εκτίμηση**

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

### **3ο Στάδιο: Διαγνωστικός Έλεγχος**

Γίνεται έλεγχος της καλής προσαρμογής του υποδείγματος, δηλαδή πόσο καλά ταιριάζει το υπόδειγμα με τα δεδομένα, καθώς και η τελική αποδοχή ή απόρριψη.

### **4ο Στάδιο: Αξιολόγηση Υποδείγματος**

Στο στάδιο αυτό γίνεται αξιολόγηση της προβλεπτικής ικανότητας του υποδείγματος και προκειμένου να γίνει σωστή αξιολόγηση υπάρχουν ορισμένα κριτήρια:

- i. Η ρίζα του μέσου τετραγώνου **RMSE**
- ii. Το μέσο απόλυτο σφάλμα **MEAN**
- iii. Το μέσο απόλυτο ποσοστιαίο σφάλμα **MAPE**

### **Επιλογή Κατάλληλου Υποδείγματος**

Για την επιλογή του κατάλληλου υποδείγματος υπάρχουν κάποια συγκεκριμένα κριτήρια που πρέπει να ληφθούν υπόψη:

1. Ένα από τα κριτήρια είναι το κριτήριο πληροφοριών Akaike (Akaike Information Criterion) (AIC)
2. Το διάστημα εμπιστοσύνης είναι ένα καλό κριτήριο για την ακρίβεια της πρόβλεψης, δηλαδή πόσο κοντά βρίσκονται οι προβλεπόμενες τιμές που υπολογίστηκαν από το εκτιμημένο υπόδειγμα.



#### 4.6 Προβλέψεις Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα

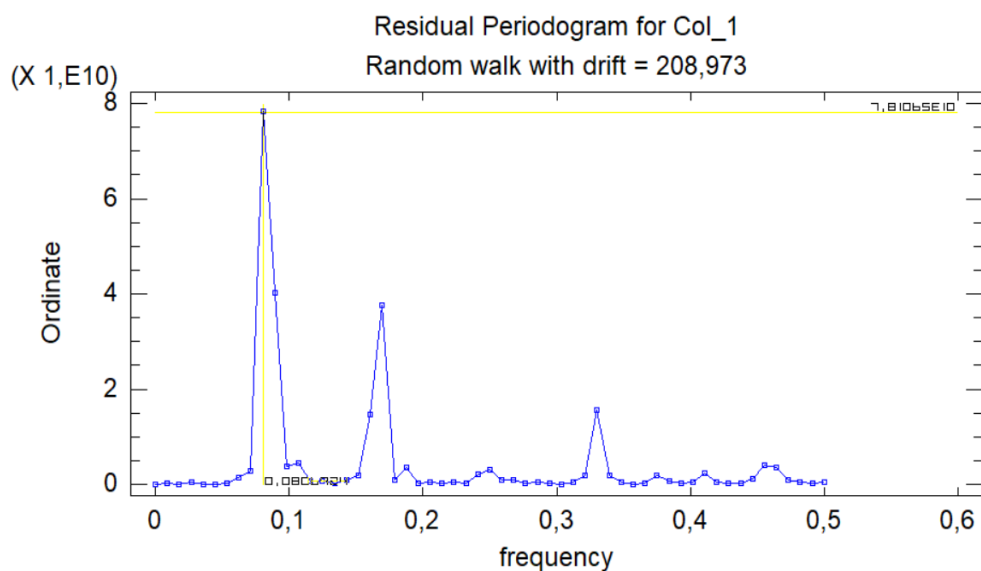
Στο τελευταίο κομμάτι της εργασίας θα γίνει η προσπάθεια πρόβλεψης της εξέλιξης της τουριστικής κίνησης από την Ρωσία προς την Ελλάδα για το τελευταίο εξάμηνο του έτους 2019. Οι μεταβλητές που απαρτίζουν την χρονοσειρά μας αποτελούν στοιχεία της στατιστικής έρευνας της «Τράπεζας της Ελλάδος» για τις αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό και συγκεκριμένα από την χώρα της Ρωσίας. Τα στοιχεία είναι από το έτος 2010 μέχρι και τον Μάιο του 2019. Για την επίτευξη της διαδικασίας αυτής χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο Statgraphics. Αρχικά περνάμε τις μεταβλητές μας στο πρόγραμμα για κάθε έτος (2010-2019) και ανά μήνα, δημιουργώντας την διακριτή χρονοσειρά:

**Εικόνα 2: Εισαγωγή στοιχείων στο Statgraphics**

	Col_1	Col_2	Col_3	Col_4	Col_5	Col_6	Col_7	Col_8	Col_9	Col_10
1	2685									
2	866									
3	3368									
4	5685									
5	27863									
6	79269									
7	86055									
8	122236									
9	87271									
10	24589									
11	7327									
12	4025									
13	3671									
14	4060									
15	4709									
16	7367									
17	76992									
18	115897									
19	136789									
20	167081									
21	139795									

Στο επόμενο βήμα εξετάζεται η χρονοσειρά των δεδομένων χωρίς να ληφθεί υπόψη η συνιστώσα της εποχικότητας, ώστε να προσδιοριστεί μετά την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

**Εικόνα 3:** Residual Periodogram without periodicity



Βρίσκοντας λοιπόν την Τετμημένη=0,83..., η οποία προσδιορίζεται από τον τύπο Τετμημένη=1/s, υπολογίζεται η εποχικότητα s=12.

Εφόσον έχει υπολογιστεί η εποχικότητα της χρονοσειράς, ακολουθεί η ανάλυση με αναφορές στα πιο σημαντικά σημεία των αποτελεσμάτων που εξήχθησαν.

**Δεδομένα Μοντέλου**

<b>Data variable</b>	Russia
<b>Number of observations</b>	113
<b>Start index</b>	1
<b>Sampling interval</b>	1,0 month(s)
<b>Length of seasonality</b>	12
<b>Seasonal differencing of order</b>	1

<b>Forecast model selected</b>	ARIMA(1,0,6)x(1,1,1) <sup>12</sup> with constant
<b>Number of forecasts generated</b>	12
<b>Number of periods withheld for validation</b>	0

Πίνακας 24: Περίληψη Μοντέλου ARIMA

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΕΚΤΙΜΗΣΗ	ΤΥΠΙΚΟ ΣΦΑΛΜΑ	ΤΙΜΗ ΣΥΝΑΡΤΗΣΗΣ †	ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ P-Value
AR(1)	-0,628942	0,116183	-5,41338	0,000001
MA(1)	-1,59809	0,072498	-22,0432	0,000000
MA(2)	-1,59529	0,0606763	-26,2918	0,000000
MA(3)	-1,21358	0,0515608	-23,5369	0,000000
MA(4)	-0,810082	0,0696863	-11,6247	0,000000
MA(5)	-0,296819	0,0363349	-8,16898	0,000000
MA(6)	-0,274707	0,0690061	-3,98091	0,000138
SAR(1)	0,410007	0,121319	3,37957	0,001071
SMA(1)	0,899623	0,0374506	24,0216	0,000000

Εκτιμώμενη διακύμανση λευκού θρύβου = 5,60781E8 με 91 βαθμούς ελευθερία. Μια χρονοσειρά “λευκός θόρυβος” αποτελείται από ανεξάρτητες τυχαίες μεταβλητές με ίδια κατανομή, όταν οι τυχαίες μεταβλητές έχουν την ίδια κατανομή και είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους. Μια χρονοσειρά “λευκός θόρυβος” είναι εντελώς τυχαία και δεν περιέχει αυτοσυσχετίσεις.

Εκτιμώμενη τυπική απόκλιση λευκού θορύβου = 23680,8

Αριθμός επαναλήψεων = 19

**Πίνακας 25:** Αξιολόγηση του Μοντέλου ως προς την προβλεψιμότητα

<b>ΚΡΙΤΗΡΙΑ</b>	<b>ΕΚΤΙΜΗΣΗ</b>
<b>RMSE</b>	23126,0
<b>MAE</b>	16579,2
<b>MAPE</b>	128,647
<b>ME</b>	1265,1
<b>MPE</b>	-7,32292

Η επιλογή του υποδείγματος έγινε μετά από την σύγκριση με άλλα τέσσερα μοντέλα πρόβλεψης:

(A) ARIMA(1,0,6)x(1,1,1)<sub>12</sub> with constant

(B) Winter's exp. smoothing with alpha = 0,4295, beta = 0,0153, gamma = 0,5395

(C) Brown's quadratic exp. smoothing with alpha = 0,1036

Seasonal adjustment: Multiplicative

(D) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,5104 and beta = 0,0206

Seasonal adjustment: Multiplicative

(E) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,9317

Στόχος της συγκεκριμένης διαδικασίας είναι η πρόβλεψη των τιμών των μελλοντικών αφίξεων Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα. Οι χρονικές περιόδους που χρησιμοποιήθηκαν είναι 113 μήνες. Η τελική επιλογή είναι ένα μοντέλο ARIMA, σύμφωνα με το οποίο η καλύτερη πρόβλεψη των μελλοντικών δεδομένων προκύπτει από ένα παραμετρικό μοντέλο. Στον πίνακα 24, αναφέρεται η στατιστική σημαντικότητα (p-value) των όρων του μοντέλου πρόβλεψης. Έτσι, οι τιμές p-value για τις παραμέτρους AR(1), MA(1), MA(2), MA(3), MA(4), MA(5), MA(6), SAR(1) και SAR(2) είναι μικρότερες του 0,10, δηλαδή διαφέρουν στατιστικά σημαντικά από το 0, επομένως υπάρχει 90% βεβαιότητα για την πραγματικότητα των τιμών. Στον πίνακα 25, παρουσιάζεται η αξιολόγηση του μοντέλου βάσει στατιστικών μέτρων (RMSE), (MAE), (MAPE), (ME) και (MPE). Τα τρία πρώτα στατιστικά μέτρα υπολογίζουν το

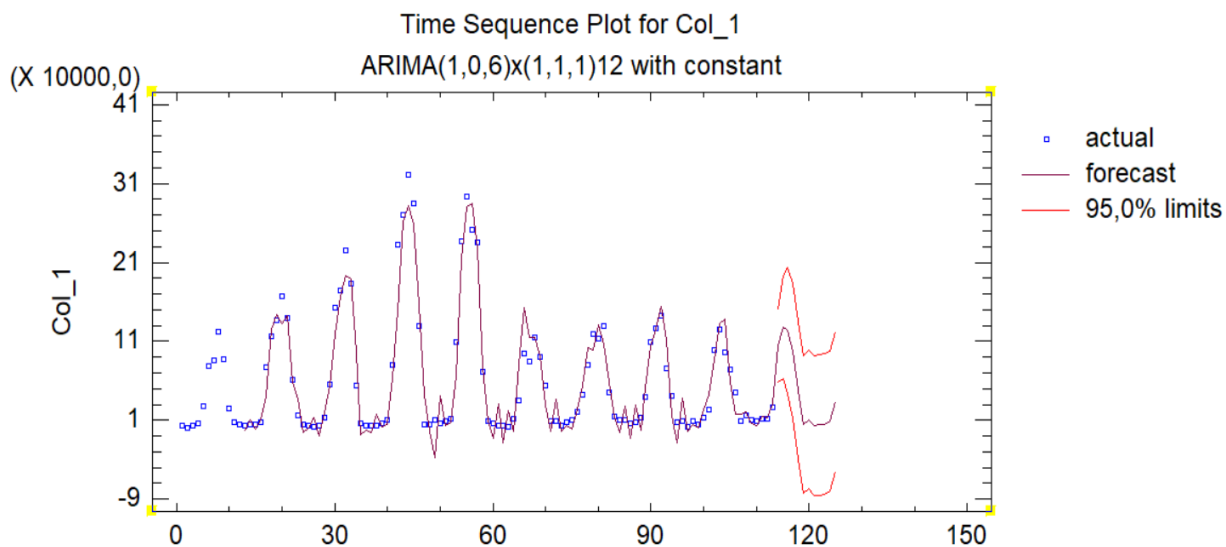
μέγεθος των τυχαίων σφαλμάτων, ενώ τα δύο τελευταία το μέγεθος των συστηματικών σφαλμάτων.

Εφόσον το μοντέλο κρίνεται κατάλληλο και επαρκές παρακάτω αναφέρεται ο πίνακας με τις προβλέψεις:

**Πίνακας 27:** Προβλέψεις αφίξεων Ρώσων Τουριστών στην Ελλάδα

ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΠΡΟΒΛΕΨΗ	ΚΑΤΩΤΕΡΟ ΟΡΙΟ (95%)	ΑΝΩΤΕΡΟ ΟΡΙΟ (95%)
06/19	104814,	57775,4	151854,
07/19	128480,	62975,1	193985,
08/19	123919,	43663,4	204175,
09/19	97594,6	12620,1	182569,
10/19	48048,3	0	135471,
11/19	4534,77	0	91963,6
12/19	10954,7	0	99239,9
01/20	3867,16	0	92488,9
02/20	3999,2	0	92753,7
03/20	5393,46	0	94200,4
04/20	8749,89	0	97577,6
05/20	33574,9	0	122411,

**Εικόνα 7: Γράφημα Χρονοσειράς με προβλέψεις**



Στην συνέχεια γίνεται η σύγκριση μεταξύ των διαστημάτων 06/18-05/19 και 06/19-05/20:

**Πίνακας 28: Σύγκριση αφίξεων**

ΜΗΝΑΣ	Αφίξεις 06/18-05/19	Αφίξεις 06/19-05/20	ΜΕΤΑΒΟΛΗ %
ΙΟΥΝΙΟΣ	98.602	104.814	6,30%
ΙΟΥΛΙΟΣ	125.385	128.480	2,47%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	96.695	123.919	28,15%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	74.847	97.594	30,39%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	45.301	48.048	6,06%
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	9.131	4.534	-50,34%
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	16.987	10.954	-35,52%
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	10.111	3.867	-61,75%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	8.495	3.999	-52,93%

ΜΑΡΤΙΟΣ	11.257	5.393	-52,09%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	11.831	8.749	-26,05%
ΜΑΙΟΣ	26.090	33.574	28,69%
ΣΥΝΟΛΟ	<b>534.732</b>	<b>573.929</b>	7,33%

Με βάσει τις προβλέψεις:

- ✓ Από τον Ιούνιο μέχρι και τον Σεπτέμβριο παρατηρείται αύξηση, όπως και τον μήνα Μάιο. Ενώ, από τον Νοέμβριο μέχρι και τον Απρίλιο προβλέπεται μείωση.
- ✓ Η συνολική ετήσια αύξηση των αφίξεων Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα υπολογίζεται σε 7,33%.
- ✓ Ο Ιούλιος είναι ο μήνας με τον μεγαλύτερο όγκο αφίξεων συνολικά για τα έτη 2018 και 2019 καθώς έχει 253.865 συνολικές αφίξεις, και για το έτος του 2019 σημειώνεται αύξηση ύψους 2,47%. Ακολουθεί ο Αύγουστος με 123.919 αφίξεις για το έτος 2019, αυξημένες κατά +28,15% συγκριτικά με το 2018.
- ✓ Την μεγαλύτερη ποσοστιαία μείωση παρουσιάζει ο Ιανουάριος (-61,75%).

## Συμπεράσματα-Προτάσεις

Η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός για ποικίλους λόγους, όπως τα πολυάριθμα νησιά της, η φυσική ομορφιά της και το κλίμα της. Βέβαια, και ο τουρισμός είναι σημαντικός για την Ελλάδα, καθώς αποτελεί ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο κλάδο με σημαντικές προοπτικές. Το μοντέλο “ήλιος και θάλασσα” στο οποίο εστιάζει, αλλά και ο αρχαιολογικός της πλούτος της αποφέρουν σημαντικά έσοδα. Η ανοδική πορεία του τουρισμού αναμένεται να συνεχιστεί με αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τουρισμού κατά 31% και αύξηση της απασχόλησης κατά 26% έως το 2031.

Ωστόσο, θα ήταν ιδιαίτερα θετικό για την Ελλάδα να ελαχιστοποιήσει την έντονη επικέντρωση στον παραδοσιακό τουρισμό του μοντέλου 3s (sea, sand and sun) και να επεκταθεί σε πιο εναλλακτικές μορφές τουρισμού, έτσι θα ανανεώσει την τουριστική εισροή της, θα αναβαθμίσει τους τουριστικούς προορισμούς και θα τους προσφέρει ανανέωση του κύκλου ζωής τους. Επιπλέον, ως τάση θεωρείται και η έντονη εξάρτηση από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό, αυτού του είδους ο

τουρισμός δημιουργεί συγκέντρωση της ζήτησης στον χρόνο, με επακόλουθη την εποχικότητα.

Όσον αφορά τον τουρισμό από την Ρωσία το σύνολο των αφίξεων, συγκεκριμένα για την περίοδο Ιούνιος 2018 - Μάιος 2019, ήταν μόλις 534.732 χιλιάδες στο συνολικό αριθμό αφίξεων μη κατοίκων από το εξωτερικό. Επιπροσθέτως, και τα προηγούμενα χρόνια οι αφίξεις των Ρώσων ήταν μεγάλες συγκριτικά με άλλες αγορές. Τα στοιχεία από το έτος 2010 έως 2019 δηλώνουν μια σταθερή πορεία της τουριστικής κίνησης με ελάχιστες αυξομειώσεις. Συγκεκριμένα, το έτος 2013 και 2014 οι αφίξεις των Ρώσων τουριστών στην Ελλάδα έφταναν τις 1.352.901 και 1.250.174 αντίστοιχα.

Στην περίπτωση, λοιπόν, που η Ελλάδα αποφασίσει να προσελκύσει την συγκεκριμένη αγορά τουριστών οφείλει να δημιουργήσει ένα κλίμα γνωριμίας με το τουριστικό προϊόν που προσφέρει η ίδια ως σημαντικός και ελκυστικός τουριστικός προορισμός. Η τουριστική κίνηση των Ρώσων προς την Ελλάδα δημιουργεί ιδιαίτερη εντύπωση, οπότε η στρατηγική προσέλκυσης θα πρέπει να ξεκινήσει εκ των έσω, δηλαδή θα πρέπει να αναλυθεί το προφίλ της αγοράς που επιθυμούμε να προσεγγίσουμε και να ξεκινήσει μια προώθηση στην ίδια την Ρωσία, μέσα από τις ήδη υπάρχουσες ελληνικές κοινότητες, από τα ΜΜΕ της χώρας, όχι μόνο τα ελληνικά και να δημιουργηθεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ισχυρό, ώστε να αύξηση την τουριστική εισροή των Ρώσων-στόχων. Επιπλέον, επειδή σε μεγάλο βαθμό οι ρωσικές ροές τουριστών στο εξωτερικό είναι κεντρικά ελεγχόμενες από μικρό αριθμό μεγάλων τουριστικών γραφείων, επιβάλλεται παράλληλα με την τουριστική προβολή και η προώθηση επιχειρηματικών συνεργασιών. Τέλος, οι περίπου 900 χιλιάδες Ρώσοι τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας ετησίως και υπάρχει σημαντικό περιθώριο αύξησής τους, καθώς η εικόνα της Ελλάδας στη Ρωσία είναι πολύ θετική, χάρη και στους παραδοσιακούς δεσμούς των δύο λαών, όπου ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν ο ιατρικός και ο θρησκευτικός τουρισμός.



## Βιβλιογραφία

### Ελληνική

- 1) Δρ. Άρης Ίκκος Σεραφείμ Κουτσός (Οκτώβριος 2015) «Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία»»
- 2) Δρ. Άρης Ίκκος Σεραφείμ Κουτσός (Οκτώβριος 2018) «Προφίλ εισερχόμενου τουρισμού για διακοπές στην Ελλάδα, 2016-2017»
- 3) Δρ. Άρης Ίκκος, Σεραφείμ Κουτσός (2016), «Προφίλ εισερχόμενου Τουρισμού Πολυτελείας για Διακοπές στην Μεσόγειο, 2016»
- 4) Rod Hague, Martin Harror (2005) «Συγκριτική πολιτική και διακυβέρνηση: Νέα αναθεωρημένη έκδοση», Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, Αθήνα
- 5) Φωτιάδης Κωνσταντίνος, (2008), Οι εξισλαμισμοί της Μικράς Ασίας και οι κρυπτοχριστιανοί του Πόντου, Θεσσαλονίκη Παπαδόπουλος Α. Ανθιμος, (1998), Ο υπόδουλος Ελληνισμός της Ασιατικής Ελλάδος, Αθήνα
- 6) Αρχιμανδρίτου Παναρέτου Κ. Τοπαλίδου, (1927), Ο Πόντος ανά τους αιώνες, Δράμα
- 7) Α. Καρπόζηλου, (1983), Ρώσο-Ποντιακά στο Αρχείο Πόντου Τόμος 38
- 8) «Ετήσια Έκθεση για την οικονομία της Ρωσικής Ομοσπονδίας και την Ανάπτυξη των Διμερών οικονομικών και Εμπορικών σχέσεων» (2018) Πρεσβεία της Ελλάδος στην Μόσχα-Γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων, Απρίλιος, 2019
- 9) Theodore H. Cohn, «Διεθνής Πολιτική Οικονομία, Θεωρία και Πράξη», μτφρ. Νίκος Λούντος, εκδόσεις GUTENBERG, 2010
- 10) Bushkonitch Paul (Απρίλιος 2016) «Ιστορία της Ρωσίας. Πολιτική, οικονομία, κοινωνία, θρησκεία, τέχνες και επιστήμες από τον 9ο αιώνα έως την Περεστρόικα», μτφρ.: Σπανού Θάλεια, εκδ.: ΑΙΩΡΑ
- 11) Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2005), «Μελέτη: Ρωσικού Εξερχόμενου Τουρισμού»
- 12) Δρ. Άρης Ίκκος, Σεραφείμ Κουτσός (2016), «Προφίλ εισερχόμενου Τουρισμού Πολυτελείας για Διακοπές στην Μεσόγειο, 2016»
- 13) Συλλογικό έργο, «175 χρόνια διπλωματικών σχέσεων Ελλάδας - Ρωσίας (1828 - 2003)», Εκδόσεις Σιδέρης Ι., Αθήνα
- 14) Μαργιά Γεωργία, «Ανάλυση και Πρόβλεψη χρονοσειρών», διπλωματική εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης-Σχολή Θετικών Επιστημών, Τμήμα Φυσικής, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Υπολογιστική Φυσική, Θεσσαλονίκη 2009

- 15) Τσάντας Νίκος, Μωυσιάδης Χρόνης, Μπαγιάτης Ντίνος, Χατζηπαντελής Θεόδωρος, «Ανάλυση δεδομένων με τη βοήθεια στατιστικών πακέτων», Εκδόσεις ΖΗΤΗ, Θεσσαλονίκη 1999
- 16) Θεόδωρος Κουλουμπής, «Διεθνείς σχέσεις, Εξουσία και Δικαιοσύνη», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 1995, μετάφραση Νικηφόρος Σταματάκης

### **Ξενόγλωσση**

- 1) Licínio Cunha «The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry»
- 2) Cooper C, Fletcher J, Fyall, A Gilbert D and Wanhill S (2008) Tourism Principles and Practice 4th ed London: Prentice Hall
- 3) Nicholas Eberstadt (2011) “The Dying Bear, Russia’s Demographic Disaster”, Foreign Affairs
- 4) Robert Conquest, Martin McCauley, John C. Dewdney, Richard E. Pipes, Soviet Union, Historical State
- 5) World Bank Group, «Doing Business 2019», Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies, A World Bank Group Flagship Report
- 6) World Bank Group, «Russian Economic Report, Russia’s economy: Preserving stability; Doubling growth; Halving poverty -- How?», November, 2018
- 7) MITT, 06 September 2018, «Russia: a country with a vast population – over 140 million – and close proximity to Asia, Europe, and Central Asia»
- 8) Vadim Tylik, RMAA Group, Russian Marketing and Advertising Agency «Russian Tourism Market Report: Trends, Analysis & Statistics. How to impress Russian tourists and attract them to your country. »

### **Ηλεκτρονικές Πηγές**

- 1) ΣΕΤΕ: <https://sete.gr/>
- 2) Τράπεζα της Ελλάδος: <https://www.bankofgreece.gr/>
- 3) <https://el.wikipedia.org>
- 4) Υπουργείο Εξωτερικών-Γενική Γραμματεία Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Αναπτυξιακής Συνεργασίας: <http://www.agora.mfa.gr/>
- 5) World Travel and Tourism Council: <https://www.wttc.org/>
- 6) Κυβέρνηση της Ρωσίας: <http://government.ru/rugovclassifier/section/2460/>
- 7) <https://bestdelegate.com/research/>
- 8) The World Bank: <https://data.worldbank.org/country/russian-federation>
- 9) <https://www.statista.com/topics/4803/travel-and-tourism-in-russia/>

- 10) <https://knoema.com/atlas/Russian-Federation>
- 11) <https://news.wtm.com/category/blog/trends/>
- 12) <https://www.britannica.com/place/Russia/Cultural-life>
- 13) [http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/el/FTU\\_5.6.3.pdf](http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/el/FTU_5.6.3.pdf)
- 14) <https://opendata.bankofgreece.gr/el/home>
- 15) <https://anekin.gr/el/content/kalosorisma-0>
- 16) <http://www.grhotels.gr>
- 17) <http://www.mitt.ru>
- 18) <https://www.lonelyplanet.com/russia>

## Παράρτημα

### Forecasting - Col\_1

Data variable: Col\_1

Number of observations = 113

Start index = 1

Sampling interval = 1,0 year(s)

Length of seasonality = 12

#### Forecast Summary

Seasonal differencing of order: 1

Forecast model selected: ARIMA(1,0,6)x(1,1,1)<sub>12</sub> with constant

Number of forecasts generated: 12

Number of periods withheld for validation: 0

	<i>Estimation</i>	<i>Validation</i>
<i>Statistic</i>	<i>Period</i>	<i>Period</i>
RMSE	23126,0	
MAE	16579,2	
MAPE	128,647	
ME	1265,1	
MPE	-7,32292	

#### ARIMA Model Summary

<i>Parameter</i>	<i>Estimate</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t</i>	<i>P-value</i>
AR(1)	-0,628942	0,116183	-5,41338	0,000001
MA(1)	-1,59809	0,072498	-22,0432	0,000000
MA(2)	-1,59529	0,0606763	-26,2918	0,000000
MA(3)	-1,21358	0,0515608	-23,5369	0,000000
MA(4)	-0,810082	0,0696863	-11,6247	0,000000
MA(5)	-0,296819	0,0363349	-8,16898	0,000000
MA(6)	-0,274707	0,0690061	-3,98091	0,000138
SAR(1)	0,410007	0,121319	3,37957	0,001071
SMA(1)	0,899623	0,0374506	24,0216	0,000000
Mean	-1049,42	4607,44	-0,227767	0,820338
Constant	-1008,56			

Backforecasting: yes

Estimated white noise variance = 5,60781E8 with 91 degrees of freedom

Estimated white noise standard deviation = 23680,8

Number of iterations: 19

#### The StatAdvisor

This procedure will forecast future values of Col\_1. The data cover 113 time periods. Currently, an autoregressive integrated moving average (ARIMA) model has been selected. This model assumes that the best forecast for future data is given by a parametric model relating the most recent data value to previous data values and previous noise. Each value of Col\_1 has been adjusted in the following way before the model was fit:

(1) Seasonal differences of order 1 were taken.

You can select a different forecasting model by pressing the alternate mouse button and selecting Analysis Options.

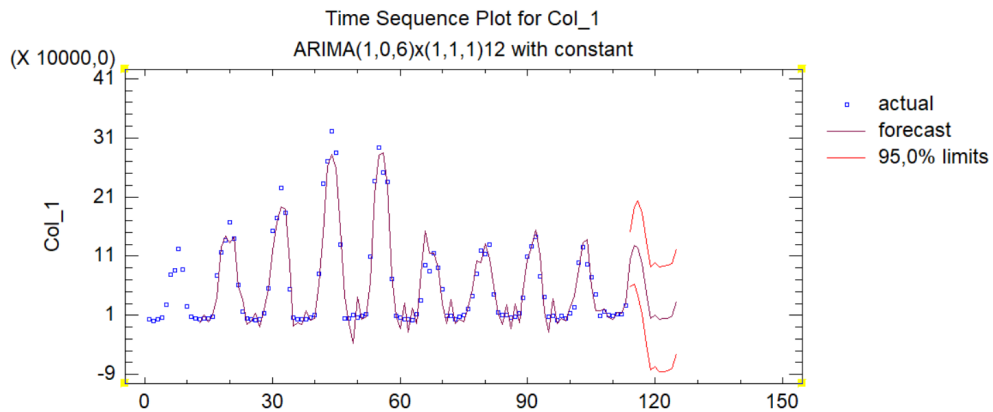
The output summarizes the statistical significance of the terms in the forecasting model. Terms with P-values less than 0,05 are statistically significantly different from zero at the 95,0% confidence level. The P-value for the AR(1) term is less than 0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the MA(6) term is less than

0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the SAR(1) term is less than 0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the SMA(1) term is less than 0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the constant term is greater than or equal to 0,05, so it is not statistically significant. You should therefore consider removing the constant term from the model. The estimated standard deviation of the input white noise equals 23680,8.

The table also summarizes the performance of the currently selected model in fitting the historical data. It displays:

- (1) the root mean squared error (RMSE)
- (2) the mean absolute error (MAE)
- (3) the mean absolute percentage error (MAPE)
- (4) the mean error (ME)
- (5) the mean percentage error (MPE)

Each of the statistics is based on the one-ahead forecast errors, which are the differences between the data value at time t and the forecast of that value made at time t-1. The first three statistics measure the magnitude of the errors. A better model will give a smaller value. The last two statistics measure bias. A better model will give a value close to 0.



#### Forecast Table for Col\_1

Model: ARIMA(1,0,6)x(1,1,1)12 with constant

Period	Data	Forecast	Residual
1	2685,0		
2	866,0		
3	3368,0		
4	5685,0		
5	27863,0		
6	79269,0		
7	86055,0		
8	122236,		
9	87271,0		
10	24589,0		
11	7327,0		
12	4025,0		
13	3671,0	-1919,04	5590,04
14	4060,0	10324,3	-6264,3
15	4709,0	-1317,71	6026,71
16	7367,0	10226,8	-2859,85
17	76992,0	41363,4	35628,6
18	115897,	125159,	-9262,26
19	136789,	144283,	-7494,01
20	167081,	132799,	34281,6
21	139795,	142736,	-2940,85

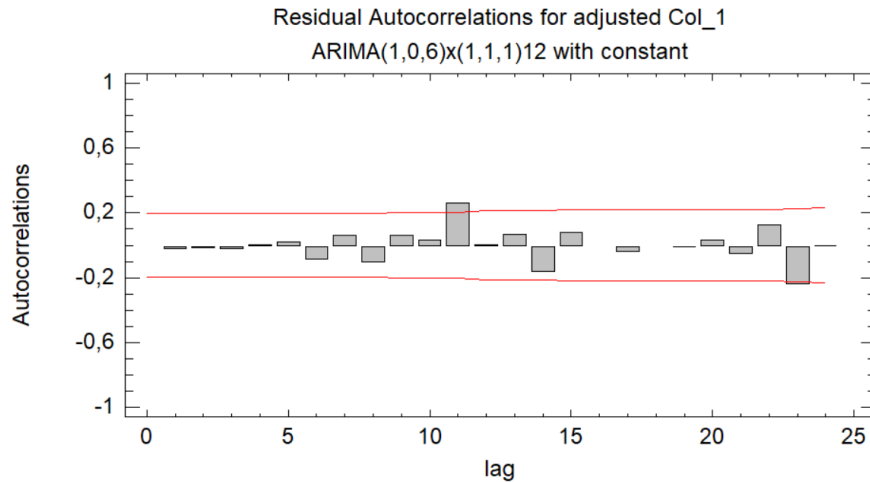
22	60923,0	58489,4	2433,61
23	16362,0	37102,0	-20740,0
24	5280,0	-5706,9	10986,9
25	2680,0	556,761	2123,24
26	1758,0	12836,3	-11078,3
27	3109,0	-9519,67	12628,7
28	13814,0	19774,3	-5960,32
29	54961,0	53660,6	1300,43
30	153047,	119515,	33532,3
31	174499,	166562,	7936,52
32	224975,	193808,	31167,2
33	182977,	188927,	-5950,17
34	53385,0	95917,1	-42532,1
35	5987,0	-8648,29	14635,3
36	3595,0	-2269,12	5864,12
37	3699,0	-5394,07	9093,07
38	2871,0	17226,7	-14355,7
39	6353,0	1143,99	5209,01
40	11209,0	4581,56	6627,44
41	80886,0	64841,2	16044,8
42	232085,	148021,	84063,6
43	270669,	261781,	8888,37
44	320577,	282412,	38164,9
45	284300,	258126,	26173,5
46	130127,	154986,	-24858,7
47	5301,0	42852,4	-37551,4
48	4824,0	-3503,61	8327,61
49	10763,0	-37019,4	47782,4
50	5919,0	40657,7	-34738,7
51	9170,0	3916,24	5253,76
52	11368,0	7487,67	3880,33
53	108758,	65448,5	43309,5
54	236473,	215439,	21033,9
55	293755,	279873,	13881,9
56	252003,	284557,	-32554,2
57	235477,	228244,	7232,63
58	70806,0	77922,8	-7116,84
59	9434,0	8554,5	879,5
60	6248,0	-13466,4	19714,4
61	3302,0	30964,9	-27662,9
62	3576,0	-18279,7	21855,7
63	1674,0	21970,1	-20296,1
64	11830,0	-4252,17	16082,2
65	35654,0	80537,8	-44883,8
66	94586,0	152642,	-58056,5
67	84915,0	114682,	-29766,7
68	115628,	114743,	885,006
69	90184,0	92361,0	-2177,01
70	53783,0	29856,1	23926,9
71	8467,0	-4142,38	12609,4
72	9190,0	37246,6	-28056,6
73	2728,0	-4568,45	7296,45
74	6922,0	3383,38	3538,62
75	10439,0	-665,467	11104,5
76	20208,0	24101,6	-3893,57
77	42386,0	53558,6	-11172,6
78	79482,0	101475,	-21992,5
79	118868,	98441,2	20426,8
80	113840,	131231,	-17390,7
81	130013,	106732,	23280,5
82	45021,0	58480,3	-13459,3
83	14371,0	14361,6	9,36815

84	11204,0	-5043,78	16247,8
85	10527,0	28190,7	-17663,7
86	6320,0	-13083,7	19403,7
87	7975,0	29263,8	-21288,8
88	13495,0	-2931,0	16426,0
89	39821,0	51779,6	-11958,6
90	108593,	103545,	5048,05
91	126458,	124848,	1609,9
92	142591,	153547,	-10956,5
93	75134,0	112507,	-37372,9
94	41615,0	16277,0	25338,0
95	7420,0	-18577,5	25997,5
96	8718,0	38440,3	-29722,3
97	1595,0	-3719,38	5314,38
98	9658,0	4243,99	5414,01
99	4473,0	-223,845	4696,84
100	13932,0	23242,3	-9310,31
101	23560,0	42607,3	-19047,3
102	98602,0	86172,6	12429,4
103	125385,	132624,	-7239,22
104	96695,0	138758,	-42063,1
105	74847,0	58458,2	16388,8
106	45301,0	17756,0	27545,0
107	9131,0	18291,0	-9160,01
108	16987,0	20314,5	-3327,45
109	10111,0	6123,06	3987,94
110	8495,0	3914,07	4580,93
111	11257,0	14860,9	-3603,91
112	11831,0	12981,6	-1150,56
113	26090,0	30524,2	-4434,22

		<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
<i>Period</i>	<i>Forecast</i>	<i>Limit</i>	<i>Limit</i>
114	104814,	57775,4	151854,
115	128480,	62975,1	193985,
116	123919,	43663,4	204175,
117	97594,6	12620,1	182569,
118	48048,3	-39374,3	135471,
119	4534,77	-82894,1	91963,6
120	10954,7	-77330,6	99239,9
121	3867,16	-84754,6	92488,9
122	3999,2	-84755,3	92753,7
123	5393,46	-83413,5	94200,4
124	8749,89	-80077,8	97577,6
125	33574,9	-55261,0	122411,

### The StatAdvisor

This table shows the forecasted values for Col\_1. During the period where actual data is available, it also displays the predicted values from the fitted model and the residuals (data-forecast). For time periods beyond the end of the series, it shows 95,0% prediction limits for the forecasts. These limits show where the true data value at a selected future time is likely to be with 95,0% confidence, assuming the fitted model is appropriate for the data. You can plot the forecasts by selecting Forecast Plot from the list of graphical options. You can change the confidence level while viewing the plot if you press the alternate mouse button and select Pane Options. To test whether the model fits the data adequately, select Model Comparisons from the list of Tabular Options.



**Model Comparison**

Data variable: Col\_1  
 Number of observations = 113  
 Start index = 1  
 Sampling interval = 1,0 year(s)  
 Length of seasonality = 12

**Models**

- (A) ARIMA(1,0,6)x(1,1,1)12 with constant
- (B) Winter's exp. smoothing with alpha = 0,4295, beta = 0,0153, gamma = 0,5395
- (C) Brown's quadratic exp. smoothing with alpha = 0,1036  
 Seasonal adjustment: Multiplicative
- (D) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,5104 and beta = 0,0206  
 Seasonal adjustment: Multiplicative
- (E) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,9317

**Estimation Period**

Model	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE
(A)	23126,0	16579,2	128,647	1265,1	-7,32292
(B)	29392,2	17584,2	49,0169	-6735,23	-25,8966
(C)	26634,8	15811,7	45,9596	2742,21	-16,4288
(D)	21668,3	12986,0	40,5977	2368,9	-14,1484
(E)	46203,2	31684,9	163,729	114,712	106,439

Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	23126,0	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	29392,2	OK	OK	***	**	OK
(C)	26634,8	OK	**	***	OK	OK
(D)	21668,3	OK	OK	**	OK	OK
(E)	46203,2	OK	OK	***	OK	*

Key:

- RMSE = Root Mean Squared Error
- RUNS = Test for excessive runs up and down
- RUNM = Test for excessive runs above and below median
- AUTO = Box-Pierce 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 ( $p \leq 0,001$ )

**The StatAdvisor**



This table compares the results of five different forecasting models. You can change any of the models by pressing the alternate mouse button and selecting Analysis Options. Looking at the error statistics, the model with the smallest root mean squared error (RMSE) during the estimation period is model D. The model with the smallest mean absolute error (MAE) is model D. The model with the smallest mean absolute percentage error (MAPE) is model D. You can use these results to select the most appropriate model for your needs.

The table also summarizes the results of five tests run on the residuals to determine whether each model is adequate for the data. An OK means that the model passes the test. One \* means that it fails at the 95% confidence level. Two \*'s means that it fails at the 99% confidence level. Three \*'s means that it fails at the 99,9% confidence level. Note that the currently selected model, model A, passes 5 tests. Since no tests are statistically significant at the 95% or higher confidence level, the current model is probably adequate for the data.

