



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MBA – TOURISM MANAGEMENT

**«ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ »**

ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ – ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΤΡΙΑΝΤΟΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2021

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού» με τίτλο:

«ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

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 Ονοματεπώνυμο

ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΤΡΙΑΝΤΟΣ



ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



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:

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΣΤΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

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..... Διονύσιος Βαζιλειός Πιατός

Ημερομηνία..... 05/11/20

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει στόχο να προβλεφθεί ο αριθμός των εισερχόμενων τουριστών από τις Η.Π.Α. για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος 2020 – Δεκέμβριος 2020, με τη βοήθεια του προγράμματος Statgraphics. Αρχικά καταχωρήθηκαν οι αριθμοί μηνιαίων αφίξεων των Αμερικανών τουριστών από τον Ιανουάριο του 2010 μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2019, σύμφωνα με στοιχεία που αντλήθηκαν από την έρευνα συνόρων, την οποία πραγματοποιεί η Τράπεζα της Ελλάδος με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ). Τα αποτελέσματα που προκύπτουν είναι πως οι εισερχόμενοι τουρίστες από την Αμερική θα αυξηθούν το 2020 και μάλιστα τους περισσότερους μήνες του χρόνου και όχι μόνο το καλοκαίρι.

Επιπλέον, παρουσιάζονται κάποιες γενικές πληροφορίες για τον τουρισμό και τη διαχρονική εξέλιξή του, αλλά και στοιχεία για τη συμβολή του στην Ελλάδα, όπως επίσης και το προφίλ των επισκεπτών που επιλέγουν τη συγκεκριμένη χώρα για τις διακοπές τους.

Στη συνέχεια, αναφέρονται ορισμένες πληροφορίες για την Αμερική σε σχέση με την οικονομία και την παραγωγή της και οι διμερείς σχέσεις της με την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ελλάδα όσον αφορά το εμπόριο, τις επενδύσεις και τους Έλληνες μετανάστες στις Η.Π.Α.

Τέλος, αναλύονται οι χρονοσειρές που χρησιμοποιήθηκαν, η προσέγγιση Box – Jenkins και η μέθοδος των προβλέψεων των Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα.

Ακόμα, να σημειωθεί πως οι προβλέψεις και τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα εργασία αναλύθηκαν χωρίς να ληφθεί υπόψη η πανδημία του Covid-19.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	3
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΙΚΟΝΩΝ	7
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	11
1.1 Ορισμός και έννοιες του τουρισμού.....	11
1.2 Μορφές του τουρισμού	12
1.3 Διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού.....	14
1.4 Συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία	16
1.5 Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα.....	24
1.6 Προφίλ τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ	44
2.1 Γενικά στοιχεία για την Αμερική	44
2.2. Η παραγωγή και η οικονομία της Αμερικής	46
2.3 Εισερχόμενος τουρισμός από τις Η.Π.Α. στην Ελλάδα.....	51
2.4 Προφίλ Αμερικανών τουριστών.....	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΑΜΕΡΙΚΗΣ.....	68
3.1 Διμερείς σχέσεις Ελλάδας – Αμερικής	68
3.2 Οικονομικές σχέσεις μεταξύ Ελλάδας και Αμερικής.....	69
3.3 Επενδυτικές ροές Ελλάδας και Αμερικής	73
3.4 Έλληνες της διασποράς στην Αμερική	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ-ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	81
4.1 Χρονοσειρές.....	81
4.2 Μοντέλα προβλέψεων – ανάλυση μεθοδολογίας.....	82
4.3 Η προσέγγιση Box – Jenkins.....	84
4.4 Πρόβλεψη αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID-19	97
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	100
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	104
Ελληνική βιβλιογραφία.....	104
Ξένη Βιβλιογραφία.....	104
Διαδικτυακές πηγές.....	105

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Απασχόληση 2018-2019 στην Ελλάδα	23
Εικόνα 2: Αφίξεις ανά τρίμηνο στην Ελλάδα, 2005-2017	25
Εικόνα 3: Αφίξεις ανά τρίμηνο στην Ελλάδα, 2017-2019	26
Εικόνα 4: Διανυκτερεύσεις ανά τρίμηνο, 2005-2017	27
Εικόνα 5: Διανυκτερεύσεις ανά τρίμηνο, 2017-2019	28
Εικόνα 6: Έσοδα ανά τρίμηνο, 2005-2017	28
Εικόνα 7: Έσοδα ανά τρίμηνο, 2017-2019	29
Εικόνα 8: Δαπάνη ανά ταξίδι, 2005-2017	29
Εικόνα 9: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη, 2017-2019	30
Εικόνα 10: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση, 2005-2017	30
Εικόνα 11: Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση, 2017-2019	31
Εικόνα 12: Μέση διάρκεια παραμονής, 2005-2017	31
Εικόνα 13: Μέση διάρκεια παραμονής, 2017-2019	32
Εικόνα 14: Κατανομή δημοφιλών προορισμών για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό, 2016 ...	38
Εικόνα 15: Προορισμοί City Break στην Ελλάδα, 2016	39
Εικόνα 16: Μεριδίο αγοράς M.I.C.E. ανά κατηγορία, 2016	42
Εικόνα 17: Αφίξεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2005-2017.....	52
Εικόνα 18: Αφίξεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2017-2019.....	53
Εικόνα 19: Διανυκτερεύσεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2005-2017.....	54
Εικόνα 20: Διανυκτερεύσεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2017-2019.....	54
Εικόνα 21: Έσοδα των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2005-2017	55
Εικόνα 22: Έσοδα των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2017-2019	56
Εικόνα 23: Δαπάνη ανά ταξίδι και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2005-2017.....	56
Εικόνα 24: Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2017-2019	57
Εικόνα 25: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2005-2017	58
Εικόνα 26: Μέση Δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2017-2019.....	58
Εικόνα 27: Μέση Διάρκεια Παραμονής και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2005-2017	59
Εικόνα 28: Μέση Διάρκεια Παραμονής και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2017-2019	59
Εικόνα 29: Εισπράξεις, διανυκτερεύσεις, επισκέψεις των Η.Π.Α. στην Ελλάδα, 2019.....	60
Εικόνα 30: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά περιφέρεια, 2018-2019	62
Εικόνα 31: Τύπος διακοπών των Αμερικανών τουριστών, 2017	64
Εικόνα 32: Μέσο μεταφοράς που προτίμησαν οι Αμερικανοί τουρίστες, 2017.....	65
Εικόνα 33: Χρόνος απόφασης του ταξιδιού των Αμερικανών τουριστών, 2017	65
Εικόνα 34: Ρόλος του προϋπολογισμού και έξοδα ανά κατηγορία των Αμερικανών τουριστών, 2017	66
Εικόνα 35: Επηρεασμός των social media στα ταξίδια των Αμερικανών τουριστών, 2017	67
Εικόνα 36: Top 10 αγαθών εξαγωγής από την Ελλάδα στην Αμερική, 2018-2019	71
Εικόνα 37: Top 10 αγαθών εισαγωγής από την Αμερική στην Ελλάδα, 2018-2019	72
Εικόνα 38: Αποθέματα άμεσων επενδύσεων Ελλάδας – Η.Π.Α., 2011-2019.....	74
Εικόνα 39: Εισαγωγή δεδομένων στο πρόγραμμα	88
Εικόνα 40: Γράφημα χρονοσειράς.....	89
Εικόνα 41: Γράφημα μερικών αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων	90

Εικόνα 42: Γράφημα αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων	90
Εικόνα 43: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς.....	91
Εικόνα 44: Προβλέψεις αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα	94
Εικόνα 45: Διάγραμμα σύγκρισης προβλέψεων με προηγούμενης χρονιάς.....	96

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα, 2019	17
Πίνακας 2: Σύγκριση εσόδων από τις αφίξεις, 2018-2019	18
Πίνακας 3: Έσοδα από τον τουρισμό κρουαζιέρας, 2018-2019	18
Πίνακας 4: Πολλαπλασιαστές επιμέρους κλάδων της ελληνική οικονομίας	20
Πίνακας 5: Συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, 2018-2019	20
Πίνακας 6: Συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών, 2018-2019.....	22
Πίνακας 7: Εξέλιξη απασχόλησης 2018-2019 στην Ελλάδα.....	23
Πίνακας 8: Δαπάνες ναυτικού τουρισμού ανά χώρα, 2016	36
Πίνακας 9: Βασικοί μακροοικονομικοί δείκτες Αμερικής	48
Πίνακας 10: Συμβολή τομέων οικονομίας στο ΑΕΠ στην Αμερική	49
Πίνακας 11: Εξέλιξη αμερικανικής αγοράς ανά περιφέρεια, 2017-2019	61
Πίνακας 12: Top 10 αγαθών εξαγωγής από την Ελλάδα στην Αμερική, 2018-2019.....	70
Πίνακας 13: Top 10 αγαθών εισαγωγής από την Αμερική στην Ελλάδα, 2018-2019	72
Πίνακας 14: Αποθέματα άμεσων επενδύσεων Ελλάδας – Η.Π.Α., 2011-2019.....	74
Πίνακας 15: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων.....	92
Πίνακας 16: Διαγνωστικοί έλεγχοι καταλοίπων.....	92
Πίνακας 17: Χαρακτηριστικά μοντέλου ARIMA.....	92
Πίνακας 18: Έλεγχος παραμέτρων ARIMA (1,0,0)x(0,1,4) ¹²	93
Πίνακας 19: Γράφημα μερικών αυτοσυσχετίσεων του μοντέλου ARIMA (1,0,0)x(0,1,4) ¹²	93
Πίνακας 20: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς του μοντέλου ARIMA (1,0,0)x(0,1,4) ¹²	93
Πίνακας 21: Προβλέψεις αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα	94
Πίνακας 22: Σύγκριση προβλέψεων με προηγούμενης χρονιάς.....	95
Πίνακας 23: Ανάπτυξη 2016-2019 και πρόβλεψη για το 2020-2021 πριν και μετά τον Covid-19.....	98
Πίνακας 24: Ανάπτυξη 2016-2019 και πρόβλεψη για το 2020-2021 πριν και μετά τον Covid-19 (2)	98

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Ορισμός και έννοιες του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί έναν τομέα με πολύ μεγάλη σημασία για όλες τις χώρες. Πρόκειται για μια βιομηχανία που αποφέρει πολλά έσοδα και έξοδα και σχετίζεται με ποικίλες δραστηριότητες. Παρ' όλα αυτά, έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες κατά καιρούς από τους ερευνητές για να αποδώσουν τον ακριβή ορισμό του και πραγματικά όποιος ψάξει θα βρει μια πληθώρα ορισμών. Ο πρώτος που δόθηκε ήταν το 1942 από τους Hunziker και Krapf, καθηγητές και οι δυο, και ορίζει πως « ο τουρισμός ορίζεται ως ένα σύνολο φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφ' όσον αυτοί δεν παίρνουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία ή εκδήλωση της περιοχής ».¹ Ο πιο διαδεδομένος είναι αυτός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ) ο οποίος αναφέρει « Ο τουρισμός ορίζεται ως οι δραστηριότητες των προσώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντός τους και όχι περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο για αναψυχή, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας αμειβόμενης στον τόπο επίσκεψης. Η χρήση αυτής της ευρείας έννοιας, κάνει δυνατό τον προσδιορισμό του τουρισμού που διεξάγεται μεταξύ των διαφόρων χωρών και αυτού που πραγματοποιείται εντός των ορίων μιας χώρας. Ο τουρισμός αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες των επισκεπτών και περιλαμβάνει τόσο τους τουρίστες (επισκέπτες που διανυκτερεύουν για μια τουλάχιστον βραδιά) και όσο τους επισκέπτες της ίδιας μέρας ». ² Συμπεραίνει λοιπόν κάποιος πως πρόκειται για ένα φαινόμενο με μεγάλο οικονομικό, πολιτιστικό και κοινωνικό αντίκτυπο, ιδιαίτερα στην Ελλάδα κυρίως τα τελευταία χρόνια.

Όσον αφορά τον όρο του τουρίστα, ο ορισμός που δόθηκε επίσης από τον ΠΟΤ είναι « οποιοδήποτε άτομο που πραγματοποιεί μια μετακίνηση πέραν του συνηθούς περιβάλλοντός του, για λιγότερο από ένα χρόνο ». Οι επισκέπτες διακρίνονται σε εκδρομείς και σε τουρίστες. Η πρώτη κατηγορία αφορά τους ανθρώπους που επισκέπτονται μια χώρα και η διαμονή τους είναι λιγότερο από 24 ώρες σε αυτή. Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν αυτοί που η επίσκεψή τους διαρκεί παραπάνω από 24 ώρες και οι λόγοι αυτής είναι οι διακοπές, οι σπουδές, υγείας ή η επίσκεψη φίλων και συγγενών. Επιπλέον, διακρίνονται σε εγχώριους και διεθνείς, όπως επίσης και σε στατικούς και σε κινητικούς. Για να μπορέσει κάποιος να χαρακτηριστεί ως τουρίστας είναι αναγκαίο να τηρούνται

¹ Πηγή: Licínio Cunha «The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry», σελ. 101

² Πηγή: Page, J. Stephen. (2006), Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάντζεμντ στον 21ο αιώνα, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ. 9

κάποιες προϋποθέσεις όπως η χρονική διάρκεια του ταξιδιού, ο σκοπός του και η απόσταση που διανύει από την μόνιμη κατοικία του ως το μέρος που επισκέπτεται.

Σύμφωνα με τους G. Guibilato και D. Stavraki ο τουρισμός διακρίνεται σε κάποιους άξονες για να μπορέσουν ευκολότερα να προσδιοριστούν οι τύποι του. Αναφορικά είναι οι παρακάτω:

- Μεταφορικά μέσα: οδικός, αεροπορικός, θαλάσσιος, σιδηροδρομικός, περπατητικός κλπ.
- Τουριστικό κατάλυμα: ξενοδοχείο, επιπλωμένο διαμέρισμα, πανσιόν, camping, τροχόσπιτο κλπ.
- Προορισμός: διεθνής, εσωτερικός, παραθαλάσσιος, ορεινός, πόλεων, υπαίθριος κλπ.
- Αναψυχής και ελεύθερου χρόνου: αθλητικός, πολιτιστικός, θρησκευτικός, αναψυχής, γαστρονομικός κλπ.
- Επαγγελματικός: επιστημονικός, συνεδριακός, εκθεσιακός κλπ.
- Υγείας: ιαματικός, ανάπαυσης κλπ.
- Διάρκεια παραμονής: μεγάλης διάρκειας, μικρής διάρκειας, σαββατοκύριακου κλπ.
- Μέγεθος της ομάδας: οικογενειακός, ατομικός, ομαδικός κλπ.
- Ηλικία: ηλικιωμένων, νέων κλπ.
- Προϋπολογισμός: μαζικός, πολυτελείας, κοινωνικός

1.2 Μορφές του τουρισμού

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που έχει πολύ μεγάλη τουριστική παράδοση καθώς διαθέτει όλα τα προτερήματα για να αναπτυχθεί ο τουρισμός. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως προσελκύει πολλές από τις μορφές του, πράγμα που δείχνει την ποικιλία των πόρων της χώρας αλλά και τη δύναμή της. Οι μορφές του τουρισμού είναι πάρα πολλές και αναφέρονται αναλυτικά παρακάτω.

- Μαζικός τουρισμός: Η πιο διαδεδομένη μορφή τουρισμού τα τελευταία χρόνια, η οποία πρόκειται για την ομαδική συμμετοχή ανθρώπων σε εκδρομές-ταξίδια. Διανομείς του είναι οι tour operators.
- Ατομικός τουρισμός: Το κάθε άτομο διοργανώνει το ταξίδι του ξεχωριστά και ορίζει αυτό την μεταφορά και τη διαμονή του.

- Εγχώριος τουρισμός: Πρόκειται για τον τουρισμό που γίνεται μέσα στη χώρα από τους μόνιμους κατοίκους της.
- Διεθνής τουρισμός: Το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού. Στην πρώτη περίπτωση ανήκει ο τουρισμός των αλλοδαπών, δηλαδή οι άνθρωποι που ταξιδεύουν σε οποιαδήποτε χώρα ενώ στη δεύτερη ανήκουν οι κάτοικοι μιας χώρας που πραγματοποιούν ένα ταξίδι σε μια άλλη.
- Εποχιακός τουρισμός: Χωρίζεται σε τουρισμό που διαρκεί όλο το χρόνο και σε αυτόν που επηρεάζεται από το κλίμα που επικρατεί σε κάθε περιοχή. Για παράδειγμα η Ελλάδα είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα εποχιακού τουρισμού, αφού το καλοκαίρι έρχεται ο περισσότερος κόσμος λόγω του ήλιου και της θάλασσας.
- Στατικός τουρισμός: Αφορά το άτομο που όταν επισκέπτεται ένα μέρος δεν πραγματοποιεί καμία δραστηριότητα εκτός του τόπου διαμονής του.
- Κινητικός τουρισμός: Είναι το ακριβώς αντίθετο του στατικού, δηλαδή το άτομο εξερευνά καινούρια μέρη και εμπειρίες στην περιοχή που βρίσκεται.
- Νεανικός τουρισμός: Ο τουρισμός των νέων 18-30 ετών, οι οποίοι προτιμούν τα μέρη με έντονη νυχτερινή ζωή και αρκετό κόσμο.
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας: Σε αντίθεση με την παραπάνω μορφή, προτιμούν ήσυχα μέρη και ξενοδοχεία με μεγάλες και εύκολες εγκαταστάσεις.
- Κοινωνικός τουρισμός: Γίνεται από ανθρώπους με περιορισμένη αγοραστική δυνατότητα και χρηματοδοτείται από το κράτος.

Στη συνέχεια αναφέρονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να είναι ιδιαίτερα διαδεδομένες και κυρίως στις νέες ηλικίες. Στην Ελλάδα υπάρχει η δυνατότητα να αναπτυχθεί περισσότερο αυτό το είδος τουρισμού, μιας και το φυσικό περιβάλλον που διαθέτει την καθιστά ιδανική. Μάλιστα ο Τσάρτας αναφέρει πως « οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι ».

- Συνεδριακός τουρισμός: Πρόκειται για άτομα με κοινά ενδιαφέροντα τα οποία βρίσκονται για ένα κοινό σκοπό, συνήθως επαγγελματικό, όπως για παράδειγμα η συμμετοχή τους σε ένα συνέδριο σε κάποια άλλη χώρα. Η ανάπτυξή του είναι ακόμα σε πρώιμα στάδια αλλά τον τελευταίο καιρό είναι ραγδαία.

- **Αγροτουρισμός:** Αναπτύσσεται κυρίως σε αγροτικές περιοχές και γίνεται από άτομα που τους αρέσει η φύση, η εξοχή και η γνωριμία με την καθημερινότητα και τον τρόπο ζωής των αγροτών.
- **Αθλητικός τουρισμός:** Αφορά τους ενεργητικούς αλλά και τους παθητικούς συμμετέχοντες στον τομέα της άθλησης. Πρόκειται δηλαδή από τη συμμετοχή κάποιου σε έναν αγώνα όπως μπάσκετ ή ποδόσφαιρο, μέχρι την παρακολούθηση κυπέλλων και πρωταθλημάτων.
- **Θρησκευτικός τουρισμός:** Χαρακτηρίζεται από επισκέψεις ανθρώπων που επιθυμούν να πάρουν μέρος σε κάποια θρησκευτική εκδήλωση ή απλά για λόγους λατρείας.
- **Τουρισμός περιπέτειας:** Είναι διαδεδομένος σε μικρότερες ηλικίες και περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως καταδύσεις, πεζοπορία, ράφτινγκ κ.α.
- **Υπόλοιπες μορφές εναλλακτικού τουρισμού:** Υπάρχουν και άλλες μορφές τουρισμού που θεωρούνται εναλλακτικές όπως είναι ο θαλάσσιος, ο εκθεσιακός, ο τουρισμός πόλεων, ο αρχαιολογικός, ο ιαματικός, ο αστικός, ο τρίτης ηλικίας, ο γαστρονομικός, ο μορφωτικός, ο πολιτιστικός κλπ.

1.3 Διαχρονική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός ως φαινόμενο εμφανίστηκε την αρχαιότητα, αφού η ανάγκη του ελεύθερου χρόνου και πως αυτός θα αξιοποιηθεί απασχολούσε τον άνθρωπο από τα πολύ παλιά χρόνια. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν οι έμποροι που λόγω του επαγγέλματός τους έκαναν συχνά ταξίδια σε άλλες περιοχές. Κατά τη διάρκεια της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, οι Ρωμαίοι έφτιαξαν ένα πολύ μεγάλο οδικό δίκτυο που εξυπηρετούσε αυτά τα άτομα, ενώ δημιουργήθηκαν μέρη που αποσκοπούσαν στην παροχή διαμονής και φαγητού. Ένας επιπλέον σημαντικός λόγος που ξεκίνησε η ανάπτυξη του τουρισμού ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το πρώτο γεγονός με διεθνείς συμμετοχές και εναλλακτικό κίνητρο (αθλητισμός), καθώς και οι κατακτήσεις και τα ταξίδια του Μεγάλου Αλεξάνδρου. Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1999), η σταδιακή ανάπτυξη του τουρισμού χαρακτηρίζεται από τη διεύρυνση του φάσματος των προσφερόμενων υπηρεσιών, τη διαρκή εξειδίκευση των ταξιδιών και την εμπέδωση της ασφάλειας στις μεταφορές. Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα όμως λόγω των γεγονότων που κυριαρχούσαν, τα ταξίδια μειώθηκαν, ενώ λίγο αργότερα οι άνθρωποι ξεκίνησαν να πραγματοποιούν μεγαλύτερα, ιδιαίτερα την περίοδο της Αναγέννησης. Εκείνο το χρονικό διάστημα πραγματοποιήθηκαν και τα λεγόμενα “Grant Tour” στην Ευρώπη του τότε. Ήταν ουσιαστικά

ταξίδια πολιτιστικής μορφής, ενώ έπειτα, στις αρχές του 16^{ου} αιώνα έγινε ο πρώτος περίπλους της Γης. Αυτά είχαν ως συνέπεια να ανοίξουν νέοι δρόμοι στο φαινόμενο του τουρισμού και να ευνοηθεί και η Ελλάδα από αυτή την εξέλιξη.

Κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα, έγιναν δυο πολύ σημαντικές τεχνολογικές αλλαγές, οι οποίες βοήθησαν στην άμεση ανάπτυξη του τουρισμού, ιδιαίτερα του μαζικού. Η πρώτη ήταν η δημιουργία σιδηροδρόμου και η δεύτερη η ναυπήγηση ατμόπλοιου. Χάρη σε αυτά, τα ταξίδια αυξήθηκαν, αφού μειώθηκε το αίσθημα της ανασφάλειας και ήταν πολύ πιο γρήγορα. Ιδιαίτερα ο σιδηρόδρομος έγινε το κύριο μέσο μεταφοράς και στην Αμερική και στην Ευρώπη. Έτσι, ξεκίνησαν να δημιουργούνται και οι χώροι φιλοξενίας και ψυχαγωγίας των επισκεπτών, αλλά και τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία για τη διοργάνωση του μαζικού τουρισμού. Την αρχή έκανε το γραφείο του διάσημου Thomas Cook το 1841 στην Αγγλία, ο οποίος διοργάνωνε μεγάλα ταξίδια στην Ευρώπη και στην Αμερική. Επίσης, διέθετε στους ταξιδιώτες κουπόνια καταλυμάτων, διευκόλυνε το συνάλλαγμα και είχε τουριστικούς οδηγούς. Φυσικά, δεν άργησαν να τον μιμηθούν και άλλοι και σιγά σιγά ξεκίνησαν να δημιουργούνται και άλλα τουριστικά γραφεία, με συνέπεια την ραγδαία ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, με ιδιαίτερη απήχηση στις μεσαίες κοινωνικές τάξεις. Επιπλέον, λίγα χρόνια αργότερα εμφανίστηκαν τα ξενοδοχεία πολυτελείας, με την αρχή να την κάνει ο Charles Ritz, όπως το ‘‘Ritz’’ στη Γαλλία και το ‘‘Grant Hotel’’ στην Ιταλία. Παρ’ όλα αυτά, το γεγονός του Α’ Παγκοσμίου Πολέμου, επηρέασε αρνητικά την μέχρι τότε τουριστική εξέλιξη και όταν έλαβε τέλος, οι τρόποι πραγματοποίησης των ταξιδιών άλλαξαν ριζικά.

Τον 20^ο αιώνα, χάρη στην εξέλιξη των οδικών δικτύων, τα λεωφορεία που συνδέουν μεγάλες πόλεις και η μαζική παραγωγή των αυτοκινήτων βοηθούν ακόμα περισσότερο στην ανάπτυξη του τουρισμού. Επιπλέον, οι πρώτες πτήσεις με αεροπλάνο αλλά και η οικονομική σταθερότητα που επικρατούσε, οδήγησαν σε μια ραγδαία αύξηση των μετακινήσεων τουριστικού χαρακτήρα και κατά συνέπεια στη μαζικοποίηση των ταξιδιών και στη συνειδητοποίηση πως ο τουρισμός αποτελεί μια άκρως επικερδής επιχειρηματική δραστηριότητα. Τα πιο ανεπτυγμένα κράτη προωθούν το φαινόμενο όσο περισσότερο μπορούν και αρχίζουν να διαμορφώνονται θεσμικά πλαίσια για την ενίσχυσή του.

Από το 1945 και έπειτα διαμορφώνεται το μοντέλο του τουρισμού όπως είναι μέχρι και σήμερα. Σύμφωνα με τον Τσάρτα (1996), η ραγδαία ανάπτυξή του οφείλεται στην οικονομική και πολιτική σταθερότητα των ανεπτυγμένων χωρών, στην αναβάθμιση της τεχνολογίας, στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων, στην αναβάθμιση των μέσων μεταφοράς, στον οργανωμένο τουρισμό που είναι πλέον γεγονός και στη μετατροπή του σε ένα άκρως καταναλωτικό προϊόν.

Επιπλέον, η κρατική προώθησή του και το γεγονός ότι γίνεται ένα σύγχρονο κοινωνικό αγαθό που ανταποκρίνεται στα καταναλωτικά πρότυπα οδήγησαν άμεσα στην τεράστια βιομηχανία που επικρατεί τώρα. Να σημειωθεί επίσης, πως ο τουρισμός επηρεάζεται άμεσα από τις πολιτικές και οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σε κάθε χώρα για αυτό και αποτελεί μια εκδήλωση ευημερίας. Πλέον, η έννοια του έχει συνδεθεί με την ψυχαγωγία, την ενημέρωση, τον ελεύθερο χρόνο και φυσικά αποτελεί νόμιμο δικαίωμα όλων των ανθρώπων.

Όσον αφορά την διοίκηση του τουρισμού στην Ελλάδα, η πρώτη σύσταση του ΕΟΤ από το Υπουργείο Οικονομίας έγινε το 1929 και το 1942 έγινε η σύνταξη του πρώτου συστηματικού προγράμματος ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού στα πλαίσια του σχεδίου Μάρσαλ. Το 1990, δημιουργούνται οι γενικές διευθύνσεις του ΕΟΤ όπως της τουριστικής ανάπτυξης, της διαφήμισης και προβολής και της διοίκησης και εκμετάλλευσης. Τέλος, το 2010 καταργείται το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, που είχε ξεκινήσει τη λειτουργία του το 2004, και γίνεται υπαγωγή του ΕΟΤ στο Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού.³

1.4 Συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Ο κλάδος του τουρισμού είχε και θα έχει διαδραματίσει ένα καθοριστικό ρόλο για την ελληνική οικονομία. Αυτό συμβαίνει διότι η επίδρασή του είναι ισχυρή σε πολλούς κλάδους της χώρας, όπως είναι οι μεταφορές, η διαμονή, η εστίαση, η διασκέδαση και το εμπόριο. Επιπλέον, αυξάνονται τα συναλλαγματικά έσοδα και συμβάλει στην θετική εξέλιξη του ΑΕΠ. Μια σημαντική συνέπεια του τουρισμού είναι πως δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, ακόμα και στην περίοδο της οικονομικής κρίσης, όπου πολλοί άνεργοι απασχολήθηκαν έστω και εποχιακά. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας χαρακτηρίζεται έντονα από το φαινόμενο της εποχικότητας, μιας και φημίζεται για το «Ήλιος και Θάλασσα» και για τους περισσότερους ταξιδιώτες είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης στη χώρα. Επίσης, η τουριστική εξέλιξη είναι πολύ έντονη τα τελευταία χρόνια και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να γίνονται ιδιαίτερα μεγάλες ξένες επενδύσεις σε διάφορες περιφέρειες της Ελλάδας.

³ Πηγή: <http://www.gnto.gov.gr/el/history>

Όπως φαίνεται παρακάτω ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα το 2019 ήταν σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα. Συγκεκριμένα υποδέχθηκε 31,3 εκ. τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών, και εισέπραξε σχεδόν 17,8 δισ. €.

ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2019		
ΜΗΝΑΣ	ΕΣΟΔΑ (€)	%
Ιανουάριος	231.401.062	1,3%
Φεβρουάριος	208.764.856	1,2%
Μάρτιος	313.374.643	1,8%
Απρίλιος	505.454.000	2,8%
Μάιος	1.547.083.840	8,7%
Ιούνιος	2.547.206.902	14,3%
Ιούλιος	3.579.139.035	20,1%
Αύγουστος	4.109.640.000	23,1%
Σεπτέμβριος	2.790.246.507	15,7%
Οκτώβριος	1.376.952.112	7,7%
Νοέμβριος	288.813.000	1,6%
Δεκέμβριος	285.919.459	1,6%
ΣΥΝΟΛΟ	17.783.995.416	100%

Πίνακας 1: Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα, 2019, ΙΝΣΕΤΕ

Στη συνέχεια, γίνεται σύγκριση των εσόδων από τις αφίξεις για τα έτη 2018 και 2019, όπου παρατηρεί κάποιος πως τους μήνες Απρίλιο μέχρι και Σεπτέμβριο είναι περισσότερα από αυτά των υπολοίπων μηνών και συγκεκριμένα αποτελούν το 84,8% των συνολικών εσόδων. Αυτό είναι συνέπεια της εποχικότητας που αναφέρθηκε παραπάνω, μιας και οι περισσότεροι τουρίστες έρχονται τους καλοκαιρινούς μήνες. Επιπλέον, το 2019 σημειώθηκε νέα υψηλή απόδοση στα έσοδα κατά 13,6%, αποτελώντας την 2^η μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση εσόδων μετά το 2016 που ήταν 16,8%.

Ο πίνακας 3 παρουσιάζει τα έσοδα από τις κρουαζιέρες. Το 2019 ενώ υπήρξε μείωση κατά 9,9% στον εισερχόμενο τουρισμό μέσω κρουαζιέρας, σημειώθηκε αύξηση στα έσοδά τους κατά 5,7%.

Επίσης, σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας, τα έσοδα των ελληνικών επιχειρήσεων που ειδικεύονται στις αερομεταφορές ανήλθαν στα 1.914 εκ. € και σημείωσαν αύξηση 11,6% σε σχέση με 2018. Τα έσοδα των θαλάσσιων μεταφορών ήταν στα 96 εκ. € σημειώνοντας μείωση 2% σε σχέση με το 2018. Όσον αφορά τα έσοδα από τις σιδηροδρομικές μεταφορές αποτελούν μικρό ποσό λόγω του ότι ο αριθμός των εισερχομένων τουριστών ανήλθε περίπου στις 7.000.

ΜΗΝΑΣ	ΕΣΟΔΑ 2019 (€)	ΕΣΟΔΑ 2018 (€)
Ιανουάριος	231.401.062	150.650.416
Φεβρουάριος	208.764.856	160.954.473
Μάρτιος	313.374.643	235.680.000
Απρίλιος	505.454.000	473.757.000
Μάιος	1.547.083.840	1.415.563.000
Ιούνιος	2.547.206.902	2.189.017.418
Ιούλιος	3.579.139.035	3.209.314.249
Αύγουστος	4.109.640.000	3.534.654.000
Σεπτέμβριος	2.790.246.507	2.399.88.237
Οκτώβριος	1.376.952.112	1.320.584.342
Νοέμβριος	288.813.000	294.125.000
Δεκέμβριος	285.919.459	269.430.500
ΣΥΝΟΛΟ	17.783.995.416	15.653.188.635
ΜΕΤΑΒΟΛΗ	13,6%	

Πίνακας 2: Σύγκριση εσόδων από τις αφίξεις, 2018-2019, ΙΝΣΕΤΕ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ		
	ΕΣΟΔΑ 2018 (€)	ΕΣΟΔΑ 2019 (€)
Α' Τρίμηνο	6.555.092	6.391.295
Β' Τρίμηνο	144.593.000	162.685.160
Γ' Τρίμηνο	192.704.404	195.611.458
Δ' Τρίμηνο	88.785.158	92.730.587
ΣΥΝΟΛΟ	432.637.654	457.418.500
ΜΕΤΑΒΟΛΗ	+ 5,7%	

Πίνακας 3: Έσοδα από τον τουρισμό κρουαζιέρας, 2018-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Όσον αφορά την εγχώρια τουριστική δαπάνη για ταξίδια που είχαν τουλάχιστον μία διανυκτέρευση, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το 2018 ανήλθε στα 1.715 εκ. €, σημειώνοντας μία πολύ σημαντική αύξηση κατά 22,6% σε σχέση με το 2017 που το αντίστοιχο ποσό ήταν στα 1.398 εκ. €. Κατά τη διάρκεια της κρίσης όμως, η δαπάνη του εγχώριου τουρισμού μειώθηκε κατά 55,7%, μιας και το 2008 ήταν 3.868 εκ. €.

Στο κομμάτι των επενδύσεων, αν και τα τελευταία χρόνια υπήρξε αύξηση, το 2019 το σύνολο των επενδύσεων για κατασκευή ή ανακαίνιση τουριστικών καταλυμάτων ανήλθε στα 1.469 εκ. €. Το αντίστοιχο ποσό για το 2018 ήταν στα 1.735 εκ. €, καταγράφοντας μείωση 15%. Το σύνολο αυτό χωρίζεται σε δύο κατηγορίες, σε εισαγόμενα αγαθά και υπηρεσίες και σε εγχώρια αγαθά και υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Τα εγχώρια αγαθά και υπηρεσίες για το 2019 ανήλθαν στα 784 εκ. €, όταν την ίδια στιγμή το 2018 αυτό το ποσό ήταν στα 945 εκ. € σημειώνοντας μείωση κατά 17%.

Επίσης, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας είναι πολύ σημαντική, μιας και σύμφωνα με το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) κάθε 1 € το οποίο καταναλώνεται στο συγκεκριμένο κλάδο δημιουργεί έμμεση και προκαλούμενη πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα κατά 1,2€ που έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία 2,2€ του ΑΕΠ. Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται ο πολλαπλασιαστές των κλάδων της ελληνικής οικονομίας για το 2014, σύμφωνα με το ΚΕΠΕ, καθώς επίσης η ποσοστιαία συμβολή του κάθε επιμέρους κλάδου. Επιπλέον, στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι κατηγορίες δαπάνης και πως αυτές επηρεάζουν το ΑΕΠ. Έτσι, το ΑΕΠ της χώρας το 2019 βρισκόταν στα 187.456 εκ. € σημειώνοντας αύξηση 1,5% σε σχέση με το 2018 που είχε ανέλθει στα 184.714 εκ. €. Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία αντιστοιχεί στο 12,5% του ΑΕΠ (23,4 δισ. €). Επίσης, αν συνυπολογιστούν και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συνεισφορά ανέρχεται στο 33,1% του ΑΕΠ.

	% ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡ. ΕΣΟΔΩΝ	ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΗΣ
Καταλόματα	45,3	2,5
Εστίαση	18	2,5
Θαλάσσιες Μεταφορές	9	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,9
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πίνακας 4: Πολλαπλασιαστές επιμέρους κλάδων της ελληνική οικονομίας, ΙΝΣΕΤΕ

Κατηγορία Δαπάνης	2018 (εκ. €)	2019 (εκ. €)	%Δ
Δαπάνη Εισερχ. Τουριστών	€ 15.653	€ 17.784	136%
Δαπάνη Τουρ. Κρουαζιέρας	433	457	5,7%
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζ.	120	127	5,7%
Αερομεταφορές	1.715	1.914	11,6%
Θαλάσσιες Μεταφορές	98	96	-2,0%
Εγχώριος Τουρισμός	1.715	1.886	10,0 %
Επενδύσεις	1.411	1.178	-16,5%
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€ 21.143	€ 23.442	10,9%
Ως % ΑΕΠ	11,4	12,5%	9,3%
Πολλαπλασιαστής ΙΟΒΕ	2,2	2,2	0,0%
Έμμεσο & Άμεσο Αποτέλεσμα	€ 46.515	€ 51.573	10,9%
Ως % ΑΕΠ	25,2%	27,5%	9,3%
Πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65	0,0%
Έμμεσο & Άμεσο Αποτέλεσμα	€ 56.030	€ 62.12	10,9%
Ως % ΑΕΠ	30,3%	33,1%	9,3%
ΑΕΠ	€184.714	€ 187.456	1,5%

Πίνακας 5: Συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, 2018-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Ο τουρισμός όπως είναι ευρέως γνωστό, διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο για τα έσοδα της Ελλάδας και η επιρροή του στο ισοζύγιο πληρωμών είναι μεγάλη. Το 2019 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν το 79,9% του ελλείμματός του. Το ίδιο ποσοστό για το 2018 είχε ανέλθει στο 71,5%. Εάν σε αυτό προστεθούν και τα έσοδα από τις αερομεταφορές καθώς επίσης και από τις θαλάσσιες μεταφορές, το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 89,2% έναντι 80,1% για το 2018. Ένα ακόμα κριτήριο που δείχνει την ιδιαίτερη συμβολή που έχει ο τουρισμός στο ισοζύγιο πληρωμών είναι οι εισπράξεις από τις εξαγωγές κάθε μορφής αγαθών που κάνει η Ελλάδα. Για το 2019 αυτό το ποσοστό ήταν στο 56,2% έναντι 49,7% για το 2018. Όπως και προηγουμένως, εάν στα ποσοστά αυτά προστεθούν και τα έσοδα από τις αερομεταφορές και τις θαλάσσιες μεταφορές, το ποσοστό για το 2019 ανέρχεται στο 62,8% έναντι 55,7% που ήταν το 2018.

	2018 (εκ. €)	2019 (εκ. €)	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ
Ισοζύγιο αγαθών	-22.489	-22.833	-1,5%
Ταξιδιωτικές εισπράξεις (περ. κρουαζιέρα)	16.086	18.241	13,4%
Ως % ελλείματος ισοζυγίου αγαθών	72%	80%	
Εκτίμηση εσόδων από μεταφορές	1.932	2.136	
Ταξιδιωτικές εισπράξεις και μεταφορές/Ισοζύγιο αγαθών	80%	89%	
Εξαγωγές αγαθών	32.373	32.434	0,2%
Εξαγωγές αγαθών πλην πλοίων και καυσίμων	22.225	23.263	4,7%
Ταξιδιωτικές εισπράξεις/Εξαγωγές αγαθών	50%	56%	
Ταξιδιωτικές εισπράξεις και μεταφορές/Εξαγωγές αγαθών	56%	63%	
Ταξιδιωτικές εισπράξεις/Εξαγωγές αγαθών πλην πλοίων και καυσίμων	72%	78%	
Ταξιδιωτικές εισπράξεις και μεταφορές/Εξαγωγές αγαθών πλην πλοίων και καυσίμων	81%	88%	

Πίνακας 6: Συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών, 2018-2019, ΙΝΣΕΤΕ

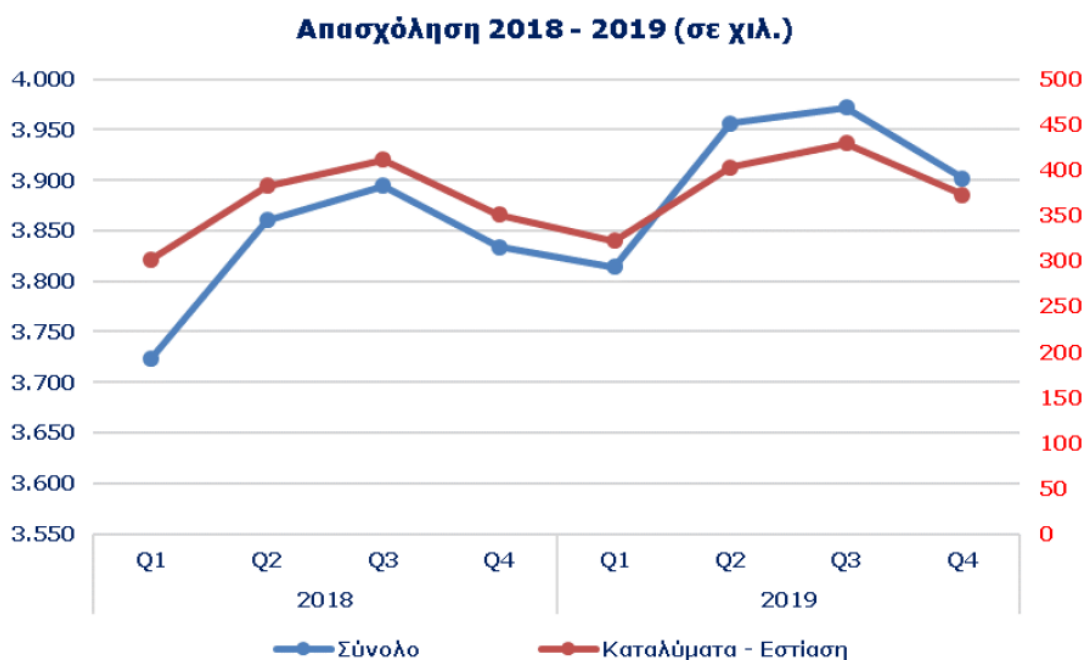
Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο τουρισμός παίζει μεγάλο ρόλο και στον τομέα της απασχόλησης σε μια χώρα. Η εποχικότητα όμως επηρεάζει τα χαρακτηριστικά της τα οποία την κάνουν εποχική και περιστασιακή.⁴ Γίνεται εμφανές από τον παρακάτω πίνακα, ότι η απασχόληση για τα τουριστικά καταλύματα και την εστίαση είχε αυξητική τάση το 2019. Κατά τη διάρκεια του 1^{ου} τριμήνου υπήρξε αύξηση 6,7%. Στη συνέχεια, το 2^ο τρίμηνο σημειώθηκε αύξηση 5,3%, το 3^ο εξάμηνο 4,4% και το τελευταίο τρίμηνο του 2019 σημειώθηκε αύξηση 6,2%. Στο 1^ο και στο 4^ο τρίμηνο παρατηρείται η μεγαλύτερη αύξηση. Αυτό συμβαίνει διότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει

⁴ Πηγή: Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), Εισαγωγή στον τουρισμό, Interbooks

μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού “City Break” στην Αθήνα, γεγονός που μειώνει την εποχικότητα που χαρακτηρίζει την Ελλάδα τους καλοκαιρινούς μήνες.

	2018				2019			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Σύνολο	3.724	3.860	3.894	3.834	3.814	3.956	3.972	3.902
%μεταβολή					2,4%	2,5%	2,0%	1,8%
Καταλύματα – Εστίαση	302	383	411	351	322	403	429	373
% μεταβολή					6,7%	5,3%	4,4%	6,2%

Πίνακας 7: Εξέλιξη απασχόλησης 2018-2019 στην Ελλάδα, ΙΝΣΕΤΕ



Εικόνα 1: Απασχόληση 2018-2019 στην Ελλάδα, ΙΝΣΕΤΕ

1.5 Ανάλυση εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, ο αριθμός των εισερχόμενων τουριστών έχει αυξηθεί ιδιαίτερα, καθώς η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους κορυφαίους προορισμούς για πολλούς ταξιδιώτες. Παρακάτω θα παρουσιαστούν όλα τα στοιχεία του εισερχόμενου τουρισμού καθώς επίσης και η ανάλυση της αγοράς στην οποία ανταποκρίνεται το τουριστικό προϊόν. Προτού όμως γίνει αυτό, θα πρέπει να αναφερθούν κάποια γενικά δεδομένα για την συγκεκριμένη βιομηχανία στη χώρα.

Αρχικά, τα 4 χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης την Ελλάδα είναι:

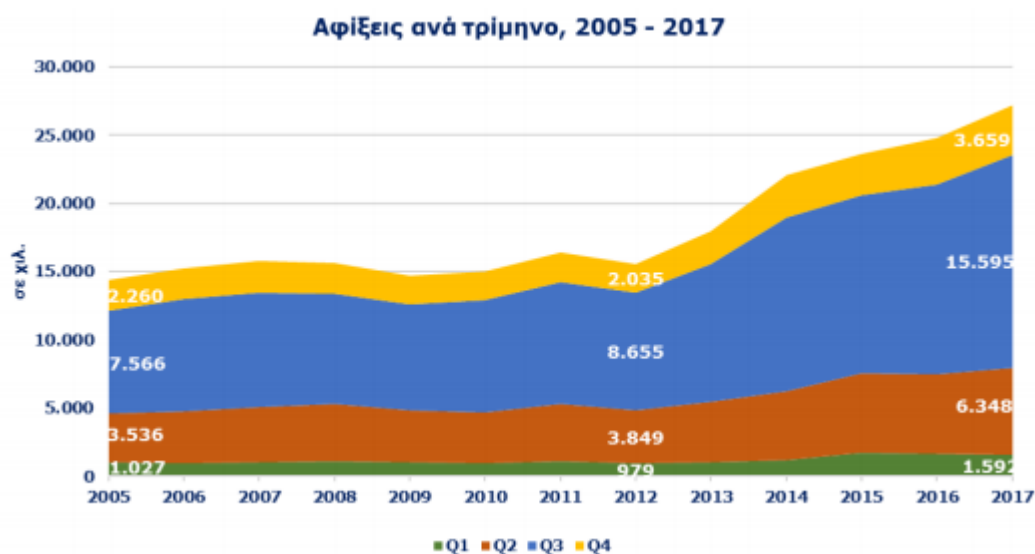
- Το 35% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού προέρχεται από 4 χώρες της ΕΕ (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία και Γαλλία).
- Το μεγαλύτερο ποσοστό της ζήτησης συγκεντρώνεται σε 5 μόνο προορισμούς.
- Το φαινόμενο της εποχικότητας είναι έντονο με τη ζήτηση να επικεντρώνεται στους 3 καλοκαιρινούς μήνες (Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο).
- Η Μέση Διάρκεια Παραμονής μειώνεται ολοένα και περισσότερο.

Από την άλλη μεριά, η προσφορά αναπτύσσεται σε 3 κατηγορίες οι οποίες είναι η γεωγραφία, η ξενοδοχειακή κατηγορία και το μέγεθός της. Να σημειωθεί πως η γεωγραφία οδηγεί την ξενοδοχειακή κατηγορία η οποία με τη σειρά της καθορίζει και το μέγεθος. Θα πρέπει επίσης να αναφερθούν τα εξής μεγέθη της προσφοράς:

- Το 77% της συνολικής χωρητικότητας κλινών βρίσκεται στους πέντε πιο δημοφιλείς προορισμούς (Νότιο Αιγαίο, Κρήτη, Ιόνια Νησιά, Κεντρική Μακεδονία και Αττική).
- Το 43% των κλινών συγκεντρώνεται σε 4* και 5* ξενοδοχεία.
- Το Airbnb αντιπροσωπεύει το 10% των συνολικών διανυκτερεύσεων και συναντάται κυρίως σε πόλεις.
- Το 20% των κλινών στους κύριους προορισμούς συγκεντρώνεται σε ξενοδοχειακές μονάδες 5*.
- Τα πιο ανταγωνιστικά ξενοδοχεία είναι των 3* και 4*. ⁵

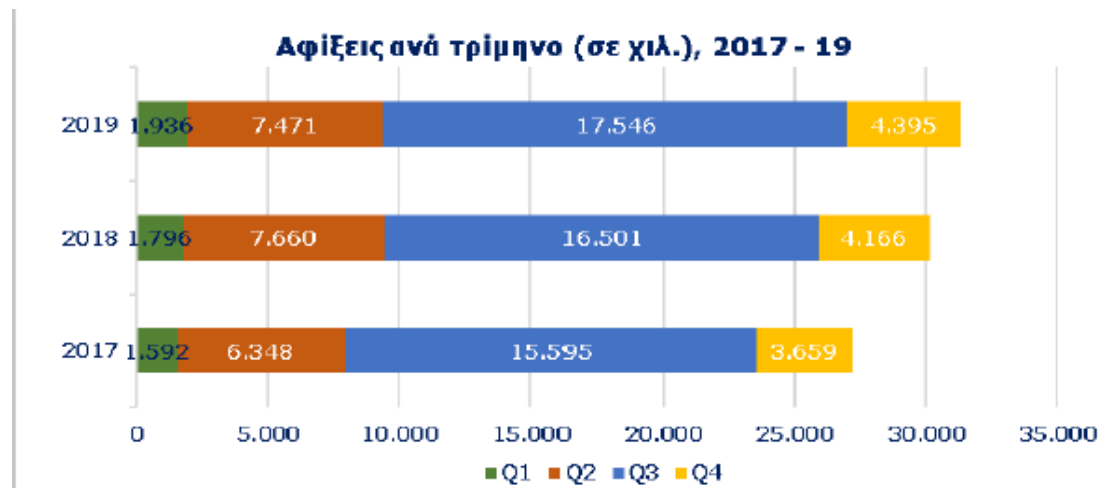
⁵ Πηγή: <https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-next-day-of-greek-tourism-en-long.pdf>

Όσον αφορά τις αφίξεις, από το 2005 έως και το 2019 έχει σημειωθεί μια ιδιαίτερα σημαντική αύξηση στο συνολικό αριθμό των εισερχομένων τουριστών. Η Ελλάδα, παρά τις αντιξοότητες που δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, κατάφερε όχι μόνο να διατηρήσει τον αριθμό αυτό υψηλά, που κατά κύριο λόγο επιζητούσαν το «Ηλιος & Θάλασσα», αλλά να αναπτυχθεί και σε άλλες κατηγορίες όπως το «City Break», το «MICE», τον «Ναυτικό τουρισμό», τον «Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό» και τον « Οδικό Τουρισμό». Έτσι, σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα από το 2005 έως και το 2017 σημειώνει μια συνεχή αύξηση, εκτός από τα έτη 2008 (-1,2%), 2009 (-5,9%) και το 2012 (-5,5%). Το 2017 σημειώθηκε ρεκόρ για το συγκεκριμένο διάστημα που μελετήθηκε σημειώνοντας 27.194.000 αφίξεις. Από το 2005 έως το 2017 υπήρξε αύξηση κατά 89%, ενώ τα έτη αναφοράς της ανάκαμψης του ελληνικού τουρισμού ήταν το 2013 (+15,5%) και το 2014 (+23%).



Εικόνα 2: Αφίξεις ανά τρίμηνο στην Ελλάδα, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Σε άλλη έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ για τα έτη 2017 – 2019, ο εισερχόμενος τουρισμός συνέχισε την ανοδική του πορεία σημειώνοντας το 2018 αύξηση κατά 10,8% και το 2019 κατά 4,1%, φθάνοντας τον αριθμό ρεκόρ των 31.348.000 αφίξεων.



Εικόνα 3: Αφίξεις ανά τρίμηνο στην Ελλάδα, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

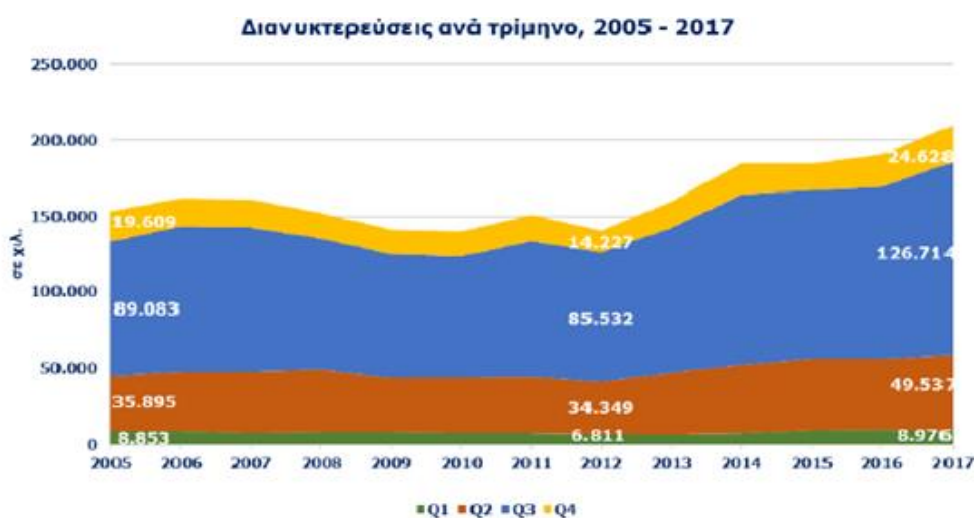
Το πρώτο συμπέρασμα που μπορεί να βγει από τα δύο διαγράμματα είναι η έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας. Κατά το έτος 2017 το φαινόμενο αυτό άγγιξε το 80,7% κατά το 2^ο και 3^ο τρίμηνο του έτους, ενώ το 1^ο και 4^ο τρίμηνο οι αφίξεις ήταν 5,9% και 13,5% αντίστοιχα. Το 2019 η εποχικότητα ανήλθε στο 79,8%, ενώ το 1^ο και 4^ο τρίμηνο οι αφίξεις ανήλθαν στα 6,2% και 14% αντίστοιχα. Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί πως κατά την περίοδο 2005 έως 2017 οι πέντε κορυφαιοί προορισμοί στην Ελλάδα ήταν οι εξής:

1. Κεντρική Μακεδονία
2. Νότιο Αιγαίο
3. Αττική
4. Κρήτη
5. Ιόνια Νησιά

Κατά τη τελευταία διετία (2017-2019) αυτοί ήταν:

1. Νότιο Αιγαίο
2. Κεντρική Μακεδονία
3. Αττική
4. Κρήτη
5. Ανατολική Μακεδονία & Θράκη

Ένας ακόμα τομέας που θα πρέπει να αναλυθεί είναι ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων. Όπως γίνεται αντιληπτό από το παρακάτω διάγραμμα οι διανυκτερεύσεις από το 2005 έως και το 2017 έχουν σημειώσει μια σημαντική αύξηση της τάξεως του 36,8%. Αυτό δεν σημαίνει όμως ότι όλα τα χρόνια είχαν ανοδική τάση. Την περίοδο 2005-2012 σημειώνεται πτώση 8,2% (από 153.440 χιλ. το 2005 σε 140.919 χιλ. το 2012), με εξαίρεση το 2006 που αυξήθηκε κατά 5,7% και το 2011 κατά 7,7%. Από το 2012 και μέχρι το 2017 η αύξηση ήταν της τάξης του 48,9%. Πιο συγκεκριμένα, το 2012 οι συνολικές διανυκτερεύσεις ανήλθαν στις 140.919 χιλ., ενώ το 2017 στις 209.855 χιλ.



Εικόνα 4: Διανυκτερεύσεις ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

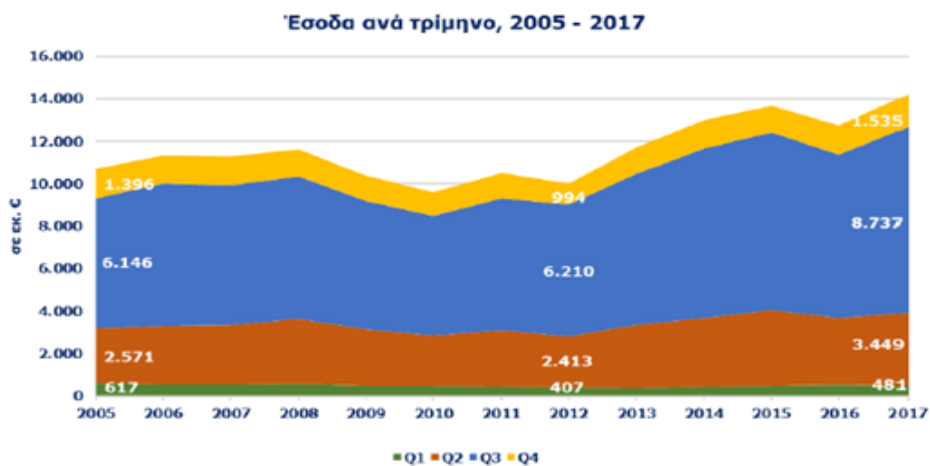
Στην ίδια κατηγορία αλλά για τη διετία 2017 – 2019 οι διανυκτερεύσεις συνέχισαν την αυξητική τους τάση. Πιο συγκεκριμένα και όπως γίνεται αντιληπτό από το παρακάτω διάγραμμα, οι συνολικές διανυκτερεύσεις σημείωσαν αύξηση κατά 10,8%. Από τις 209.855 χιλ. το 2017 ανήλθαν σε 232.463 χιλ. το 2019, αριθμός ρεκόρ σύμφωνα με την Έρευνα Συνόρων.



Εικόνα 5: Διανυκτερεύσεις ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Για ακόμα μια φορά γίνεται αντιληπτό το φαινόμενο της εποχικότητας το οποίο διέπει το ελληνικό τουριστικό προϊόν, μιας και το 83,6% των συνολικών διανυκτερεύσεων πραγματοποιήθηκε κατά το 2^ο και 3^ο τρίμηνο του 2019, ενώ οι αντίστοιχοι αριθμοί για το 1^ο και 4^ο τρίμηνο του έτους ήταν 4,2% και 11,1% αντίστοιχα.

Η επόμενη κατηγορία που θα αναλυθεί είναι τα συνολικά έσοδα. Η εικόνα είναι μικτή και υπάρχουν διακυμάνσεις μέσα στο πέρας των τελευταίων χρόνων. Συνολικά όμως, από το 2005 μέχρι και το 2017 έχει σημειωθεί αύξηση κατά 32,4%. Το 2005 τα συνολικά έσοδα ανήλθαν στα 10.729.500.000€ ενώ το 2017 ο αντίστοιχος αριθμός εσόδων ανήλθε στα 14.202.462.079 €.



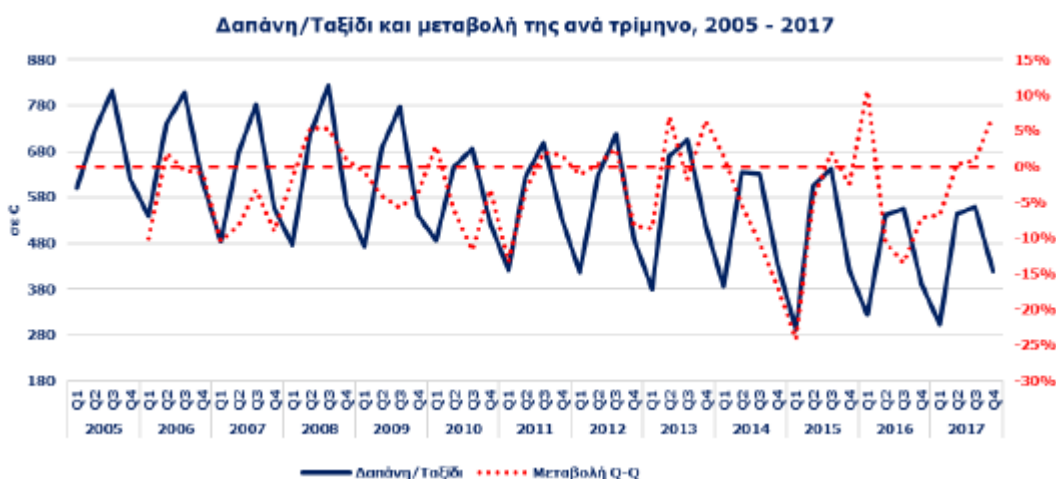
Εικόνα 6: Έσοδα ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Έπειτα κατά την τελευταία διετία (2017-2019), τα έσοδα συνέχισαν την αυξητική τους τάση σημειώνοντας αύξηση κατά 27,6%. Το 2017 ανήλθαν στα 3,6 δισ. € και το 2019 ανήλθαν στα 4,6 δισ. €. Και από αυτή την κατηγορία είναι εμφανές το φαινόμενο της εποχικότητας όπου κατά το 2^ο και 3^ο τρίμηνο του έτους εισπράττεται το μεγαλύτερο ποσοστό εσόδων.



Εικόνα 7: Έσοδα ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Παρόλο που όλα τα τουριστικά μεγέθη κατά τη διάρκεια των ετών 2005-2017 είχαν αυξητική τάση η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη μειώθηκε από 746€ που ήταν το 2005 σε 522€ το 2017 (-30%). Μόνο το 2008 σημείωσε αύξηση 4,3%, το 2012 (1,0%), το 2013 (1,1%) και το 2017 (1,6%). Τα 522€ το 2017 είναι η δεύτερη χαμηλότερη τιμή που σημείωσε η ΜΚΔ μετά το 2016 που ήταν 514€.



Εικόνα 8: Δαπάνη ανά ταξίδι, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Στο επόμενο διάγραμμα φαίνεται πως η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη για την επόμενη διαίτα (2017-2019) αυξήθηκε κατά 8% και από 522€ που ήταν το 2017 ανήλθε στα 564€ για το 2019. Να σημειωθεί ότι το 2018 σημειώθηκε μείωση κατά 0,5% (519,6€).



Εικόνα 9: Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Όπως η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη έτσι και η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση παρουσιάζει μείωση από το 2005 έως και το 2017. Της ΜΔΔ όμως είναι πολύ μικρότερη σε σχέση με τη ΜΚΔ. Το 2005 η Μέση Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ήταν 70€, ενώ το 2017 ήταν 68€ σημειώνοντας μείωση κατά 3,2%. Στη συνέχεια για την επόμενη διαίτα (2017-2019) η ΜΔΔ εμφανίζει αύξηση που ανέρχεται στο 12,4%. Η ΜΔΔ από 68€ που ήταν το 2017 έφτασε τα 76,1€ το 2019.

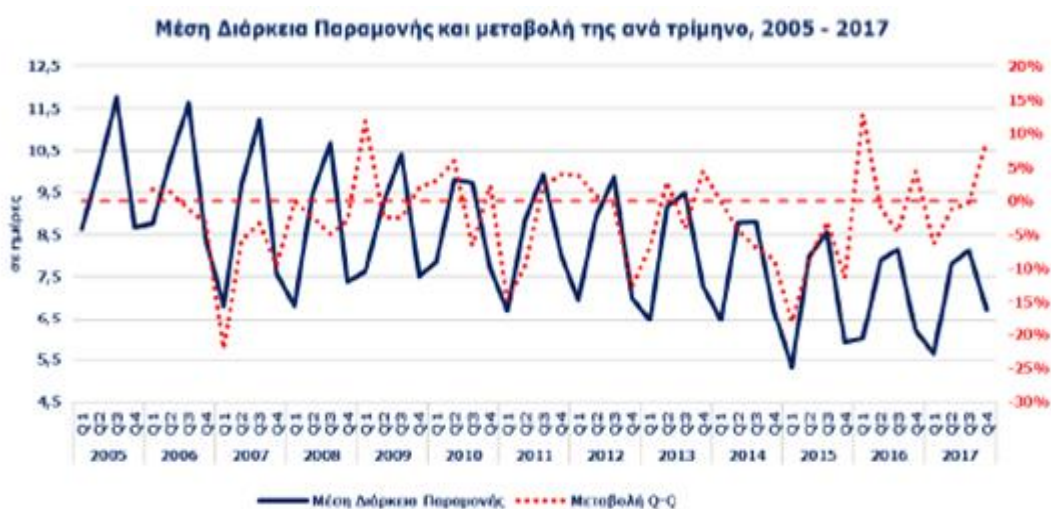


Εικόνα 10: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ



Εικόνα 11: Μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Τέλος, ένα ακόμα μέγεθος που αναλύεται είναι η Μέση Διάρκεια Παραμονής. Από το 2005 έως και το 2017 η Μέση Διάρκεια Παραμονής παρουσιάζει πτώση κατά τη διάρκεια όλων των ετών εκτός από το 2017 που σημείωσε αύξηση της τάξης του 0,5%. Η συνολική μείωση από το 2005 έως το 2017 αγγίζει το 27,6%. Επίσης, το 2005 η Μέση Διάρκεια Παραμονής ήταν 10,7 ημέρες, ενώ το 2017 έφτασε τις 7,7.



Εικόνα 12: Μέση διάρκεια παραμονής, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Από το 2017 έως το 2019 η Μέση Διάρκεια Παραμονής συνέχισε δυστυχώς την πτωτική πορεία που είχε όλα τα προηγούμενα έτη. Η μείωση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής ανέρχεται στο 3,9% (από 7,7 ημέρες το 2017 σε 7,4 ημέρες το 2019).



Εικόνα 13: Μέση διάρκεια παραμονής, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση των διάφορων δεικτών μπορούν να εξαχθούν τα εξής συμπεράσματα:

- Από το 2005 έως και το 2017 όλοι οι δείκτες που αναλύθηκαν σημειώνουν μείωση σε αντίθεση με τα βασικά μεγέθη.
- Από το 2017 έως και το 2019 γενικά υπάρχει μια αυξητική τάση σε όλους τους δείκτες εκτός από αυτόν της Μέσης Διάρκειας Παραμονής του οποίου η μείωση είναι παγκόσμια γεγονός.

Επίσης παρακάτω θα αναφερθούν μερικά ακόμα συμπεράσματα έπειτα από έρευνα που έγινε από την PWC και τον ΙΝΣΕΤΕ για το τουριστικό προϊόν και ποιες πολιτικές πρέπει να ακολουθηθούν, ώστε να επιτευχθεί η αύξηση της αξίας του τουρισμού στην ελληνική οικονομία:

- Προσέλκυση τουριστών με υψηλό εισόδημα
 - ✓ Ανάπτυξη συμπληρωματικού δικτύου διανομής εκτός ΕΕ.
 - ✓ Δημιουργία ισχυρών δεσμών συνεργασίας με τις χώρες προέλευσης.
 - ✓ Διαχείριση κινδύνων που συνδέονται με τον κύκλο του τουρισμού.
- Εισαγωγή συμπληρωματικών προϊόντων
 - ✓ Ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού εκτός αιχμής.

- ✓ Ανάπτυξη συμπληρωματικών προϊόντων.
- ✓ Εισαγωγή δυναμικής τιμολόγησης.
- ✓ Δημιουργία δικτύου διανομής εκτός αιχμής.
- ✓ Προσφορά συγκεντρωμένων εμπειριών.
- ✓ Ενίσχυση του συμπληρωματικού μάρκετινγκ των υπηρεσιών φιλοξενίας.
- Επέκταση ζήτησης σε δευτερεύοντες προορισμούς
 - ✓ Προώθηση του «Ήλιος & Θάλασσα» σε δευτερεύοντες προορισμούς.
 - ✓ Αναβάθμιση της εναέριας σύνδεσης σε δευτερεύοντες προορισμούς.
 - ✓ Αναβάθμιση προϊόντος σε δευτερεύοντες προορισμούς.
- Αναβάθμιση τουριστικού Προϊόντος
 - ✓ Θα πρέπει να γίνουν επενδύσεις σε νέα ξενοδοχεία
 - ✓ Να γίνουν επενδύσεις για την αναβάθμιση και ανακαίνιση των ήδη υπαρχόντων υποδομών.
 - ✓ Αναβάθμιση των υποδομών του τουριστικού προϊόντος και της συνδεσιμότητας.

1.6 Προφίλ τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για διακοπές

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν κάποια στοιχεία που αφορούν τα προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν χωρίζεται σε διάφορες κατηγορίες. Αυτή όμως που το χαρακτηρίζει ιδιαίτερα και είναι ευρέως διαδεδομένη στις ξένες αγορές είναι το «Ήλιος και Θάλασσα». Τα τελευταία όμως χρόνια έχει υπάρξει ανάπτυξη και προτίμηση των τουριστών και σε άλλες κατηγορίες όπως είναι το «City Break», το «MICE», ο «Ναυτικός τουρισμός» και ο «Πολιτιστικός & Θρησκευτικός».

Ήλιος και Θάλασσα

Στο «Ήλιος και Θάλασσα», όπως γίνεται κατανοητό από τον τίτλο, οι τουρίστες επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών ώστε να απολαύσουν την πλούσια ακτογραμμή της και τον ήλιο. Η Ελλάδα διατηρεί ένα υψηλό ποσοστό στο μερίδιο του ευρωπαϊκού τουρισμού για την συγκεκριμένη κατηγορία και σύμφωνα με τον ΙΝΣΕΤΕ και την PWC

κατέχει το 8,5% των ταξιδιωτών, το 8,9% των διανυκτερεύσεων καθώς επίσης και το 8,9% της δαπάνης. Οι κυριότεροι προορισμοί για τη συγκεκριμένη κατηγορία είναι οι εξής:

- Κρήτη (27%)
- Ρόδος (18%)
- Λοιπά νησιά Αιγαίου (20%)

Οι πέντε χώρες προέλευσης που προτιμούν αυτή την κατηγορία κατά μεγαλύτερο ποσοστό στην Ελλάδα είναι οι εξής:

1. Γερμανία (16%)
2. Ηνωμένο Βασίλειο (12%)
3. Ρωσία (11%)
4. Σκανδιναβία(8%)
5. Γαλλία(7%)

Την συγκεκριμένη κατηγορία την επιλέγουν άτομα που το επίπεδο εκπαίδευσής τους είναι αρκετά υψηλό. Πιο αναλυτικά, το 54% των επισκεπτών είναι ανώτερου επιπέδου εκπαίδευσης, ενώ τα μεγαλύτερα ποσοστά τα κατέχουν χώρες όπως της Ρωσίας, της Τουρκίας και της Πολωνίας. Επίσης, το οικογενειακό τους εισόδημα είναι αρκετά υψηλό. Αναλυτικότερα:

- Το 57% των επισκεπτών είναι ανώτερου εισοδήματος.
- Το 28 % είναι μέσου – ανώτερου εισοδήματος.
- Το 11% μέσου - κατώτερου εισοδήματος.
- Το 4% είναι κατώτερου εισοδήματος.

Στη συνέχεια θα αναλυθούν κάποια δημογραφικά στοιχεία :

- Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι γυναίκες (55%).
- Ο μέσος όρος ηλικίας είναι 43,8 έτη.

Κάποια ακόμα στοιχεία που αφορούν την διαμονή και τα έσοδα από τη συγκεκριμένη κατηγορία είναι τα εξής:

- Ο μέσος όρος διανυκτερεύσεων είναι 10,3 ημέρες.
- Η Μέση Δαπάνη ανά ταξίδι της συγκεκριμένης κατηγορίας είναι 1.057€, με την υψηλότερη δαπάνη να τη σημειώνουν οι τουρίστες από τη Ρωσία (1.368€).

Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση για την κατηγορία «Ήλιος και Θάλασσα» γίνεται κατανοητό ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι άμεσα συνδεδεμένο με αυτή την κατηγορία. Θα πρέπει όμως να αναδειχθούν ακόμα περισσότεροι προορισμοί για τη συγκεκριμένη κατηγορία διότι σχεδόν το 65% της προσφοράς επικεντρώνεται στην Κρήτη, στη Ρόδο και στα νησιά του Αιγαίου. Επιπλέον, καλό θα ήταν να γίνει προώθηση και σε χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ναυτικός τουρισμός

Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν οι κρουαζιέρες και το yachting. Όπως είναι φυσιολογικό η Ελλάδα με τέτοια ακτογραμμή και τόσα νησιά δεν θα γινόταν να μην είχε επενδύσει στη συγκεκριμένη κατηγορία. Αξίζει να αναφερθεί πως εκτείνεται περίπου σε 15.500 χλμ. τα οποία καθιστούν την χώρα πολύ ελκυστική για τον ναυτικό τουρισμό. Οι σημαντικότεροι παράγοντες για την ανάπτυξη της κρουαζιέρας είναι οι εξής:

- Οι λιμενικές υποδομές.
- Οι χερσαίες υποδομές που λειτουργούν υποστηρικτικά.
- Οι υπηρεσίες που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση των πελατών που επιλέγουν το συγκεκριμένο τύπο διακοπών.

Από την άλλη μεριά οι σημαντικότεροι παράγοντες για την ανάπτυξη του Yachting είναι οι εξής:

- Βασικές υποδομές και υπηρεσίες τουριστικών λιμένων.
- Τοπικές εμπορικές υπηρεσίες(εστίαση και εμπορικά καταστήματα).

Οι κύριες χώρες προέλευσης ναυτικού τουρισμού είναι οι εξής:

- 1) Χώρες της Σκανδιναβίας 21%
- 2) Μεγάλη Βρετανία 20%
- 3) Γερμανία 15%
- 4) Ιταλία 9%
- 5) Γαλλία 9%

Όσον αφορά τις δαπάνες τους, βάσει του παρακάτω πίνακα, είναι εμφανές πως τη μεγαλύτερη δαπάνη την έχουν οι τουρίστες από τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γερμανία αλλά και τη Γαλλία. Από την άλλη μεριά, οι ταξιδιώτες από τις χώρες της Σκανδιναβίας δαπανούν λιγότερα σε σχέση με τις άλλες

χώρες. Αυτό οφείλεται στο ότι οι συγκεκριμένοι προτιμούν την ιστιοπλοΐα και τον τουρισμό περιπέτειας.

	Μεγάλη Βρετανία	Γερμανία	Ιταλία	Γαλλία	Φινλανδία	Σουηδία	Νορβηγία
<500€	14%	47%	24%	18%	76%	73%	65%
500-1.500€	32%	18%	55%	54%	23%	15%	25%
1.500 – 2.500€	28%	17%	17%	17%	0%	11%	2%
>2.500 €	23%	13%	2%	6%	0%	0%	7%

Πίνακας 8: Δαπάνες ναυτικού τουρισμού ανά χώρα, 2016, ΙΝΣΕΤΕ

Έπειτα αναλύεται το προφίλ των τουριστών που προτιμούν τη συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού. Η μέση ηλικία τους είναι τα 48,3 έτη, ενώ το 54% έχει υψηλό εισόδημα και την ίδια στιγμή το 75% έχει μέσο ανώτερο έως ανώτερο οικογενειακό εισόδημα. Επίσης, το εκπαιδευτικό επίπεδό τους είναι ανώτερο και μεσαίο σε ποσοστό 86%.

Παρόλο όμως της τεράστιας ακτογραμμής που διαθέτει η Ελλάδα υπάρχουν κάποιοι λόγοι που δεν επιτρέπουν στο τουριστικό προϊόν του ναυτικού τουρισμού να αναπτυχθεί ιδιαίτερα. Μερικοί από αυτούς τους λόγους είναι:

- Υψηλό μέσο κόστος ανά επιβάτη για αεροπορικές: οι υψηλοί φόροι του αεροδρομίου Αθηνών (περίπου 40€ όταν σε άλλα ευρωπαϊκά είναι 30€).
- Περιορισμένη συνδεσιμότητα αεροδρομίων με λιμάνια: Για παράδειγμα το λιμάνι της Ηγουμενίτσας δεν διαθέτει κοντινό αεροδρόμιο και έχει και κακό οδικό δίκτυο.
- Έλλειψη βασικών λιμενικών υποδομών και τουριστικών υπηρεσιών υποδοχής επιβατών: Για παράδειγμα η Σαντορίνη, που είναι πολύ σημαντικός πόλος έλξης, δεν διαθέτει προβλήτα.
- Τα περισσότερα λιμάνια είναι υποστελεχωμένα.
- Χρονοβόρα διαδικασία χορήγησης Βίζας για τουρίστες τρίτων χωρών.

Πολιτιστικός και Θρησκευτικός τουρισμός

Η Ελλάδα λόγω της ιστορίας της διαθέτει μεγάλο χαρτοφυλάκιο στη συγκεκριμένη κατηγορία του τουριστικού προϊόντος της. Μερικές από τις κατηγορίες είναι:

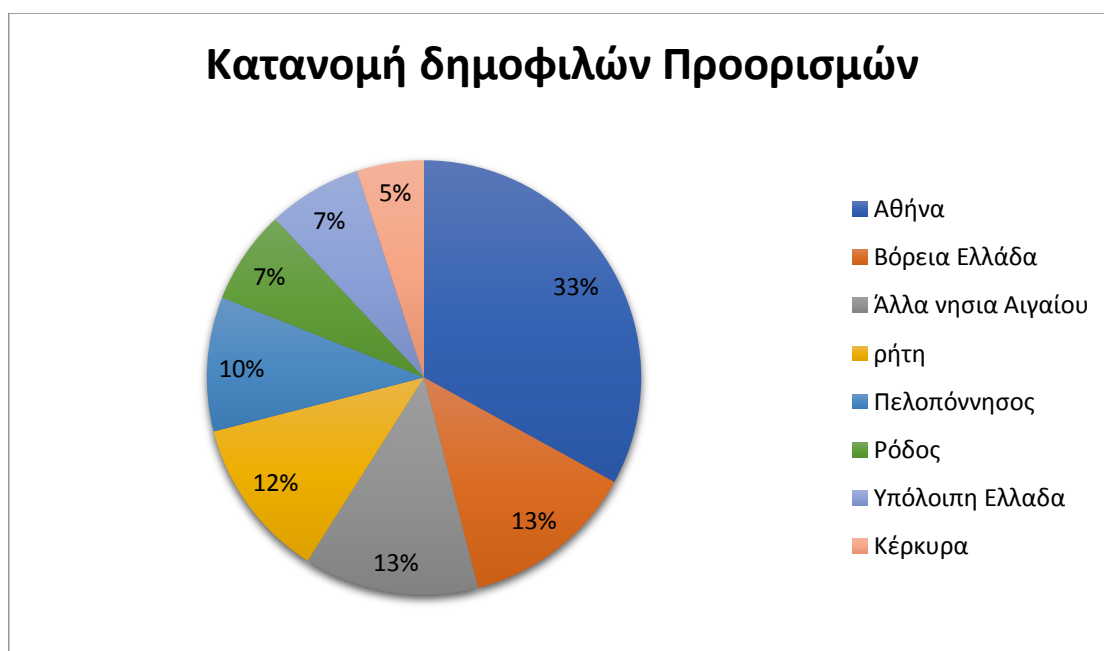
Πολιτιστικός

- Πολιτιστική κληρονομιά
 - ✓ Αρχαιολογικοί χώροι
 - ✓ Μουσεία & Βιβλιοθήκες
 - ✓ Αρχιτεκτονικά Μνημεία
 - ✓ Επίσκεψη πόλεων
- Εκδηλώσεις Φεστιβάλ και εκθέσεις
 - ✓ Μουσικά Φεστιβάλ
 - ✓ Φεστιβάλ καλών τεχνών και εκθέσεις
 - ✓ Θεματικές εκδηλώσεις
 - ✓ Αθλητικές εκδηλώσεις
- Παράδοση ήθη και έθιμα
 - ✓ Λαογραφικές ιδιαιτερότητες
 - ✓ Τοπική κουλτούρα
 - ✓ Θεματικές Διαδρομές
- Πολιτισμικές εμπειρίες
 - ✓ Συμμετοχή σε καλλιτεχνικές δραστηριότητες
 - ✓ Συμμετοχή ή παρακολούθηση ανασκαφών
- Θρησκευτικός
 - ✓ Θρησκευτικά μνημεία και τοποθεσίες
 - ✓ Θρησκευτικές επισκέψεις
 - ✓ Αρχιτεκτονικές και πολιτιστικές επισκέψεις
 - ✓ Προσκυνηματικές διαδρομές

Σύμφωνα με έρευνα της IPK International, η Ελλάδα κατέχει μόλις το 2,4% των ταξιδιών που αφορούν τη συγκεκριμένη κατηγορία στην Ευρώπη. Επίσης, ο μέσος όρος διάρκειας του ταξιδιού στη χώρα για τον Πολιτιστικό και Θρησκευτικό Τουρισμό ανέρχεται στις 9,7 ημέρες. Η Μέση Δαπάνη ανά ταξίδι είναι 85€ και η ημερήσια δαπάνη είναι 81€. Οι 3 χώρες με τη μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι είναι η Γερμανία (1.598€), το Βέλγιο (1.244 €) και οι Σκανδιναβικές χώρες (1.234€).

Όπως και στις προηγούμενες κατηγορίες, έτσι και σε αυτή είναι σημαντικό να αναλυθεί το προφίλ του τουρίστα που προτιμά την πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό. Αρχικά, η μέση ηλικία των τουριστών είναι 43,1 έτη. Έπειτα, το 77% των τουριστών έχει από μέσο ανώτερο έως ανώτερο εισόδημα, ενώ το εκπαιδευτικό τους επίπεδο είναι εξίσου σημαντικό, με το 92% των τουριστών να έχουν από μεσαίο έως και ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης. Τέλος, το 82% των συγκεκριμένων επισκεπτών προτιμά να ταξιδεύει χωρίς τη συνοδεία παιδιών.

Οι προορισμοί στην Ελλάδα που είναι πιο δημοφιλείς στους επισκέπτες της εν λόγω κατηγορίας είναι όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα η Αθήνα με ποσοστό 33% και ακολουθεί η Βόρεια Ελλάδα και τα άλλα νησιά του Αιγαίου.



Εικόνα 14: Κατανομή δημοφιλών προορισμών για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό, 2016, ΙΝΣΕΤΕ

Τέλος, οι κύριες δραστηριότητες που επιλέγουν οι τουρίστες για τον πολιτιστικό και το θρησκευτικό τουρισμό είναι οι εξής:

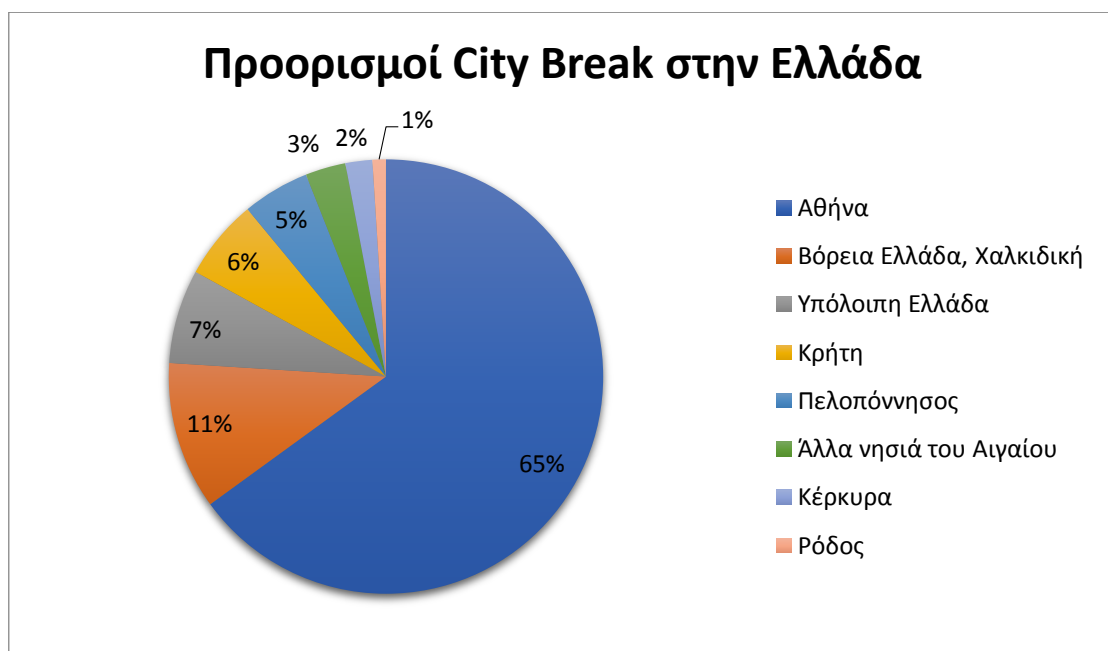
1. Επίσκεψη σε αξιοθέατα 72%
2. Επίσκεψη πόλεων 60%
3. Εξερεύνηση τοπίου 56%
4. Χαλάρωση 51%
5. Επίσκεψη σε μουσεία και εκθέσεις 38%
6. Απόλαυση φαγητού και ποτού 37%

7. Γνωρίζοντας τον τρόπο ζωής 34%
8. Εξερεύνηση φύσης 26%
9. Κολύμβηση / Ηλιοθεραπεία 25%
10. Περιπετειώδης εμπειρίες 14%
11. Λοιπά 2%

City Break

Το City Break αφορά ταξίδια τα οποία έχουν σύντομη διάρκεια από 2 έως 3 ημέρες και έχουν σκοπό την επίσκεψη σε διάφορα αξιοθέατα της πόλης αλλά και τη συμμετοχή σε διάφορες εκδηλώσεις αυτής. Η τουριστική περίοδος για τη συγκεκριμένη κατηγορία είναι όλη η διάρκεια του έτους, με μήνες αιχμής τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούνιο και Ιούλιο, καθώς επίσης και το Σεπτέμβριο με τον Οκτώβριο. Η κατηγορία του City Break μπορεί να συνδυαστεί και με όλες τις παραπάνω κατηγορίες.

Το City Break στην Ελλάδα, όπως φαίνεται από το παρακάτω διάγραμμα, έχει ως βασικό προορισμό την Αθήνα και σε δεύτερη θέση έρχεται η Βόρεια Ελλάδα με τη Χαλκιδική.



Εικόνα 15: Προορισμοί City Break στην Ελλάδα, 2016, ΙΝΣΕΤΕ

Το προφίλ των συγκεκριμένων τουριστών έχει ως εξής:

- Το 80% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 25 – 64 ετών με ιδιαίτερα υψηλό το ποσοστό (26%) την ηλικία 35-44 έτη.
- Το 78% έχει εισόδημα άνω του μέσου όρου της χώρας από την οποία προέρχεται.
- Το 72% κατέχει ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης.

Η Μέση δαπάνη ανά ταξίδι ανέρχεται στα 1.137€, ενώ την ίδια στιγμή η μέση ημερήσια δαπάνη ανέρχεται στα 132€. Οι κύριες δραστηριότητες που επιλέγουν να κάνουν οι τουρίστες της συγκεκριμένης κατηγορίας είναι οι εξής:

- 1) Επίσκεψη σε αξιοθέατα 70%
- 2) Χαλάρωση κι απόλαυση ατμόσφαιρας 66%
- 3) Απόλαυση φαγητού και ποτού 52%
- 4) Επίσκεψη σε μουσεία και εκθέσεις 48%
- 5) Ψώνια 40%
- 6) Επίσκεψη σε πάρκα 20%
- 7) Νυχτερινή ζωή 10%

M.I.C.E.

Η κατηγορία του M.I.C.E. αφορά τα παραδοσιακά επαγγελματικά ταξίδια, συναντήσεις (Meetings) ταξίδια κινήτρων (Incentives), ταξίδια για συμμετοχή σε συνέδρια (Conferences) και εκθέσεων (Exhibitions). Δυστυχώς είναι άλλη μια κατηγορία που χαρακτηρίζεται από το φαινόμενο της εποχικότητας, με τους μήνες αιχμής να είναι από το Μάρτιο μέχρι και τον Ιούνιο και από το Σεπτέμβριο μέχρι και τον Οκτώβριο. Παρ' όλα αυτά, το M.I.C.E. αποτελεί το κύριο μέσο για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Οι βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδας στη συγκεκριμένη κατηγορία είναι οι εξής χώρες:

- Ιταλία
- Ισπανία

- Γερμανία
- Γαλλία
- Πορτογαλία
- Ηνωμένο Βασίλειο
- Κύπρος
- Αυστρία

Τα βασικότερα κριτήρια για την επιλογή του τόπου όπου θα διεξαχθεί ένα συνέδριο είναι τα εξής:

- Τοποθεσία
- Προσβασιμότητα
- Ποιότητα Υπηρεσιών
- Σχέση ποιότητας με τιμή
- Ίντερνετ
- Επάρκεια και ποιότητα συνεδριακής και ξενοδοχειακής υποδομής
- Εικόνα και κύρος του προορισμού

Σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα, τα συνέδρια κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στο M.I.C.E. τουρισμό. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης ότι τα ταξίδια κινήτρων έχουν σημειώσει μεγάλη αύξηση (80%) τα τελευταία χρόνια.

Τα τρία βασικότερα είδη συνεδρίων είναι:

- Ιατρικά – Φαρμακευτικά: 17,2%
- Τεχνολογίας – Επικοινωνίες: 14,5%
- Επιστημονικά: 13,0%



Εικόνα 16: Μερίδιο αγοράς M.I.C.E. ανά κατηγορία, 2016, ΙΝΣΕΤΕ

Η Μέση Δαπάνη ανά επισκέπτη M.I.C.E. ανέρχεται στα 757€ ενώ η Μέση Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανέρχεται στα 143€. Επίσης, η Μέση διάρκεια Παραμονής είναι μεταξύ 4 και 5 ημερών.

Οδικός τουρισμός

Ο οδικός τουρισμός είναι χαμηλού κόστους τουριστικό προϊόν και αφορά κυρίως γειτονικές χώρες που έχουν εύκολη οδική πρόσβαση. Μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες κατηγορίες όπως το «Ήλιος και Θάλασσα», το «City Break» και το «Πολιτιστικό και Θρησκευτικό Τουρισμό». Πρόκειται για άλλη μια κατηγορία τουριστικού προϊόντος που χαρακτηρίζεται από το φαινόμενο της εποχικότητας.

Ο πιο δημοφιλής προορισμός αναδεικνύεται η Βόρεια Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα οι κυριότεροι προορισμοί μέσα από τον οδικό τουρισμό είναι:

- Χαλκιδική
- Θεσσαλονίκη
- Αλεξανδρούπολη
- Θάσος
- Σαμοθράκη
- Μαρώνεια
- Πιερία

Οι κύριες χώρες προέλευσης τουριστών για τη συγκεκριμένη κατηγορία είναι οι εξής

- Βουλγαρία
- Ρουμανία
- Σκόπια
- Αλβανία
- Τουρκία
- Σερβία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

2.1 Γενικά στοιχεία για την Αμερική

Οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (United States of America), οι οποίες έχουν και τα ονόματα USA, Ηνωμένες Πολιτείες, Αμερική και Η.Π.Α. αποτελούν την τρίτη μεγαλύτερη σε έκταση χώρα στη Γη, μετά τον Καναδά και τη Ρωσία. Η συνολική της επιφάνεια καταλαμβάνει 9.826.675 κυβικά χλμ. εκ των οποίων τα περισσότερα είναι ηπειρωτικής χώρας και τα υπόλοιπα είναι νερό. Επίσης, η ακτογραμμή της είναι 19.924 χλμ. Η Αμερική περιλαμβάνει 50 πολιτείες (όσα είναι και τα αστέρια στη σημαία της) και μια ομοσπονδιακή περιφέρεια, την Ουάσιγκτον (πρωτεύουσα της Αμερικής), οι οποίες βρίσκονται μεταξύ του Ατλαντικού Ωκεανού και του Ειρηνικού και συνορεύουν με το Μεξικό στα νότια και τον Καναδά στα βόρεια. Η Αλάσκα είναι στο βορειοδυτικό τμήμα της ηπείρου και η Χαβάη είναι αρχιπέλαγος στον μέσο Ειρηνικό. Η Αμερική καταλαμβάνει επίσης εδάφη στην Καραϊβική και τον Ειρηνικό.⁶

Όσον αφορά τον πληθυσμό της, σύμφωνα με τη μέση εκτίμηση πληθυσμού των Ηνωμένων Εθνών για το 2020, ανέρχεται σε 1.023.000.000 κατοίκους με τους περισσότερους να βρίσκονται στη Βόρεια Αμερική. Αξιοσημείωτη είναι η σύνθεσή του καθώς αποτελείται από απογόνους μεγάλων εθνοτικών ομάδων οι οποίες είναι:

- Ευρωπαίοι (Ισπανοί, Άγγλοι, Γάλλοι, Γερμανοί, Ολλανδοί, Ιταλοί)
- Ιθαγενείς της Αμερικής (Ινδιάνοι, Ινουίτ)
- Αφρικανοί
- Ασιάτες
- Μεσανατολίτες
- Μεστίζο (μιγάδες με μεικτή ιθαγενή και ευρωπαϊκή καταγωγή)
- Μουλάτο (μιγάδες με αφρικανική και ευρωπαϊκή καταγωγή)
- Μιγάδες Καφούσο (με μεικτή αφρικανική και ιθαγενή καταγωγή)

Οι περισσότεροι ζουν στη Λατινική Αμερική όπου η γλώσσα τους είναι η ισπανική και η πορτογαλική. Στη Βόρεια Αμερική επικρατεί η αγγλική γλώσσα και στον Καναδά η γαλλική. Να σημειωθεί πως οι ισπανόφωνοι εκτιμάται ότι αποτελούν το 15,1% του συνολικού πληθυσμού, μετά

⁶ Πηγή: Zinn Howard, (2008), Ιστορία του λαού των Ηνωμένων Πολιτειών, Εκδόσεις Αιώρα

το 82% των πολιτών που μιλάνε αγγλικά. Υπάρχουν και άλλες ομιλούμενες γλώσσες σε μικρότερα ποσοστά όπως η ινδο-ευρωπαϊκή (3,8%) και τα ασιατικά (2,7%).

Στην Αμερική το πολίτευμα που υπάρχει είναι η Ομοσπονδιακή Προεδρική Συνταγματική Δημοκρατία, όπου η πλειοψηφία κυβερνά αλλά διατηρείται το δικαίωμα της μειοψηφίας από τον νόμο. Η κυβέρνηση ορίζεται από το Σύνταγμα των Η.Π.Α. και τα καθήκοντα της τοπικής αυτοδιοίκησης διαχωρίζονται μεταξύ των κομητειακών και των δημοτικών κυβερνήσεων. Η ομοσπονδιακή κυβέρνηση αποτελείται από 3 κλάδους. Πρώτον, το νομοθετικό, το Κογκρέσο δηλαδή που απαρτίζεται από τη Γερουσία και τη Βουλή των Αντιπροσώπων. Έπειτα, τον εκτελεστικό όπου περιλαμβάνει τον πρόεδρο, στην προκειμένη περίπτωση τον Joe Biden που εκλέχτηκε το 2021 και τέλος τον δικαστικό όπου έγκειται το Ανώτατο Δικαστήριο και τα κατώτερα ομοσπονδιακά. Το νομικό σύστημα στην Αμερική είναι βασισμένο στο Αγγλικό Δίκαιο και τα πολιτικά κόμματα είναι των Δημοκρατικών, των Ρεπουμπλικάνων, των Πράσινων και των Φιλελεύθερων.

Η οικονομία της Αμερικής είναι η μεγαλύτερη παγκοσμίως και το ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν) της το 2018 ανήλθε σε 20,54 τρισεκατομμύρια δολάρια και το κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε 62.794,59 δολάρια. Επίσημο νόμισμα έχει το δολάριο (\$) και σε χαρτονομίσματα κυκλοφορούν του 1\$, των 2\$, των 5\$, των 10\$, των 20\$, των 50\$ και των 100\$. Σε κέρματα υπάρχουν το 1 cent, των 5 cents, των 10 cents, των 25 cents, των 50 cents και το 1\$, εκ των οποίων τα δυο τελευταία είναι σπάνια.

Η ιστορία της χώρας αυτής έχει ως εξής. Οι ιθαγενείς της Αμερικής μετανάστευσαν από την Ασία πριν από 40.000 ως 12.000 χρόνια, οι οποίοι είναι γνωστοί ως Ινδιάνοι. Το 1607 ιδρύθηκε η πρώτη αποικία των Άγγλων και οι αμερικανικές αποικίες ήταν στην κατοχή τους, μέχρι τις 4 Ιουλίου το 1776 όπου κηρύχθηκε η ανεξαρτησία της μέσω της Αμερικανικής Επανάστασης. Στη συνέχεια προσήλθαν πολλοί λαοί από την Ευρώπη και λόγω πολέμων και επιδημιών οι περισσότεροι Ινδιάνοι αποδεκατίστηκαν. Έπειτα, από το 1861 και για 4 χρόνια έλαβε χώρα ο Αμερικανικός Εμφύλιος Πόλεμος, γνωστός και ως πόλεμος των Βόρειων και των Νότιων, όπου τελικά νίκησαν οι πρώτοι. Στο τέλος του 19^{ου} αιώνα, υπήρξε ένα μεγάλο μεταναστευτικό ρεύμα από την Ευρώπη όπου και ξεκίνησε η άνοδος της αμερικανικής οικονομίας. Επίσης, η Αμερική είχε μεγάλο ρόλο συμμετοχής στον Α' και στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ενώ πήρε μέρος και στο Ψυχρό Πόλεμο.⁷

⁷ Πηγή: <https://www.versustravel.eu/country/28/inomenes-politeies-amerikis-ipa>

2.2. Η παραγωγή και η οικονομία της Αμερικής

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η Αμερική αποτελεί τη μεγαλύτερη οικονομική δύναμη παγκοσμίως. Αν και γενικά έχει υψηλό βιοτικό επίπεδο, υπάρχουν πολλοί άνθρωποι που ζουν στα όρια της φτώχειας. Οι περισσότεροι Αμερικανοί ασχολούνται με τη βιομηχανική παραγωγή αλλά και τη γεωργία, ιδιαίτερα με την καλλιέργεια του σιταριού, του καλαμποκιού και του βαμβακιού. Επιπλέον, οι Η.Π.Α. είναι δεύτερες στη θέση κατάταξης όσον αφορά την παραγωγή πετρελαίου αλλά σημαντική είναι και η παραγωγή ενέργειας και ορυκτού πλούτου. Η βιομηχανία της Αμερικής παράγει περίπου το ¼ των προϊόντων σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ υπάρχουν επίσης πολλά μεταλλουργία στις ατλαντικές ακτές κυρίως. Όσον αφορά την αυτοκινητοβιομηχανία είναι ακόμα ένας κλάδος που έχει μεγάλη ανάπτυξη αλλά και τομείς όπως η υφαντουργία, η ναυπηγία και η αεροναυπηγία συνεχίζουν την θετική εξέλιξή τους. Η θέση των Η.Π.Α. στο διεθνές εμπόριο είναι σημαντικής σημασίας αν και το εξαγωγικό εμπόριο δεν επηρεάζει την οικονομία τους τόσο πολύ. Τέλος, το Σικάγο και η Νέα Υόρκη αποτελούν εδώ και χρόνια κάποια από τα μεγαλύτερα τραπεζικά οικονομικά κέντρα.⁸

Στη συνέχεια, θα παρουσιαστούν κάποια βασικά στοιχεία για την οικονομία της Αμερικής κυρίως του έτους 2018. Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας με τους βασικούς μακροοικονομικούς δείκτες όπως το ΑΕΠ, η ανεργία, το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και τις εισαγωγές και εξαγωγές αγαθών. Τα 3 πρώτα τρίμηνα του 2018 αυξήθηκε το πραγματικό ΑΕΠ κατά 3,2% και μειώθηκε η ανεργία από 4,4% σε 3,9% γεγονός που βοήθησε η διατήρηση ενός υγιούς επιπέδου ιδιωτικής κατανάλωσης αλλά και η συνέπεια της υιοθέτησης των φορολογικών μεταρρυθμίσεων. Επιπλέον, η συμβολή στο ΑΕΠ των εξαγωγών και των δημόσιων δαπανών ήταν θετική, ενώ ο ρυθμός ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας ήταν αυξημένος κατά 3% το 2018 σε σχέση με το 2017. Οι εισαγωγές αυξήθηκαν από 2,902 τρισ. \$ σε 3,128 τρισ. \$ και ο ονομαστικός πληθωρισμός σημείωσε επιβράδυνση το δεύτερο τρίμηνο του 2018 και το πρώτο τρίμηνο του 2019, ενώ ο διαρθρωτικός πληθωρισμός παρέμεινε σε σταθερά επίπεδα.

Επίσης, η Επιτροπή Federal Reserve Open Market Committee όρισε στο τέλος του 2018 διακύμανση του επιτοκίου βραχυπρόθεσμου διατραπεζικού δανεισμού 2,25-2,5%, ώστε ο πληθωρισμός να φτάσει το 2%. Η ανακοίνωση της αύξησης των μισθών 2 φορές οδήγησε στην ενίσχυση της εθνικής οικονομίας και το 2018 δημιουργήθηκαν 2,6 εκατ. νέες θέσεις εργασίας, ενώ

⁸ Πηγή: <http://www.aerologio.gr/o%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B7%CF%80%CE%B1/>

το ποσοστό απασχόλησης ήταν στο 63,1%. Όσο για το έλλειμμα προϋπολογισμού της ομοσπονδιακής κυβέρνησης ήταν το 2018 στο 3,8% του ΑΕΠ και το δημόσιο χρέος σημείωσε αύξηση κατά 7,4%.

Στον πίνακα 10 παρουσιάζεται η συμβολή των τομέων οικονομίας στο ΑΕΠ της Αμερικής, όπου παρατηρεί κάποιος πως ο ιδιωτικός τομέας το 2018 συνέβαλε στο 87,8% του ΑΕΠ και το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο νούμερο είναι 12,6% των χρηματοπιστωτικών, μεσιτικών και ασφαλιστικών υπηρεσιών, ποσοστό μειωμένο όμως σε σχέση με τα δυο προηγούμενα έτη. Ο δημόσιος τομέας και η μεταποίηση είναι άλλοι δυο κλάδοι που έχουν μεγάλη συμβολή στο ΑΕΠ (12,2% και 11,4 αντίστοιχα). Ακολουθεί η πολιτεία και η τοπική αυτοδιοίκηση στο 8,8% και η εκπαίδευση, η υγεία και οι υπηρεσίες κοινωνικής μέριμνας στο 8,7%.

	2016	2017	2018
Πραγματικό ΑΕΠ (δισ. \$)	17.659,2	18.050,7	18.566,4
Ρυθμός ανάπτυξης (%)	1,5	2,3	2,9
Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (χιλ. \$)	57,904.2	59,927.9	62,480.1
Ανεργία (%)	4,9	4,4	3,9
Πληθωρισμός (%)	1,2	1,9	1,9
Δημόσιο χρέος (% ΑΕΠ)	107,1	107,8	105,3
Ισοζύγιο γενικής κυβέρνησης (έλλειμμα, % ΑΕΠ)	-5.30	-4,15	Μ/Δ
Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (% ΑΕΠ)	-2,43	-2,40	-2,38
Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (δισ. \$)	-451,6	-466,2	-488,4
Εξαγωγές προϊόντων- υπηρεσιών (τρισ. \$)	2,215	2,352	2,501
Εισαγωγές προϊόντων- υπηρεσιών (τρισ. \$)	2,717	2,902	3,128
Βραχυπρόθεσμο επιτόκιο	0,6	1,1	2,19
Μακροπρόθεσμο επιτόκιο	1,8	2,3	2,9

Πίνακας 9: Βασικοί μακροοικονομικοί δείκτες Αμερικής⁹

	2016	2017	2018
Ακαθάριστο Εγχώριο	100,0	100,0	100,0

⁹Πηγή:

<http://www2.mfa.gr/inf/files/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%95%CE%99%CE%A9%CE%9D%20%CE%9F%CE%95%CE%A5%20%CE%97%CE%A0%CE%91%20-%202018%20us.pdf>

Προϊόν			
Ιδιωτικός τομέας	87,1	87,3	87,8
Γεωργία, δασοκ., αλιεία	1,0	0,9	0,8
Εξόρυξη	1,4	1,7	1,6
Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας	1,5	1,5	1,6
Κατασκευές	4,3	4,3	4,1
Μεταποίηση	11,7	11,6	11,4
Χονδρεμπόριο	5,9	5,9	6
Λιανεμπόριο	5,9	5,9	5,5
Μεταφορές και αποθήκευση	3,0	3,0	3,2
Ενημέρωση	4,9	4,8	5,5
Χρηματοπ., ασφαλιστικές, μεσιτικές υπηρεσίες	20,9	20,9	12,6
Επαγγελματικές, επιστημονικές, τεχνικές δραστηριότητες	12,1	12,1	7,6
Εκπαίδευση, υγεία, υπηρεσίες κοινωνικής μέριμνας	8,4	8,4	8,7
Τέχνες, ψυχαγωγία, εστίαση, φιλοξενία	4,0	4,0	4,1
Άλλες υπηρεσίες (όχι δημόσιες)	2,2	2,2	2,1
Δημόσιος τομέας	12,9	12,7	12,2
Ομοσπονδία	4,0	3,9	3,7
Πολιτεία και τοπική αυτοδιοίκηση	8,9	8,9	8,8

Πίνακας 10: Συμβολή τομέων οικονομίας στο ΑΕΠ στην Αμερική¹⁰

Στη συνέχεια θα αναφερθούν η οικονομική και η εμπορική πολιτική της Αμερικής που εφαρμόστηκε το 2018 υπό την κυβέρνηση Trump, σύμφωνα με στοιχεία που έχει δημοσιεύσει στην

¹⁰Πηγή:

<http://www2.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%95%CE%99%CE%A9%CE%9D%20%CE%9F%CE%95%CE%A5%20%CE%97%CE%A0%CE%91%20-%202018%20us.pdf>

ιστοσελίδα του το Υπουργείο Εξωτερικών της Ελλάδας σε συνεργασία με το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Ουάσιγκτον.

Αρχικά, μειώθηκε το κόστος κεφαλαίου και αυτό έδωσε ώθηση στις επιχειρήσεις για αύξηση των κεφαλαιουχικών δαπανών τους και των προσλήψεων. Οι φορολογικές ελαφρύνσεις αποπροσανατόλισαν τις αμερικάνικες επενδύσεις προς την εγχώρια αγορά και αυτές του εξωτερικού μειώθηκαν κατά 148 δισ. \$. Επίσης, αυξήθηκαν οι μισθοί και το ποσοστό απασχόλησης λόγω της μεγέθυνσης ευκαιριών απασχόλησης για κάθε Αμερικανό, ενώ δεν υπήρξε κάποια ιδιαίτερη κρατική παρέμβαση στον κλάδο της υγειονομικής περίθαλψης και ασφάλισης. Μια ακόμα οικονομική πολιτική της Αμερικανικής Κυβέρνησης ήταν η απελευθέρωση του δυναμικού της αμερικανικής ενέργειας, η εκμετάλλευση δηλαδή στο έπακρο των ενεργειακών πηγών της. Πιο αναλυτικά, η παραγωγή άνθρακα παρουσίασε σταθερές τιμές το 2017 και το 2018, ενώ οι εξαγωγές φυσικού αερίου αυξήθηκαν και η Αμερική αποτελεί τον μεγαλύτερο παραγωγό αργού πετρελαίου σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακόμα, θεσπίστηκε ο νόμος “Economic Growth, Regulatory Relief and Consumer Protection Act of 2018” ο οποίος αποδεσμεύει τις μικρομεσαίες τράπεζες από τις διατάξεις του νόμου Dodd-Frank, του νόμου δηλαδή που θέτει τη ρύθμιση της χρηματοπιστωτικής βιομηχανίας στα χέρια της κυβέρνησης. Ακόμα, οι Η.Π.Α. δεσμεύτηκαν για την επανεκπαίδευση 6,5 εκατ. εργαζομένων στην πληροφορική, στην τεχνολογία και στον κλάδο των αυτοματισμών. Τέλος, βελτιώθηκε η ποιότητα ζωής στις κοινωνικές τάξεις με χαμηλά εισοδήματα λόγω κάποιων εργασιακών μεταρρυθμίσεων και της αύξησης της απασχόλησης. Συγκεκριμένα οι Αμερικανοί που ζουν σε συνθήκες επισιτιστικής ανασφάλειας μειώθηκαν σε 11,8% το 2017 από το 12,3% που ήταν το 2016.

Όσον αφορά την εμπορική πολιτική των Η.Π.Α., η κυβέρνηση Trump ακολούθησε μιας διαφορετικής μορφής σε σχέση με αυτή που είχε η Αμερική τα προηγούμενα χρόνια. Όταν ανέλαβε ο συγκεκριμένος πρόεδρος αντιμετώπισε ένα προβληματικό σύστημα παγκοσμίου εμπορίου, μιας και κάποιες χώρες εφάρμοζαν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και ενθάρρυναν τις επενδύσεις σε χώρες με κατώτερες προδιαγραφές παραγωγής. Έτσι, ο Πρόεδρος Trump επέβαλε δασμούς και αναθεώρησε κάποιους όρους χορήγησης προτιμησιακών εμπορικών καθεστώτων, ενώ απέσυρε την Αμερική από ασύμφορες εμπορικές συμφωνίες που είχαν γίνει στο παρελθόν, όπως αυτή του Σύμφωνου Χωρών Ειρηνικού (TPP). Επιπλέον, επαναδιαπραγματεύθηκε νέους όρους και δημιούργησε νέες συνεργασίες με την Νότια Κορέα και τον Καναδά και το Μεξικό.

Να σημειωθεί πως το 2017 η Κίνα ήταν η τρίτη μεγαλύτερη εξαγωγική αγορά προϊόντων της Αμερικής, αφού οι εξαγωγές υπηρεσιών των Η.Π.Α. έφτασε τα 57,6 δισ. \$ και αυτές της Κίνας τα

17,4 δισ. \$. Οι επενδύσεις των Ηνωμένων Πολιτειών στη χώρα αυτή άγγιξαν τα 107,6 δισ. \$ το 2017. Όσο για το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου με την Ευρωπαϊκή Ένωση ανήλθε το 2018 σε 169,3 δισ. \$ και οι εξαγωγές της Ε.Ε. στις Η.Π.Α. έφτασαν τα 487,9 δισ. \$ το ίδιο έτος. Επίσης, οι αμερικανικές επενδύσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν στα 3,2 τρισ. \$ το 2017.

Τέλος, οι μεγαλύτερες αυξήσεις των προϊόντων και υπηρεσιών εξαγωγής ήταν στις βιομηχανικές προμήθειες, στα κεφαλαιουχικά προϊόντα και στις επιχειρηματικές υπηρεσίες, ενώ σε αυτά της εισαγωγής ήταν στον τουρισμό, στις μεταφορές και στις ασφαλιστικές υπηρεσίες. Οι 5 μεγαλύτεροι εμπορικοί εταίροι της Αμερικής το 2018 ήταν η Κίνα, ο Καναδάς, το Μεξικό, η Ιαπωνία και η Γερμανία.¹¹

2.3 Εισερχόμενος τουρισμός από τις Η.Π.Α. στην Ελλάδα

Οι Η.Π.Α. το 2019 βρέθηκαν στην 3^η θέση ως προς τα έσοδα, στην 5^η θέση ως προς τον αριθμό των διανυκτερεύσεων και στην 7^η θέση ως προς τον αριθμό των επισκεπτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι διεθνείς μετακινήσεις των Αμερικανών περιορίζονται λόγω της μεγάλης ανταγωνιστικότητας της εγχώριας αγοράς και της μικρής περιόδου άδειας που έχουν στη διάθεσή του (10-15 ημέρες). Επιπλέον, το ποσοστό των Αμερικανών που διαθέτουν διαβατήριο είναι χαμηλό (44,9%). Μεγάλο ρόλο παίζει και η αλλαγή στις τουριστικές προτιμήσεις. Πιο αναλυτικά, σύμφωνα με το Phocuswright's U.S Consumer Travel Report, το 2015 οι Αμερικανοί δεν θεωρούσαν τον τουρισμό ως προτεραιότητα. Στη λίστα με τις προτιμήσεις τους ερχόταν 5^{ος} έπειτα από τη νυχτερινή ζωή, τη βελτίωση της κατοικίας, τις αγορές ηλεκτρονικών συσκευών και τέλος την ψυχαγωγία και τον αθλητισμό. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, το 2017 ο τουρισμός ανήλθε στην 4^η θέση. Τέλος, την επόμενη χρονιά αναρριχήθηκε στην 2^η θέση των προτιμήσεών τους, γεγονός που φανερώνει ότι ο τουρισμός αποκτά ολοένα και πιο σημαντική θέση στο μυαλό του Αμερικανού καταναλωτή. Σύμφωνα με στοιχεία της UNWTO, το 2018 η Ελλάδα αποτελούσε τον 19^ο πιο δημοφιλή προορισμό για ταξίδια από τις Η.Π.Α. καθώς επίσης και τον 3^ο πιο

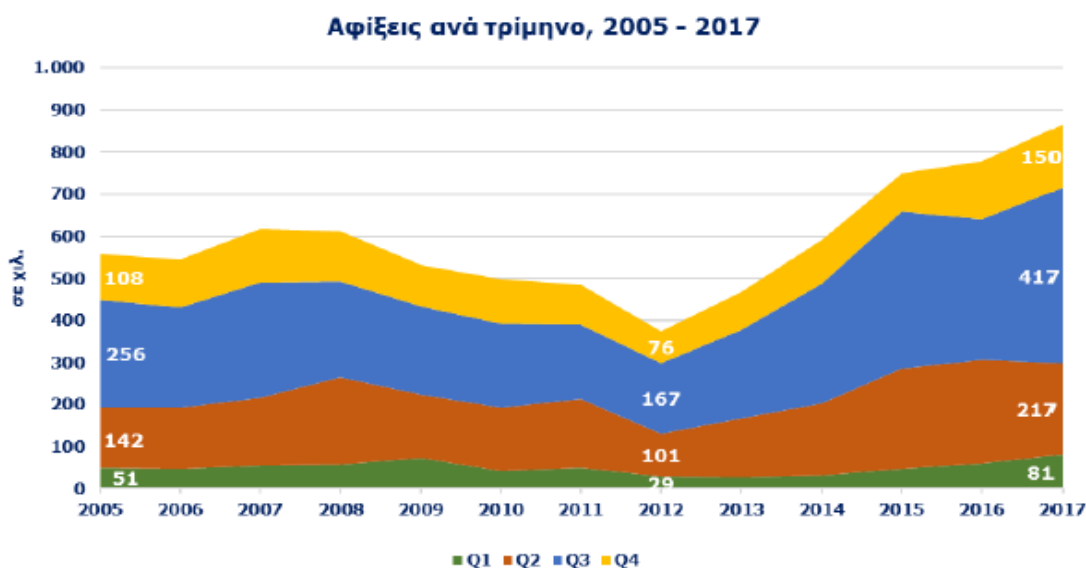
¹¹Πηγή:

<http://www2.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%95%CE%99%CE%A9%CE%9D%20%CE%9F%CE%95%CE%A5%20%CE%97%CE%A0%CE%91%20-%202018%20us.pdf>

δημοφιλή προορισμό στη Μεσόγειο.¹² Επίσης, το 2016 η Ελλάδα ήταν ο 25^{ος} πιο δημοφιλής προορισμός για τα εξερχόμενα ταξίδια και για ακόμα μια φορά ο 3^{ος} πιο δημοφιλής στη Μεσόγειο. Αυτό αναδεικνύει την αυξητική τάση στις προτιμήσεις των Αμερικανών για ταξίδια με προορισμό την Ελλάδα. Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εξερχόμενων ταξιδιών τους πραγματοποιείται στις γειτονικές χώρες του Μεξικού (40%) και του Καναδά (16,3%).

Στη συνέχεια, θα αναλυθούν τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού από τις Η.Π.Α., όπως ο γενικός εισερχόμενος αριθμός τουριστών, τα έσοδα και οι διανυκτερεύσεις. Επίσης, θα παρουσιαστούν η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη, η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση και η Μέση Διάρκεια Παραμονής.

Ο εισερχόμενος τουρισμός από τις Η.Π.Α. παρουσιάζει διάφορες διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια των ετών 2005 έως και 2017. Αρχικά, στην περίοδο 2005 – 2012 μειώθηκε κατά 32,8%, μιας και το 2005 ήταν 557 χιλ. και το 2012 έφτασε τις 374 χιλ. Στη συνέχεια, από το 2012 μέχρι και το 2017 σημείωσε αρκετά μεγάλη αύξηση της τάξεως του 131,4%, από 374 χιλ. το 2012 σε 865 χιλ. το 2017. Όπως και στο γενικό σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού έτσι και στις αφίξεις από τις Η.Π.Α. είναι έντονο το φαινόμενο της εποχικότητας. Το 2017 το 73,2% των συνολικών αφίξεων καταγράφηκε κατά την περίοδο του 2^{ου} και του 3^{ου} τριμήνου του έτους.

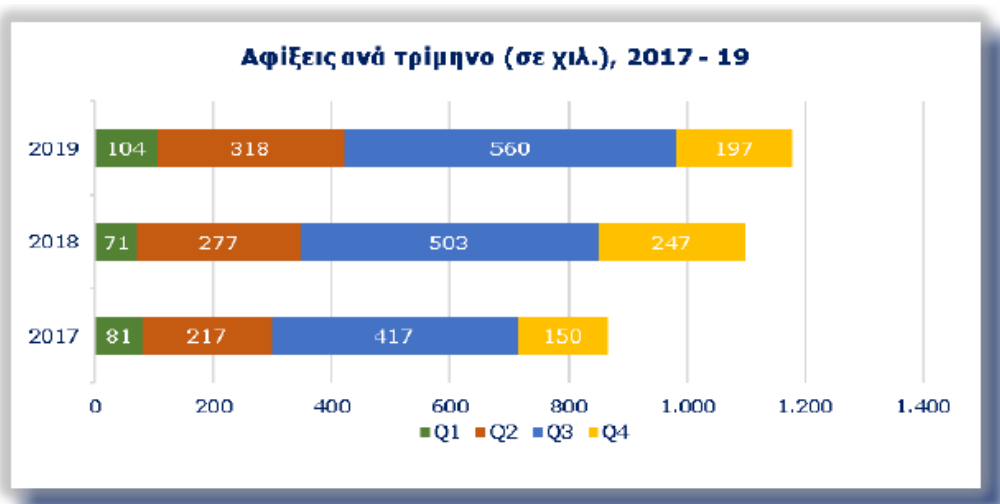


Εικόνα 17: Αφίξεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Κατά τη διάρκεια της επόμενης διετίας (2017 έως και 2019) οι εισερχόμενοι Αμερικανοί τουρίστες συνέχισαν την ανοδική τάση που είχαν καταγράψει από το 2012 και μετά. Πιο συγκεκριμένα, σημειώθηκε αύξηση 36,3% (από 865 χιλ. το 2017 σε 1,2 εκατ. το 2019). Επιπλέον,

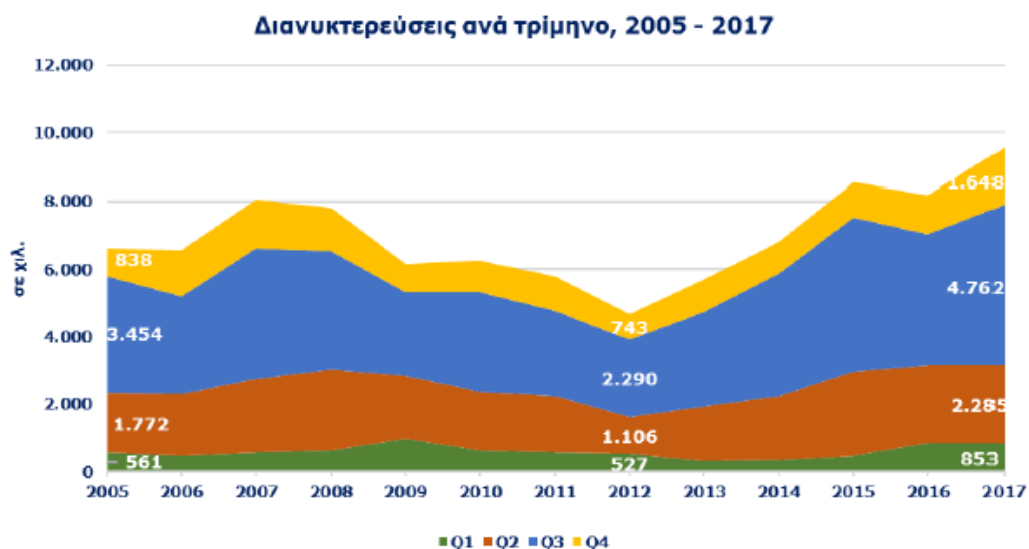
¹² Πηγή: <https://etravelnews.gr/ellada-tritos-agapimenos-proorismos-amerikanon/>

κατείχαν για το 2019 το 3,8% στο συνολικό εισερχόμενο τουρισμό έναντι του 3,2% το 2017. Και στα 3 αυτά χρόνια που μελετώνται, οι τουρίστες από την Αμερική προτιμούν τους καλοκαιρινούς μήνες για τις διακοπές τους στην Ελλάδα, αφού το 74,5% των συνολικών αφίξεων ήρθε κατά το 2^ο και 3^ο τρίμηνο των συγκεκριμένων ετών.



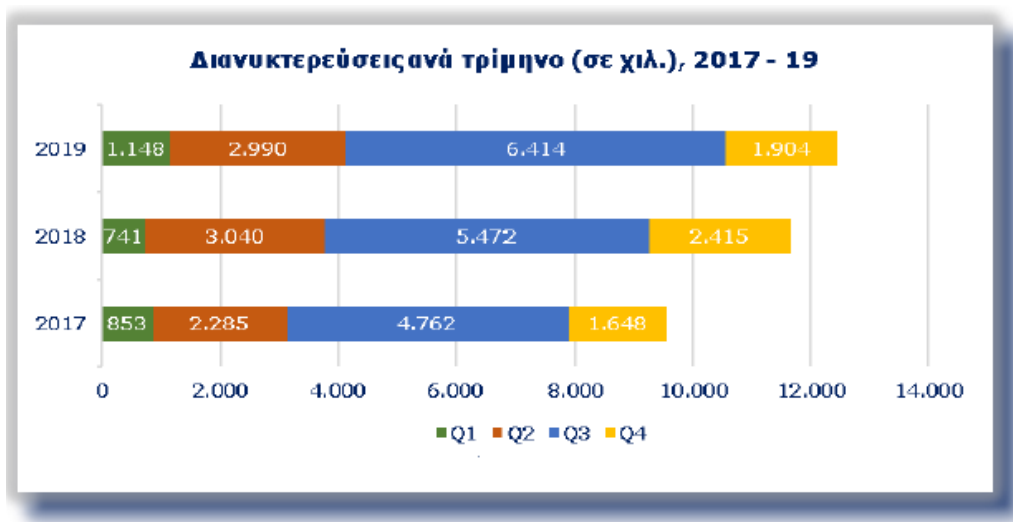
Εικόνα 18: Αφίξεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Όσον αφορά τις συνολικές διανυκτερεύσεις, το 2017 ανήλθαν στις 9.549 χιλ. σημειώνοντας αύξηση 44,1% από το 2005 όπου ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 6.626 χιλ. Επίσης, το ίδιο έτος κατείχαν το 4,6% των συνολικών διανυκτερεύσεων. Για άλλη μια φορά, το 73,8% έλαβε χώρα το 2^ο και 3^ο τρίμηνο, ενώ το 1^ο τρίμηνο κατέγραψε 8,9% και το 4^ο τρίμηνο 17,3%.



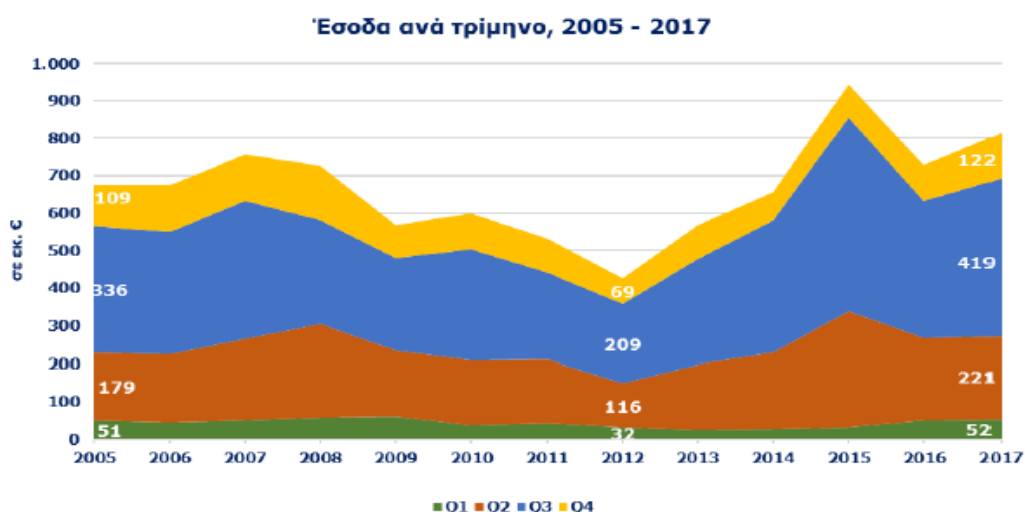
Εικόνα 19: Διανυκτερεύσεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Την επόμενη διετία, οι διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν αρκετά αγγίζοντας το 30,5%. Το 2019 οι συνολικές διανυκτερεύσεις από τις Η.Π.Α. ανήλθαν στις 12.457 χιλ. καταλαμβάνοντας το 5,4% του συνολικού μεριδίου. Επίσης, κατά το 2^ο και το 3^ο τρίμηνο του 2019 καταγράφηκε το 75,5% των συνολικών διανυκτερεύσεων, ενώ αντίστοιχα για το 1^ο και 4^ο τρίμηνο του 2019 βρισκόντουσαν στο 9,2% και στο 15,3%.



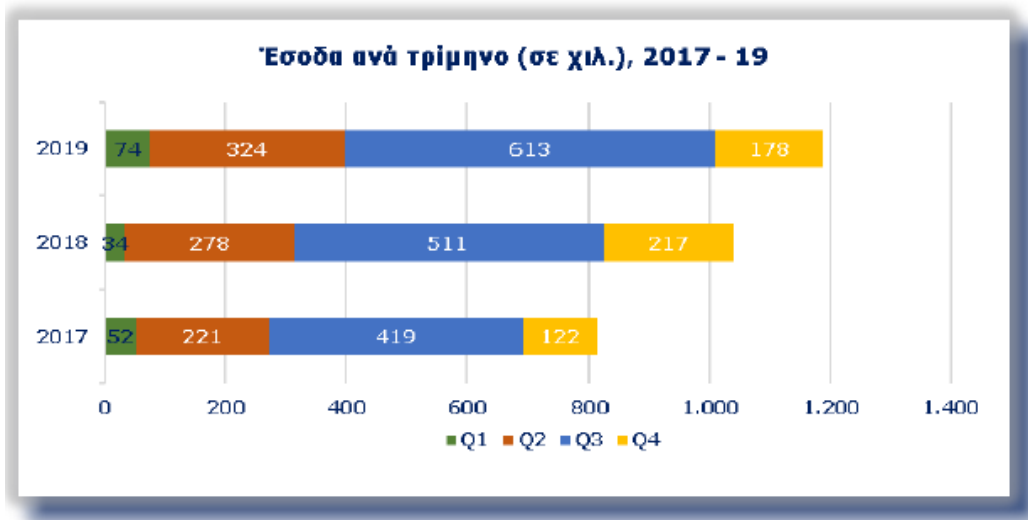
Εικόνα 20: Διανυκτερεύσεις των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Σε ανοδική τάση κινήθηκαν και τα συνολικά έσοδα από τον τουρισμό των Αμερικανών από το 2005 έως το 2017 καταγράφοντας αύξηση 20,7%. Το 2005 ήταν 674 εκατ. € και κατείχε το 5,9% στο συνολικό μερίδιο. Αντίστοιχα, το 2017 τα συνολικά έσοδα από τις Η.Π.Α. ανήλθαν στα 814 εκατ. € κατέχοντας το 5,7% του συνολικού μεριδίου. Και σε αυτή την κατηγορία είναι έντονο το φαινόμενο της εποχικότητας μιας και το 78,6% των συνολικών εσόδων για το 2017 ήταν κατά τη διάρκεια του 2^{ου} και του 3^{ου} τριμήνου.



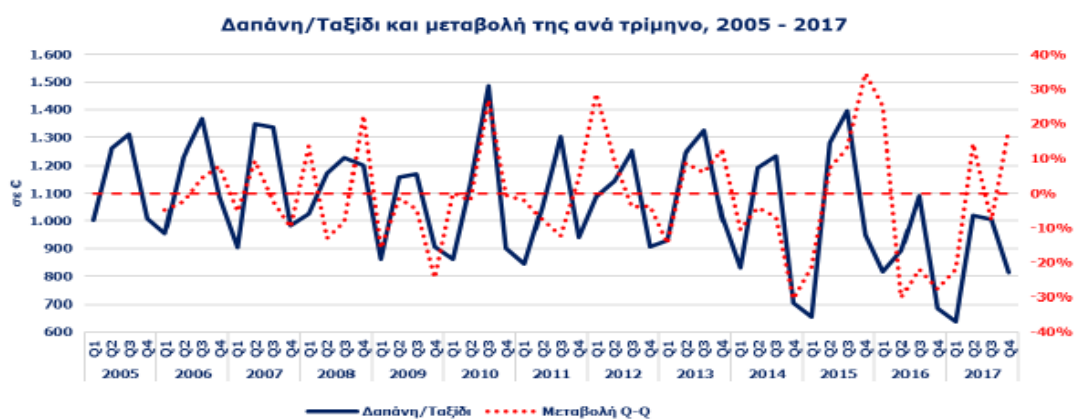
Εικόνα 21: Έσοδα των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Στην επόμενη διετία οι συνολικές εισπράξεις από τις Η.Π.Α. σημείωσαν μεγάλη αύξηση της τάξεως του 46,0% κατέχοντας το 6,7% του συνολικού μεριδίου της αγοράς. Τα συνολικά έσοδα για το 2019 ανήλθαν στα 1.189 εκατ. €. Πιο συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια του 2^{ου} και του 3^{ου} τριμήνου του 2019 καταγράφηκε το 78,8% των συνολικών εσόδων. Αντίστοιχα το 1^ο και το 4^ο τρίμηνο του 2019 καταγράφηκε το 6,2% και το 15%.



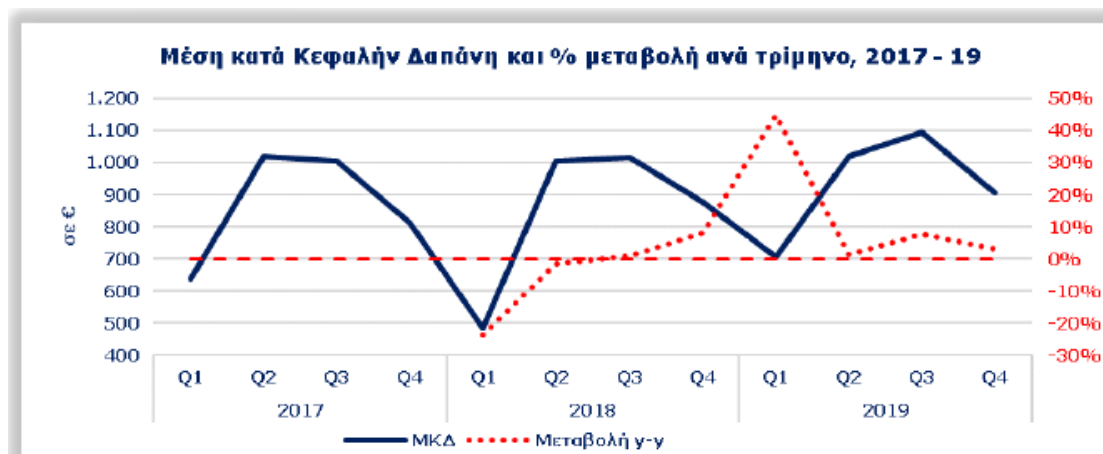
Εικόνα 22: Έσοδα των τουριστών από τις Η.Π.Α. ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη για το 2017, η οποία ανήλθε στα 941€ σημειώνοντας μείωση κατά 22,3% σε σχέση με το 2005 που ήταν στα 1.211€. Θα πρέπει όμως να αναφερθεί πως η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη από τις Η.Π.Α. είναι υψηλότερη κατά 80,2% σε σύγκριση με τη Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη που καταγράφεται στο σύνολο της χώρας. Από το 2005 έως και το 2015 κυμάνθηκε σε τιμές άνω των 1.000€. Από το 2015 μέχρι και το 2017 σημειώθηκαν τιμές κάτω των 1.000€. Η υψηλότερη τιμή ήταν το 2015 (1.257€), ενώ η χαμηλότερη ήταν το 2016 (935€).



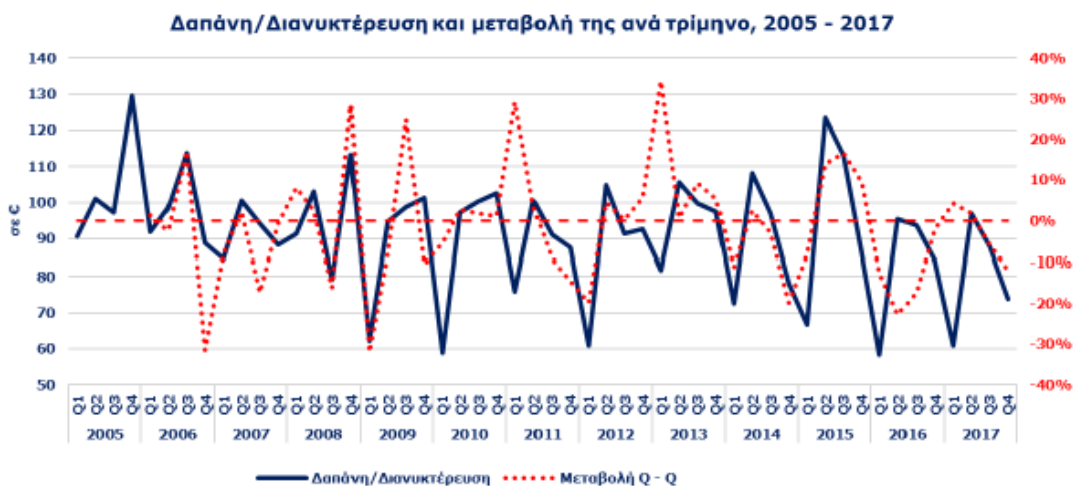
Εικόνα 23: Δαπάνη ανά ταξίδι και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Κατά τη διάρκεια της επόμενης διετίας, η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη σημείωσε αύξηση κατά 7,1% και από τα 94€ που είχε ανέλθει το 2017 έφτασε τα 1.008,2€ το 2019. Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη για το 2019 είναι υψηλότερη κατά 78,8% από αυτή που καταγράφηκε στο σύνολο της χώρας.



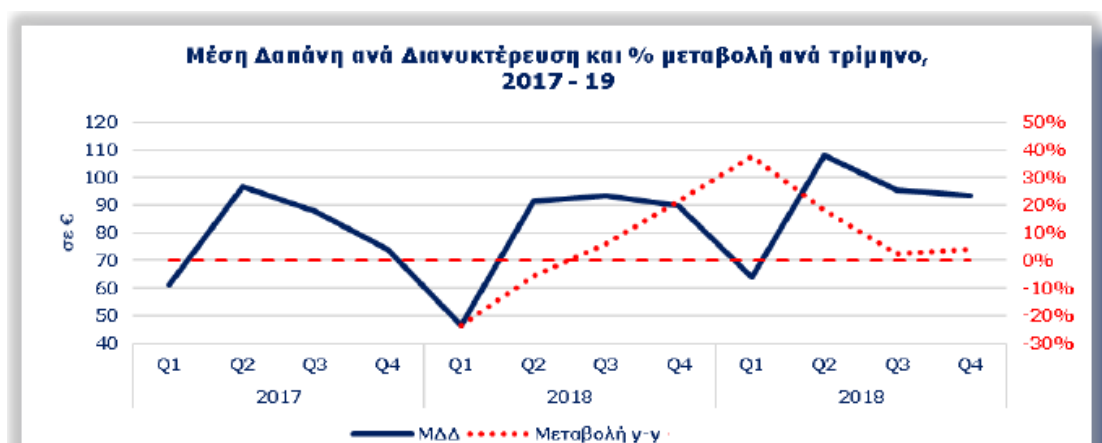
Εικόνα 24: Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Στη συνέχεια θα εξεταστεί η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση για την αγορά των Η.Π.Α., όπου το 2017 ανήλθε στα 85€, είναι δηλαδή κατά 26% υψηλότερη σε σχέση με τη Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση στο σύνολο της χώρας. Από το 2005 όμως έχει σημειωθεί μείωση κατά 16,2%, ενώ από το 2005 έως το 2017 υπάρχουν διάφορες διακυμάνσεις στη συγκεκριμένη τιμή με την υψηλότερη να σημειώνεται το 2015 (110€) και τη χαμηλότερη το 2017 (85€).



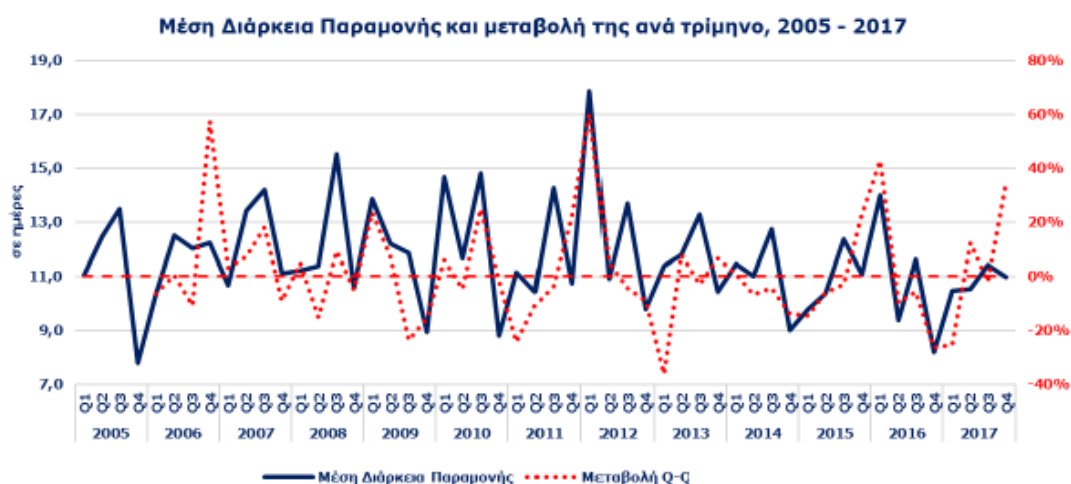
Εικόνα 25: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Αντίστοιχα για την επόμενη διετία η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση σημείωσε αύξηση κατά 11,9% σε σχέση με το 2017. Έτσι, για το 2019 ανήλθε στα 95,4€ και ήταν κατά 25,5% υψηλότερη σε σχέση με την αντίστοιχη που καταγράφηκε στο σύνολο της χώρας.



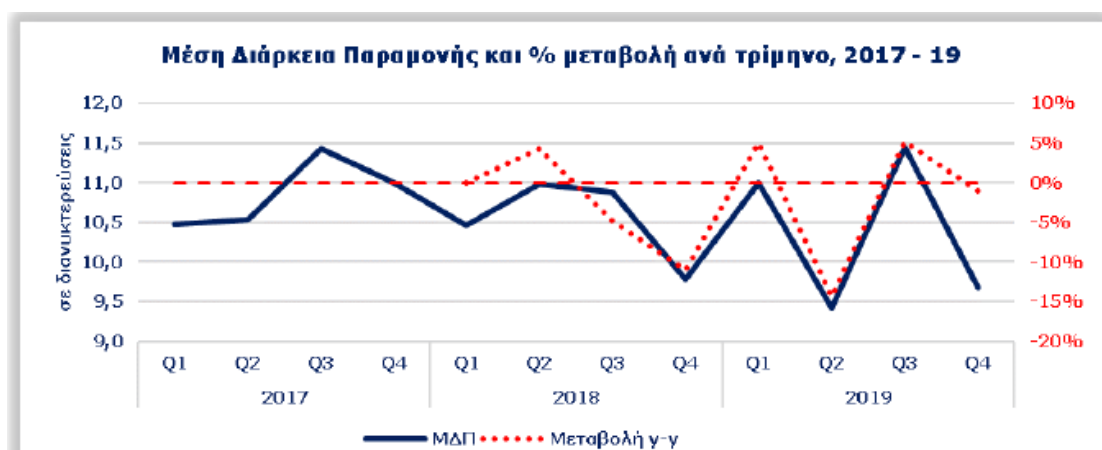
Εικόνα 26: Μέση Δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Το τελευταίο στοιχείο που μελετάται στον εισερχόμενο τουρισμό των Αμερικανών είναι η Μέση Διάρκεια Παραμονής, η οποία ανταποκρίνεται ιδιαίτερα θετικά σε σχέση με το μέσο όρο. Πιο συγκεκριμένα οι τουρίστες αυτοί διαμένουν κατά μέσο όρο 11 ημέρες, ενώ την ίδια στιγμή ο μέσος όρος παραμονής στην Ελλάδα είναι 7,7 ημέρες (43,1% υψηλότερος από το μέσο όρο). Από το 2005 έως και το 2017 η υψηλότερη τιμή σημειώθηκε το 2007 (13,1 ημέρες) ενώ η χαμηλότερη ήταν το 2016 (10,5 ημέρες).



Εικόνα 27: Μέση Διάρκεια Παραμονής και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2005-2017, ΙΝΣΕΤΕ

Τέλος, στην επόμενη διετία η Μέση Διάρκεια Παραμονής για τουρίστες με χώρα προέλευσης τις Η.Π.Α. παρουσίασε μείωση κατά 4,3%. Πιο συγκεκριμένα για το 2019 ήταν 10,6 διανυκτερεύσεις. Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι η Μέση Διάρκεια Παραμονής είναι 42,5% υψηλότερη για το 2019 σε σχέση με το μέσο όρο της χώρας που είναι 7,4 διανυκτερεύσεις.

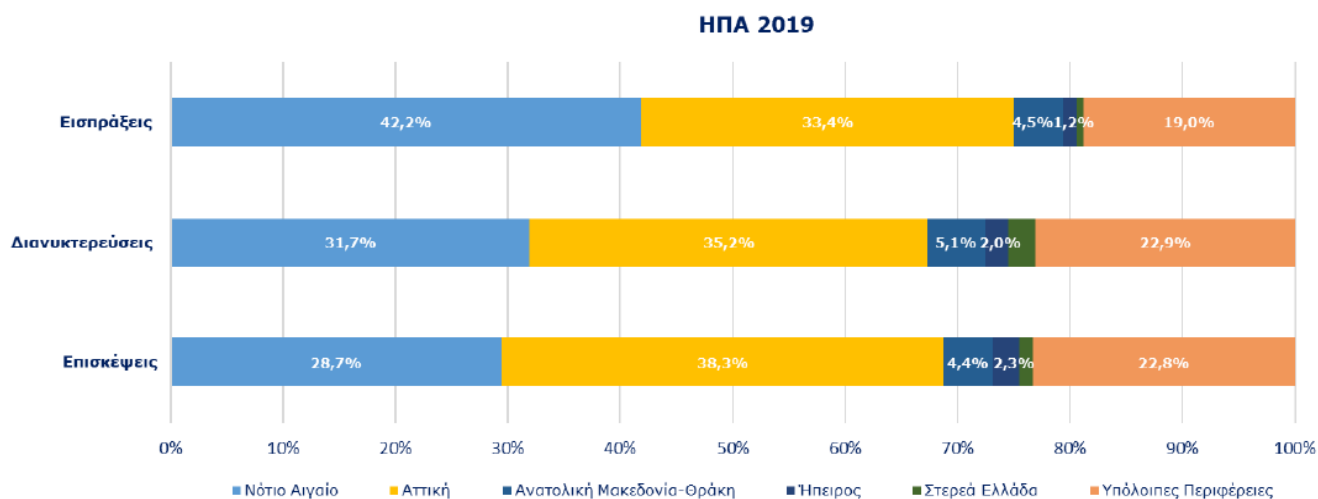


Εικόνα 28: Μέση Διάρκεια Παραμονής και μεταβολή της ανά τρίμηνο, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν οι περιφέρειες που επιλέγουν οι Αμερικανοί τουρίστες όταν επισκέπτονται την Ελλάδα, όπου συνήθως επιλέγουν 5 συγκεκριμένες για να περάσουν το χρόνο των διακοπών τους και αυτές είναι:

1. Νότιο Αιγαίο
2. Αττική
3. Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
4. Ήπειρος
5. Στερεά Ελλάδα

Παρακάτω αποτυπώνεται η κατανομή των επισκέψεων, των διανυκτερεύσεων και των εισπράξεων ανά περιφέρεια για το 2019, όπου παρατηρεί κανείς πως η Αττική σημείωσε τα μεγαλύτερα ποσοστά και στις 3 κατηγορίες, ενώ ακολουθεί το Νότιο Αιγαίο, οι υπόλοιπες περιφέρειες και με μικρότερα ποσοστά η Ήπειρος, η Στερεά Ελλάδα και η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη.



Εικόνα 29: Εισπράξεις, διανυκτερεύσεις, επισκέψεις των Η.Π.Α. στην Ελλάδα, 2019, ΙΝΣΕΤΕ

Αξίζει να σημειωθεί πως οι επισκέψεις που προέρχονται από τις Η.Π.Α. κατέχουν το 6% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται αναλυτικά οι αριθμοί των επισκέψεων, των διανυκτερεύσεων και των εισπράξεων των Αμερικανών τουριστών από το 2017 ως και το 2019. Η περιφέρεια με το μεγαλύτερο όγκο επισκέψεων για το 2019 ήταν η Αττική οι οποίες έφθασαν τις 836 χιλ. σημειώνοντας αύξηση 7,4%, όπως και οι διανυκτερεύσεις

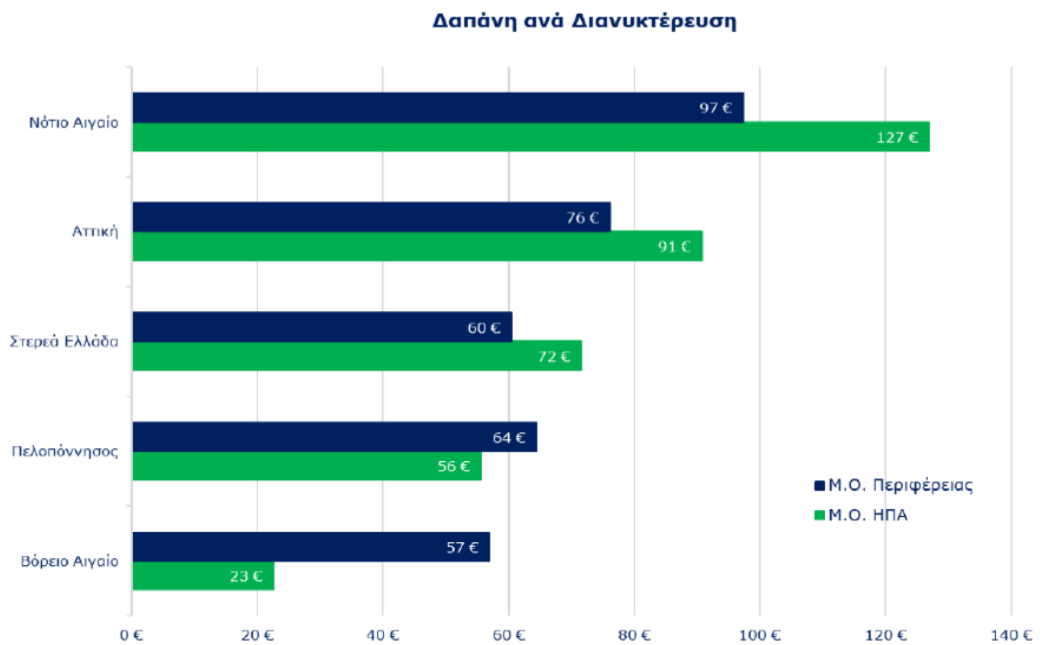
2,7%. Μία ακόμα κατηγορία που επηρεάστηκε θετικά ήταν οι εισπράξεις που σημείωσαν αύξηση της τάξεως 15%. Επιπλέον, τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση εμφάνισε η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου στις εισπράξεις κατά 30,8%. Πιο συγκεκριμένα από 383 εκατ. € το 2018 αυξήθηκαν στα 502 εκατ. €. Παράλληλα αξιοσημείωτη αύξηση σημείωσαν και οι επισκέψεις (13%) καθώς επίσης και οι διανυκτερεύσεις κατά 15,5%.

Από την άλλη πλευρά, οι εισπράξεις μειώθηκαν στις άλλες περιφέρειες. Πιο αναλυτικά η περιφέρεια Πελοποννήσου σημείωσε μείωση 36,5%, η Στερεά Ελλάδα 10,6% και τέλος το Βόρειο Αιγαίο 65,7%. Σημαντικό ρόλο στη μείωση του τουρισμού της τελευταίας περιφέρειας έπαιξε το μεταναστευτικό. Μια ακόμα κατηγορία που μειώθηκε στις ίδιες περιφέρειες ήταν οι διανυκτερεύσεις. Πιο συγκεκριμένα, η περιφέρεια Πελοποννήσου σημείωσε μείωση κατά 11,2%, η περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας 10,2% και τέλος το Βόρειο Αιγαίο 32,9%.

Περιφέρεια	Επισκέψεις σε χιλ.			% Δ		Διανυκτερεύσεις σε χιλ.			% Δ		Εισπράξεις σε εκατ. €			% Δ	
	2019	2018	2017	2019-2018	2018-2017	2019	2018	2017	2019-2018	2018-2017	2019	2018	2017	2019-2018	2018-2017
Νότιο Αιγαίο	627	555	398	13,0%	39,3%	3.955	3.423	2.682	15,5%	27,6%	502	383	310	30,8%	23,7%
Αττική	836	778	616	7,4%	26,3%	4.379	4.264	3.301	2,7%	29,2%	397	345	303	15,0%	14,0%
Πελοπόννησος	105	100	67	5,3%	47,9%	738	831	525	-11,2%	58,2%	41	65	29	-36,5%	123,2%
Στερεά Ελλάδα	93	62	50	49,9%	23,6%	229	255	258	-10,2%	-1,2%	16	18	16	-10,6%	11,2%
Βόρειο Αιγαίο	24	34	33	-29,1%	3,2%	299	446	644	-32,9%	-30,8%	7	20	28	-65,7%	-29,2%
Υπόλοιπες Περιφέρειες	1.125	921	655	22,2%	40,6%	6.813	5.873	4.821	16,0%	21,8%	727	592	438	22,8%	35,2%
Σύνολο	2.183	1.895	1.421	15,2%	33,3%	12.457	11.669	9.549	6,8%	22,2%	1.189	1.040	814	14,3%	27,8%

Πίνακας 11: Εξέλιξη αμερικανικής αγοράς ανά περιφέρεια, 2017-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Όσον αφορά την Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση στις 13 Περιφέρειες διαμορφώθηκε κατά μέσο όρο στα 76€ το 2019, ενώ την ίδια στιγμή αυξήθηκε στα 95€ έναντι των 89€ που ήταν το 2018 σημειώνοντας ποσοστιαία αύξηση 7,1%. Να επισημανθεί πως η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση από τουρίστες που προέρχονται από τις Η.Π.Α. είναι μεγαλύτερη σε σχέση με το μέσο όρο σε 3 περιφέρειες. Η μέγιστη τιμή που παρουσιάζει είναι στο Νότιο Αιγαίο και ανέρχεται στα 127€ την ίδια στιγμή που ο μέσος όρος της περιφέρειας ανέρχεται στα 97€. Η χαμηλότερη καταγράφηκε στη περιφέρεια Βορείου Αιγαίου και ανήλθε στα 23€ έναντι των 57€ του μέσου όρου της περιφέρειας.



Εικόνα 30: Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά περιφέρεια, 2018-2019, ΙΝΣΕΤΕ

Τέλος, πρέπει να επισημανθεί πως η αύξηση των εισοδημάτων των Αμερικανών πολιτών έχει συμβάλει και στο να πραγματοποιούν ταξίδια στο εξωτερικό με περισσότερες δαπάνες. Συγκεκριμένα, η συνολική δαπάνη τους το 2019 ήταν 152,23 δισ. \$ έναντι 144,46 δισ. \$ το 2018. Συμπερασματικά, η αγορά της Αμερικής είναι ιδιαίτερα κερδοφόρα για το σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού της Ελλάδας και θα πρέπει να γίνει ιδιαίτερο άνοιγμα από όλες τις περιφέρειες ως προς τη συγκεκριμένη τουριστική αγορά.

2.4 Προφίλ Αμερικανών τουριστών

Από τα παραπάνω στοιχεία που παρουσιάστηκαν μπορεί κανείς να καταλήξει στο συμπέρασμα πως ο Αμερικανικός εξερχόμενος τουρισμός ολοένα και αυξάνεται. Στο πέρας λοιπόν αυτών των χρόνων οι προτιμήσεις των ταξιδιωτών αλλάζουν συνεχώς. Σε αυτή την ενότητα αναλύεται το

προφίλ των Αμερικανών τουριστών ως προς τις συνήθειες που έχουν στις διακοπές τους, αλλά και ποια είναι η διαδικασία που ακολουθούν πριν και κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους.

Αρχικά να αναφερθεί πως ταξιδεύουν 4 φορές το χρόνο και το ταξίδι τους διαρκεί κατά μέσο όρο 6,7 ημέρες. Επιπλέον, είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με το διαδίκτυο, μιας και το μεγαλύτερο ποσοστό χρησιμοποιεί ψηφιακά εργαλεία ώστε να οργανώσει το ταξίδι του. Πιο συγκεκριμένα, το 63% χρησιμοποιεί μηχανές αναζήτησης, το 60% διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία και το 57% διάφορες ιστοσελίδες με κριτικές άλλων ταξιδιωτών. Ιδιαίτερο ρόλο στην οργάνωση και την απόφαση του τόπου προορισμού παίζει η οικογένεια με τους φίλους σε ποσοστό 54%. Αμέσως μετά, ακολουθούν οι ιστοσελίδες και τα blogs με ταξιδιωτικό περιεχόμενο (51%).

Οι Αμερικανοί τουρίστες, συνήθως ταξιδεύουν εντός των συνόρων τους με κύριο σκοπό την επίσκεψη σε άλλα μέλη της οικογένειας. Μόλις το 18% του συνολικού τουρισμού τους ταξιδεύει στο εξωτερικό με βασικούς προορισμούς το Μεξικό, λόγω των ξενοδοχείων που διαθέτει δίπλα στη θάλασσα και της γαστρονομίας, τον Καναδά και τέλος την Ευρώπη. Σύμφωνα με έρευνα της Statista, το 2019 οι τουρίστες από τις Η.Π.Α. που επισκέφθηκαν το Μεξικό ανήλθαν σε 39,3 εκατ., στον Καναδά 15 εκατ., στο Ηνωμένο Βασίλειο 3,9 εκατ., στην Ιταλία 3,2 εκατ. και ακολουθούν η Γαλλία και η Ισπανία με μικρότερο αριθμό τουριστών.¹³

Το κύριο μέσο μεταφοράς που χρησιμοποιούν είναι το αεροπλάνο σε ποσοστό που φθάνει το 57%. Αμέσως επόμενη επιλογή είναι το λεωφορείο με ποσοστό 27%, ενώ το τρένο κατέχει μόλις το 1% στην προτίμηση των Αμερικανών.

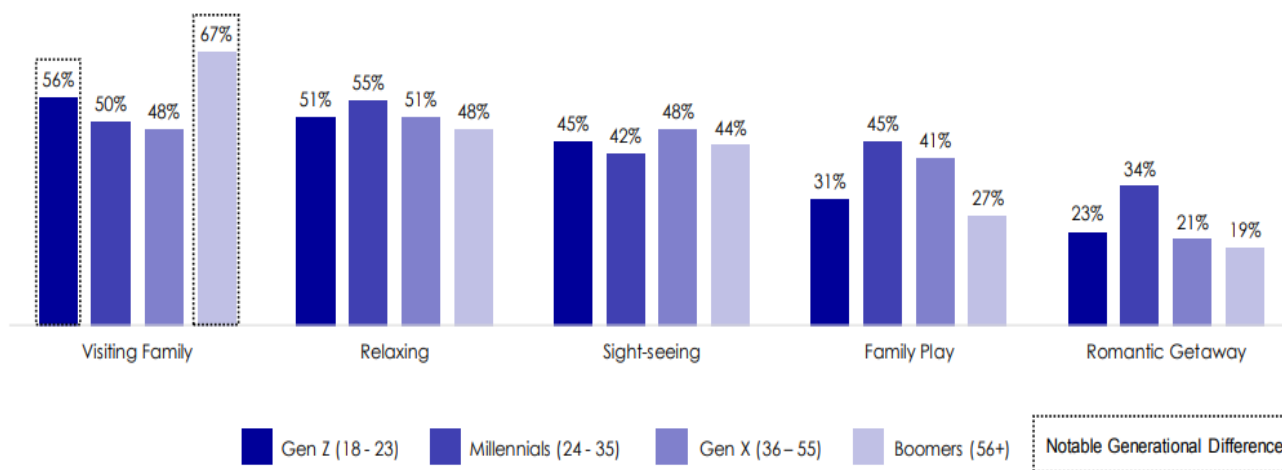
Ο Αμερικανός τουρίστας ξοδεύει κατά μέσο όρο 1.978\$ ανά ταξίδι. Το 27% δαπανείται για διαμονή, το 20% για τα αεροπορικά εισιτήρια, το 17% για φαγητό, το 11% για τα αξιοθέατα και το 10% για τα μεταφορικά. Παρ' όλα αυτά, θεωρείται 'ανοιχτοχέρης' λαός, αφού αν τους αρέσει κάτι δεν διστάζουν να πληρώσουν πολλά χρήματα για να το αποκτήσουν. Επίσης, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, ιδιαίτερα όταν βρίσκεται στην Ευρώπη, έχει μεγάλη επιθυμία να επισκεφθεί όσο το δυνατόν περισσότερα αξιοθέατα μπορεί.¹⁴

Μια ακόμα έρευνα που έγινε από την Expedia το 2017, κατηγοριοποιεί τους Αμερικανούς ερωτηθέντες σε 4 κατηγορίες, τους Generation Z (18-23 ετών), τους Millennials (24-35 ετών), τους Generation X (36-55 ετών) και τους Boomers (56+ ετών).

¹³ Πηγή: <https://www.statista.com/chart/18742/most-popular-destinations-with-us-travelers/>

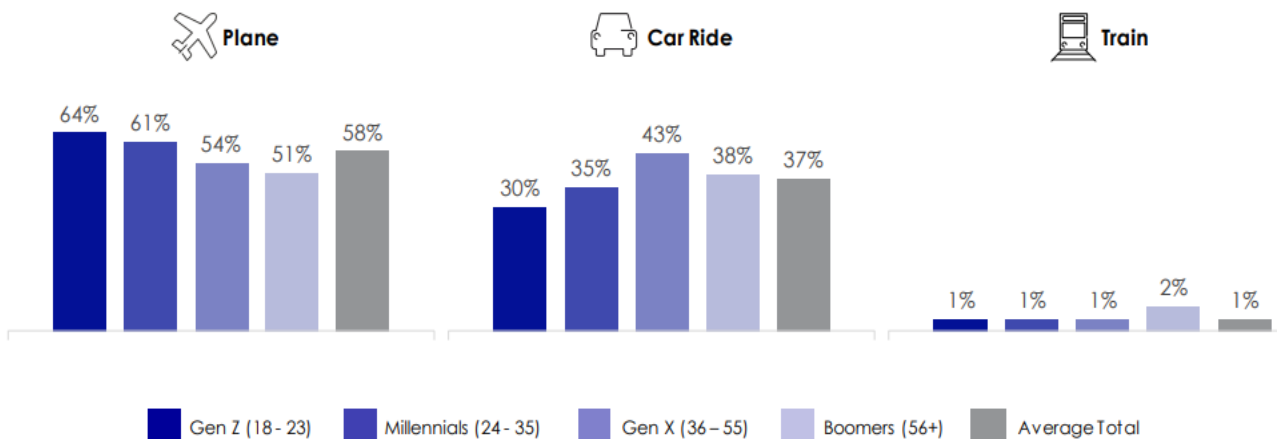
¹⁴ Πηγή: <https://pxcom.media/en/blog/american-tourists-profile/>

Αρχικά, αναφέρεται πως οι Millennials πραγματοποιούν τα περισσότερα ταξίδια (5-6 φορές το χρόνο), αλλά οι Boomers διαμένουν στον προορισμό τους πιο πολλές ημέρες (7-8 ημέρες). Διαφορές υπάρχουν και στον τύπο διακοπών τους με τους Boomers να επισκέπτονται κυρίως την οικογένειά τους, τους Millennials να επιθυμούν ξεκούραση ή ένα ρομαντικό ταξίδι και τους Generation X να θέλουν να δουν τα αξιοθέατα της περιοχής.



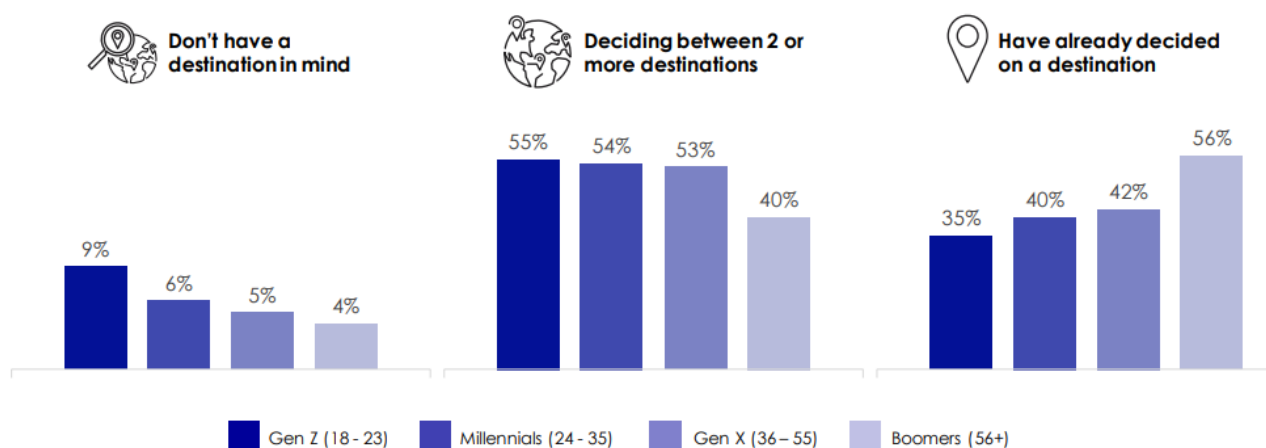
Εικόνα 31: Τύπος διακοπών των Αμερικανών τουριστών, 2017, Expedia

Επίσης, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι περισσότεροι Αμερικανοί προτιμούν να ταξιδεύουν με το αεροπλάνο, ανεξαρτήτως ηλικίας, και πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν και το αυτοκίνητο, ιδιαίτερα η κατηγορία των Generation X. Το ταξίδι με το τρένο σημείωσε αμελητέους αριθμούς σε όλες τις ηλικίες.



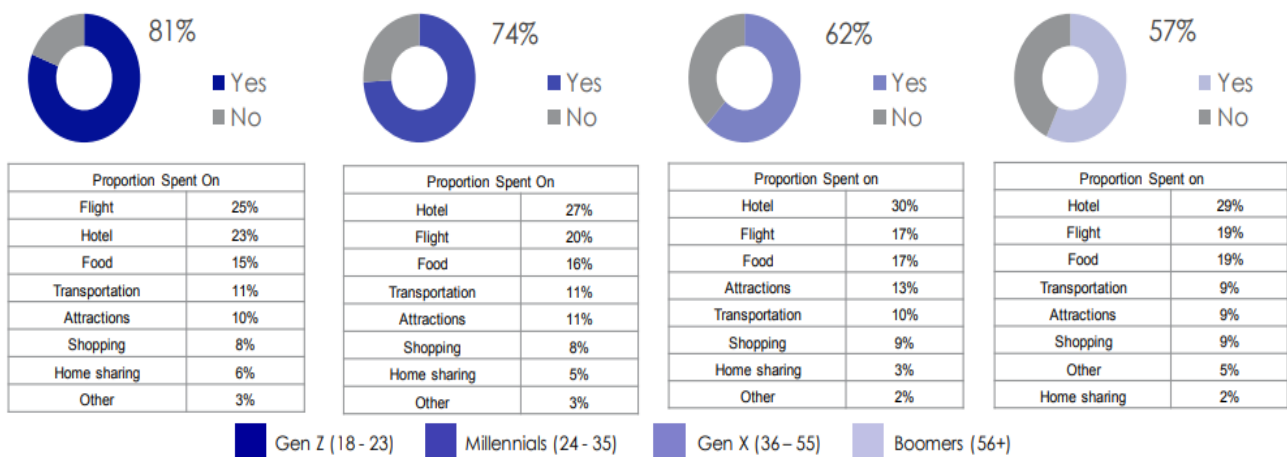
Εικόνα 32: Μέσο μεταφοράς που προτίμησαν οι Αμερικανοί τουρίστες, 2017, Expedia

Όσον αφορά τον τόπο διαμονής τους, όλοι σχεδόν απάντησαν πως επιθυμούν κάποιο ξενοδοχείο, αλλά αρκετοί από τους Generation Z και τους Boomers θα προτιμήσουν να μείνουν σε κάποιο οικογενειακό ή φιλικό σπίτι (18% και 18% αντίστοιχα). Στο κομμάτι που αφορά την απόφαση του προορισμού τους, το 56% των Boomers έχει αποφασίσει πολύ καιρό πριν ποιος θα είναι αυτός, ενώ οι μικρότερες γενιές είτε δεν έχουν σκεφτεί και ψάχνουν, είτε είναι ανάμεσα σε 2 επιλογές.



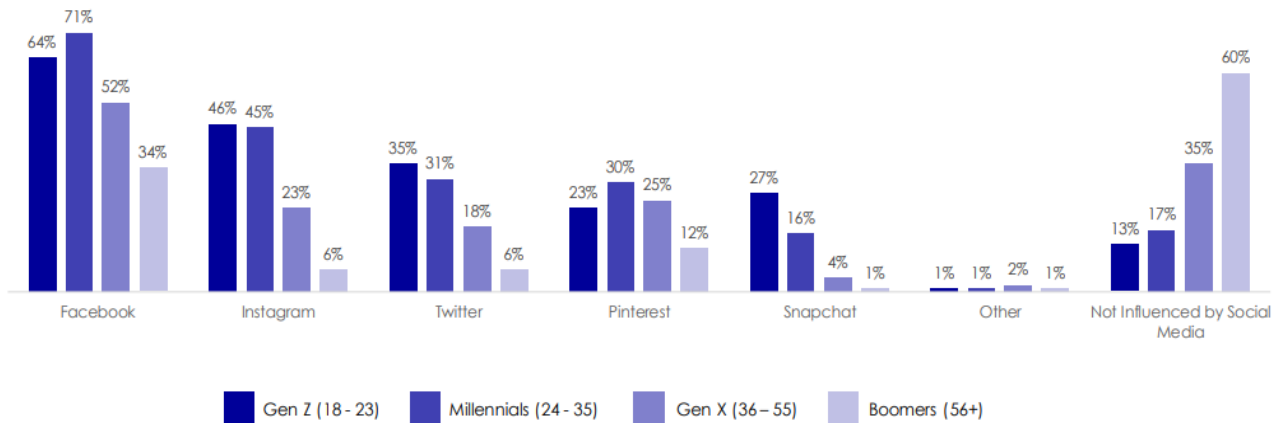
Εικόνα 33: Χρόνος απόφασης του ταξιδιού των Αμερικανών τουριστών, 2017, Expedia

Επίσης, η έρευνα έδειξε πως όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία των ταξιδιωτών τόσο λιγότερο ο οικονομικός παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Αυτό είναι απόλυτα φυσιολογικό γιατί οι Boomers έχουν πολλά περισσότερα χρήματα να διαθέσουν σε σχέση με τους Generation Z. Έτσι, το 81% των ερωτηθέντων απάντησε πως το budget τους είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την τελική επιλογή του ταξιδιού τους (Generation Z), ενώ από τους Boomers απάντησε θετικά το 57%. Οι περισσότεροι τουρίστες, ανεξαρτήτως ηλικίας, ξοδεύουν τα περισσότερα χρήματα στην πτήση και στη διαμονή τους και έπειτα σε φαγητό, αξιοθέατα και αγορές.



Εικόνα 34: Ρόλος του προϋπολογισμού και έξοδα ανά κατηγορία των Αμερικανών τουριστών, 2017, Expedia

Αξίζει να αναφερθεί η επιρροή που έχουν τα social media στην τελική επιλογή της περιοχής του ταξιδιού των Αμερικανών πολιτών. Παρατηρήθηκαν, όπως ήταν αναμενόμενο, μεγάλες διαφορές στις ηλικιακές κατηγορίες και την επιρροή που έχουν το Facebook, το Instagram και το Twitter σε αυτές. Αναλυτικότερα, οι γενιές των Generation Z και των Millennials επηρεάζονται κατά 64% και 71% αντίστοιχα από το Facebook και κατά 45% (αντίστοιχα και οι 2) από το Instagram. Ακολουθούν το Twitter, το Pinterest και το Snapchat σε μικρότερα ποσοστά, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως το 60% των Boomers δεν επηρεάζεται από κανένα από τα social media.



Εικόνα 35: Επηρεασμός των social media στα ταξίδια των Αμερικανών τουριστών, 2017, Expedia

Επίσης, όλες οι γενιές χρησιμοποιούν αρκετά το smartphone τους στις διακοπές τους, και πριν το ταξίδι αλλά και κατά τη διάρκειά του. Τέλος, καθοριστικό ρόλο στην απόφαση του προορισμού παίζει και η προτεραιότητα στις προτιμήσεις που έχουν οι Αμερικανοί ταξιδιώτες. Οι Generation X διαλέγουν μια περιοχή που μπορεί να τους προσφέρει μια ξεχωριστή εμπειρία και να μπορούν να κάνουν πολλές δραστηριότητες, όπως και οι Millennials και οι Generation Z. Από την άλλη μεριά, οι Boomers αποφασίζουν βάση προσφορών και της κουλτούρας που διαθέτει η περιοχή του ταξιδιού τους.¹⁵

¹⁵Πηγή:https://info.advertising.expedia.com/hubfs/Content_Docs/Rebrand-2018/American_Multi-Generational_Travel_Trends.pdf?hsCtaTracking=582427c6-6360-4001-a435-49397e2d696a%7Cd94ea98b-e615-4e97-804d-8b2969ea32de

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΑΜΕΡΙΚΗΣ

3.1 Διμερείς σχέσεις Ελλάδας – Αμερικής

Η Ελλάδα και η Αμερική είναι δυο χώρες που από πολύ παλιά μέχρι και σήμερα διατηρούν εξαιρετικές διμερείς σχέσεις. Οι ισχυροί πολιτιστικοί, πολιτικοί και θρησκευτικοί δεσμοί που έχουν είναι και οι κυριότεροι λόγοι που συμβαίνει αυτό. Επιπλέον, και οι Η.Π.Α. και η Ελλάδα έχουν ενταχθεί σε οργανισμούς όπως το ΝΑΤΟ, τον Οργανισμό για την Ασφάλεια και τη Συνεργασία στην Ευρώπη και είναι ιδρυτικά μέλη στα Ηνωμένα Έθνη. Έχουν επίσης συμμετέχει στον Πόλεμο της Κορέας, στον Ψυχρό Πόλεμο και στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Η Αμερική αποτελεί και έναν από τους μεγαλύτερους επενδυτές στην Ελλάδα.

Η έναρξη των σχέσεων μεταξύ τους σηματοδοτείται από το 1768 όταν έφτασαν οι πρώτοι Έλληνες μετανάστες στην Αμερική. Όταν το 1832 η Ελλάδα ανακηρύχθηκε ανεξάρτητο κράτος μετά την Οθωμανική κυριαρχία, το 1833 οι Η.Π.Α. αναγνώρισαν τη νέα Ελληνική Κυβέρνηση και το 1837 υπογράφηκε μια εμπορική συνθήκη, η οποία ρύθμιζε τις εμπορικές σχέσεις μεταξύ τους για 82 χρόνια. Αυτό αποτελούσε και την πρώτη διαπραγμάτευση μεταξύ των δυο χωρών. Το 1866 ιδρύθηκε και το πρώτο προξενείο στην Νέα Ορλεάνη. Μετά από ένα χρόνο, ορίστηκε Γενικός Πρόξενος της Ελλάδας ο Δημήτριος Νικόλαος Μπότσης και ως το 1900 ιδρύθηκαν πολλά Αμερικανικά Προξενεία στα νησιά του Αιγαίου και στην Ήπειρο.

Όταν έγινε ο Ελληνικός Εμφύλιος το 1946 – 1949, η Αμερική ανακήρυξε το Δόγμα Τρούμαν και υποσχέθηκαν να υποστηρίξουν τις κυβερνήσεις που αντιστάθηκαν στην κομμουνιστική κυριαρχία και έτσι άρχισε η στρατιωτική και οικονομική στήριξη προς την Ελλάδα. Αναλυτικά οι Η.Π.Α., από το 1946 και έπειτα, προσέφεραν στη χώρα περισσότερα από 11,1 δισ. ως οικονομική βοήθεια και το 1953 υπέγραψαν το πρώτο συμβόλαιο αμυντικής συνεργασίας. Αυτό το συμβόλαιο επιτρέπει να κτιστούν στρατιωτικές αμερικανικές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα, συγκεκριμένα στη Σούδα Χανίων. Όταν έγινε ο Πόλεμος του Κόλπου το 1991, παραχωρήθηκε από τη χώρα στρατιωτική και φαρμακευτική περίθαλψη στα στρατεύματα της Αμερικής, ενώ οι συχνές επισκέψεις πολιτικών αρχηγών ανάμεσα στις δυο χώρες ενισχύει τους δεσμούς τους. Τέλος, στη Θεσσαλονίκη το λιμάνι είναι ανοιχτό για τις επιχειρήσεις του ΝΑΤΟ σε ότι αφορούν την Ανατολική Μεσόγειο.

Η πρεσβεία της Ελλάδας στις Η.Π.Α. είναι στην Ουάσιγκτον και διαθέτει προξενεία στην Νέα Ορλεάνη, την Ατλάντα, την Βοστώνη, τη Νέα Υόρκη, το Λος Άντζελες, το Χιούστον, το Σαν

Φρανσίσκο και το Σικάγο. Η Αμερική έχει δική της πρεσβεία στην Αθήνα και ένα προξενείο στη Θεσσαλονίκη.¹⁶

3.2 Οικονομικές σχέσεις μεταξύ Ελλάδας και Αμερικής

Οι εμπορικές σχέσεις που έχουν οι συγκεκριμένες χώρες διέπονται από το νομικό πλαίσιο των Η.Π.Α. και της Ευρωπαϊκής Ένωσης και υπόκεινται στο περιεχόμενο των πολυμερών κανονισμών του ΠΟΕ. Η συμφωνία που έγινε το 1993 μεταξύ της Ε.Ε. και της Αμερικής επιτρέπει την παροχή επιπρόσθετων ευκαιριών σύναψης δημοσίων συμβάσεων των ελληνικών επιχειρήσεων με τις Η.Π.Α. Το 2007 έγινε σύσταση του Διατλαντικού Οικονομικού Συμβουλίου και το 2011 της Ομάδας Εργασίας Υψηλού Επιπέδου, ώστε να ενισχυθούν οι επενδύσεις και το εμπόριο.

Η Ε.Ε. αποτελεί τον μεγαλύτερο εμπορικό εταίρο για την Αμερική και το αντίστροφο. Πιο αναλυτικά, σύμφωνα με την ετήσια οικονομική έκθεση των Η.Π.Α που δημοσίευσε το Υπουργείο Εξωτερικών της Ελλάδας, οι εξαγωγές αγαθών της Ε.Ε. προς τις Ηνωμένες Πολιτείες ήταν αξίας 515 δισ. \$ το 2019 και αντιστρόφως η αξία τους ανήλθε στα 337 δισ. \$. Όσο για το εμπορικό έλλειμμα των Η.Π.Α. έναντι στην Ε.Ε. ήταν 178 δισ. \$ την ίδια χρονιά. Οι διατλαντικές εμπορικές και επενδυτικές ροές στηρίζουν την αγορά εργασίας, απασχολώντας εκατομμύρια εργαζομένους, αλλά και την ψηφιακή οικονομία, μιας και η Αμερική εξήγαγε το 2018 περίπου 213 δισ. \$ ψηφιακών υπηρεσιών στην Ευρώπη και έκαναν εισαγωγή 120 δισ. \$. Επιπλέον, οι ροές επένδυσης που πραγματοποιούνται στον τομέα έρευνας και ανάπτυξης είναι από τους πιο σημαντικούς σε παγκόσμιο επίπεδο, αφού το 2017 οι αμερικανικές θυγατρικές επένδυσαν στον συγκεκριμένο κλάδο στην Ευρώπη 33 δισ. \$ και αντίστροφα η Ευρώπη στις Η.Π.Α. 44 δισ. \$. Τέλος, όσον αφορά τη διατλαντική αγορά ενέργειας, έχουν επενδύσει πολλές ξένες εταιρίες στην αγορά αμερικανικής ενέργειας με συνέπεια τη δημιουργία 154.500 νέων θέσεων εργασίας και την αξία των συνολικών εξαγωγών της Αμερικής το 2017 να αγγίζει τα 5,1 δισ. \$.¹⁷

¹⁶Πηγή:

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%BF%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82_%CF%83%CF%87%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82

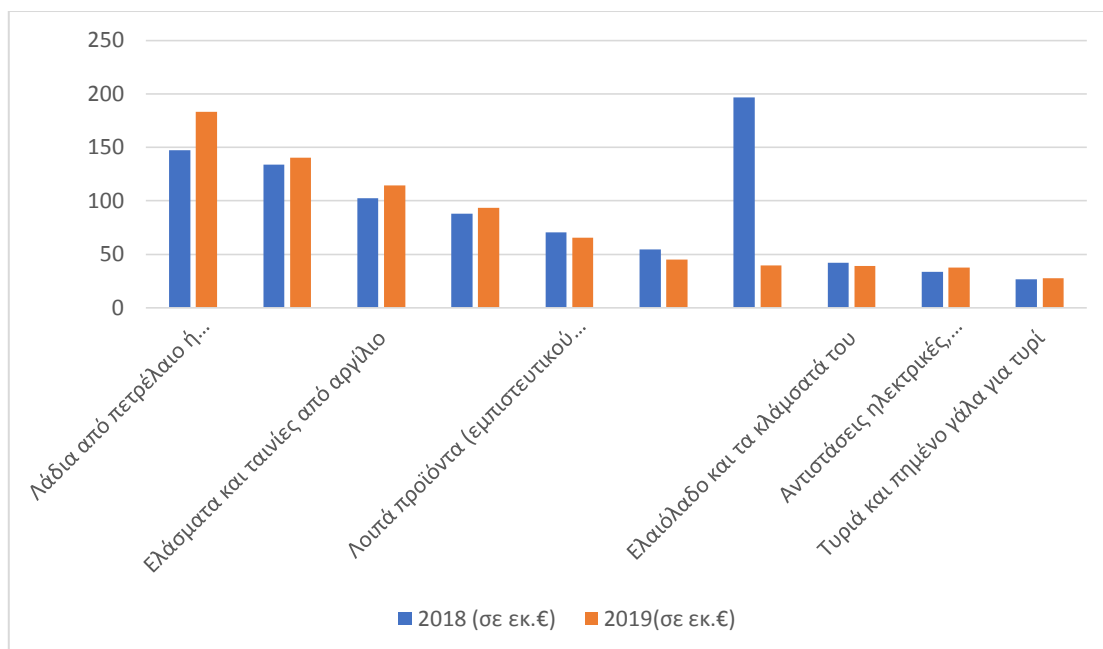
¹⁷Πηγή:

[https://www.agora.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%97%CE%A0%CE%91%202020%20\(2019\)%20us.pdf](https://www.agora.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%97%CE%A0%CE%91%202020%20(2019)%20us.pdf)

Σε ότι αφορά το εμπόριο μεταξύ Ελλάδας και Αμερικής, τα κύρια προϊόντα που εξάγονται από την πρώτη στη δεύτερη χώρα είναι λαχανικά, τσιμέντο, καπνός, λάδι, ψάρια, ατσάλι και σωλήνες χαλκού κλπ. Τα εισαγόμενα από τις Η.Π.Α. είναι εξοπλισμός τηλεπικοινωνιών, ιατρικά και φαρμακευτικά είδη, ξυλεία, υπολογιστές και αγροτικά αγαθά. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα κορυφαία 10 προϊόντα που εξάχθηκαν στην Αμερική από την Ελλάδα το 2018 και το 2019, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, όπως επίσης και ένα γράφημά τους.

α/α	Κωδικός Προϊόντος	Περιγραφή προϊόντος (κατά 4-ψήφιο κωδικό συνδυασμένης ονοματολογίας)	2018 (σε εκ. €)	2019 (σε εκ. €)
1	2710	Λάδια από πετρέλαιο ή ασφαλτούχα ορυκτά και συναφή παρασκευάσματα	147,43	183,42
2	2005	Λαχανικά παρασκευασμένα ή διατηρημένα χωρίς ξύδι, μη κατεψυγμένα	133,82	140,38
3	7606	Ελάσματα και ταινίες, από αργίλιο	102,46	114,23
4	2523	Τσιμέντα υδραυλικά, στα οποία περιλαμβάνονται και εκείνα που δεν είναι σε σκόνη	87,96	93,5
5	99SS	Λοιπά προϊόντα (εμπιστευτικού εμπορίου)	70,57	65,58
6	2713	Οπτόανθρακας (κοκ) από πετρέλαιο, άσφαλτος από πετρέλαιο κλπ.	54,5	45
7	7305	Σωλήνες, κυκλικής διατομής που παράγονται από πλατιά προϊόντα έλασης από σίδηρο ή χάλυβα	196,52	39,94
8	1509	Ελαιόλαδο και τα κλάσματά του	41,96	38,85
9	8533	Αντιστάσεις ηλεκτρικές, ρεοστάτες και ποτενσιόμετρα (εκτός από θερμαντικές αντιστάσεις)	33,34	37,6
10	0406	Τυριά και πηγμένο γάλα για τυρί	26,53	27,7

Πίνακας 12: Τοπ 10 αγαθών εξαγωγής από την Ελλάδα στην Αμερική, 2018-2019, mfa



Εικόνα 36: Τοπ 10 αγαθών εξαγωγής από την Ελλάδα στην Αμερική, 2018-2019

Παρατηρεί κανείς πως τα εξαγόμενα αγαθά χωρίζονται σε 4 πιο ευρείς κατηγορίες οι οποίες είναι τα τρόφιμα, τα βιομηχανικά προϊόντα, τα δομικά υλικά και τα πετρελαιοειδή. Πιο αναλυτικά, το πρώτο σενούμερα αγαθό εξαγωγής (λάδια από πετρέλαιο ή ασφαλτούχα ορυκτά και συναφή παρασκευάσματα) κατέγραψε το 2019 αξία 183,42 εκατ. €, αποσπώντας μερίδιο της τάξεως 14%. Στη λίστα όμως της αρμόδιας αμερικανικής υπηρεσίας εμφανίζεται 12^ο και μάλιστα παρουσίασε μείωση σε σχέση με το 2018.

Στα βιομηχανικά προϊόντα (χαλκού, σιδήρου, πλαστικά κλπ) επίσης υπήρξε μείωση του μεριδίου (από το 46% στο 27%) το οποίο κατά πάσα πιθανότητα οφείλεται στο ότι έπεσαν οι πωλήσεις των σωλήνων χάλυβα. Όσον αφορά τα τρόφιμα και τα ποτά, αύξησαν το μερίδιό τους στο 29% αντί για 25% που ήταν το 2018, ενώ τα δομικά υλικά παρέμειναν σχετικά σταθερά.

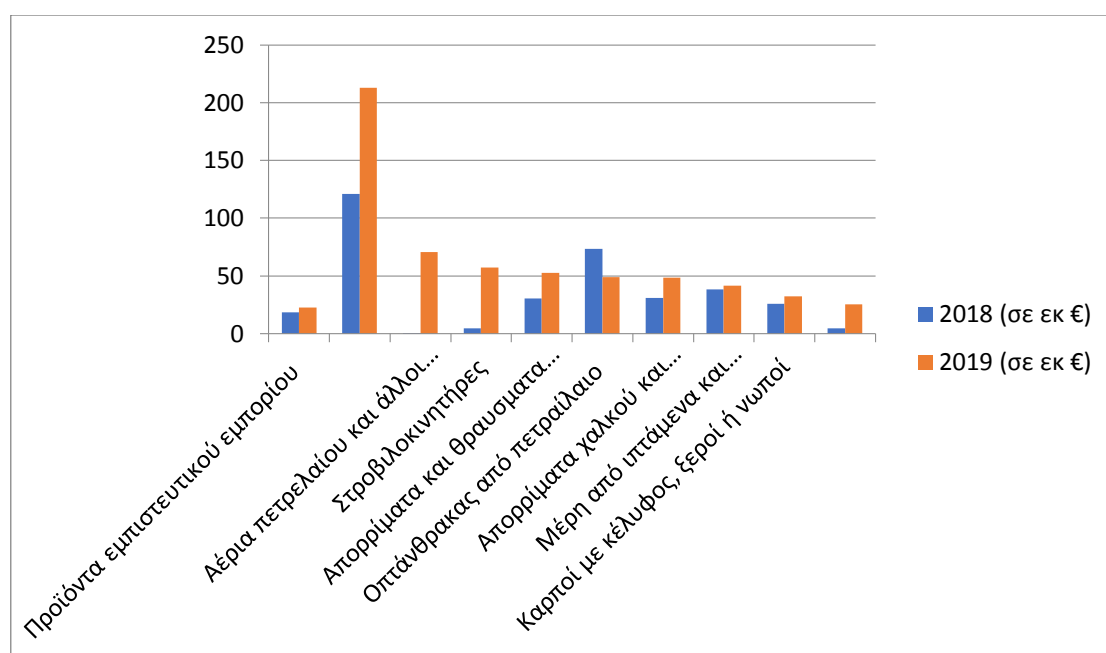
Το πρώτο εξαγόμενο αγαθό σε όρους αξίας σύμφωνα με τα στοιχεία της Αμερικής ήταν τα “λαχανικά παρασκευασμένα ή διατηρημένα χωρίς ξύδι, μη κατεψυγμένα”, τα οποία σημείωσαν συνολική αξία 167,42 εκατ. \$, αλλά αύξηση σημειώθηκε και στα προϊόντα αλουμινίου με αξία 114,23 εκατ. €. Επιπλέον, τα ξυραφάκια το 2019 ήταν το 3^ο σημαντικότερο προϊόν που εξάχθηκε στις Η.Π.Α. σύμφωνα με στοιχεία της Αμερικής, με αξία που αντιστοιχούσε στα 125,69 εκατ. \$.

Το ελαιόλαδο κατέγραψε μια μικρή μείωση (από 41,96 εκατ. € το 2018 στα 38,85 εκατ. €), ενώ τα τυροκομικά διατηρήθηκαν σε σταθερές τιμές.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα 10 κορυφαία προϊόντα που εισάγονται από τις Η.Π.Α. στην Ελλάδα, σε πίνακα και σε γράφημα.

α/α	Κωδικός Προϊόντος	Περιγραφή Προϊόντος (κατά τετραψήφιο κωδικό συνδυασμένης ονοματολογίας)	2018 (σε εκ. €)	2019 (σε εκ. €)
1	99SS	Προϊόντα εμπιστευτικού εμπορίου	18,22	223,4
2	2709	Λάδια ακατέργαστα, από πετρέλαιο ή από ασφαλτούχα ορυκτά (ακατέργαστο πετρέλαιο)	121	212,85
3	2711	Αέρια πετρελαίου και άλλοι αέριοι υδρογονάνθρακες	0,15	70,4
4	8411	Στροβιλοκινητήρες, στροβιλοπρωθητήρες και άλλοι στρόβιλοι δι'αερίου	4,36	57,1
5	7204	Απορρίμματα και θραύσματα σιδήρου ή χάλυβα	30,31	52,44
6	2713	Οπτόανθρακας (κοκ) από πετρέλαιο, ασφαλτος από πετρέλαιο λπ.	73,19	48,8
7	7404	Απορρίμματα χαλκού και θραύσματα	30,9	48,5
8	8803	Μέρη από ιπτάμενα και διαστημικά οχήματα των κλάσεων 8801 και 8802	38,29	41,47
9	0802	Καρποί με κέλυφος, νωποί ή ξεροί	25,8	32,16
10	3901	Πολυμερή του αιθυλενίου σε αρχικές μορφές	4,4	25,17

Πίνακας 13: Τοπ 10 αγαθών εισαγωγής από την Αμερική στην Ελλάδα, 2018-2019, mfa



Εικόνα 37: Τοπ 10 αγαθών εισαγωγής από την Αμερική στην Ελλάδα, 2018-2019

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το προϊόν με τη μεγαλύτερη αξία εισαγωγών ήταν αυτό του εμπιστευτικού εμπορίου καταγράφοντας μεγάλη αύξηση το 2019 στα 223,4 εκατ. € από τα 18,22 εκατ. € που ήταν το 2018. Η USITC όμως κατέγραψε τα “λάδια ακατέργαστα, από πετρέλαιο ή από ασφαλτούχα ορυκτά” ως το σημαντικότερο εισαγόμενο προϊόν από την Ελλάδα, με αξία 296,24 εκατ. \$ το 2019 αντί για 110,5 εκατ. \$ το 2018.

Επίσης, δεύτερο πιο σημαντικό εισαγόμενο αγαθό θεωρεί τα “μέρη και εξαρτήματα για μηχανήματα, συσκευές, όργανα και άλλα είδη” με αξία 172,7 εκατ. \$.

Σε πιο γενικές γραμμές, η συνολική αξία των ελληνικών εξαγωγών αγαθών στην Αμερική ήταν το 2019 στα 1.509,4 εκατ. \$ καταγράφοντας μείωση 6%, αφού το 2018 ήταν 1.605,8 εκατ. \$ (αριθμός ρεκόρ). Σύμφωνα με στοιχεία των Η.Π.Α., σημειώθηκε άνοδος των αμερικανικών εξαγωγών προς την Ελλάδα, αξίας 1.443,6 εκατ. \$ για το 2019, έναντι 1.048,1 εκατ. \$ που ήταν το προηγούμενο έτος.

Το διμερές εμπόριο ανήλθε σε αξία τα 2.953 εκατ. \$ το 2019, ενώ το 2018 ήταν στα 2.689,9 εκατ. \$, σημειώνοντας αύξηση 9,8%. Επιπλέον, διατηρήθηκε το εμπορικό πλεόνασμα της Ελλάδας έναντι της Αμερικής (65,8 εκατ. \$) σημειώνοντας μια μικρή μείωση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Τέλος, αξίζει να επισημανθεί πως το 2019 ήταν το 8^ο συνεχόμενο έτος που η Ελλάδα εμφανίζει πλεόνασμα στο εμπορικό ισοζύγιο έναντι των Η.Π.Α.

3.3 Επενδυτικές ροές Ελλάδας και Αμερικής

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι σχέσεις μεταξύ της Ελλάδας και των Η.Π.Α. είναι σε άριστο επίπεδο. Κατά συνέπεια, οι επενδύσεις που γίνονται από τη μια χώρα στην άλλη είναι μέγιστης σημασίας και για τις δυο, προσφέροντας οικονομικά, πολιτιστικά και πολιτικά οφέλη.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΔΝΤ (Διεθνές Νομισματικό Ταμείο), το 2018 η Αμερική ήρθε δεύτερη στην προτίμηση των ελληνικών Άμεσων Ξένων Επενδύσεων (ΑΞΕ) με την αξία τους να ανέρχεται στα 2.187 εκατ. €, ενώ το 2017 ήταν στα 2.033 εκατ. €. Να σημειωθεί πως οι επενδύσεις αυτές καταλαμβάνουν το 13% των συνολικών ΑΞΕ. Ακολουθεί το Χονγκ Κονγκ με τις ΑΞΕ να είναι αξίας 1.928 εκατ. €. Επιπλέον, στηρίχθηκαν 3.200 θέσεις εργασίας το 2017 και πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις που άξιζαν 889 εκατ. \$, σε κλάδους όπως της πληροφορικής, των καταναλωτικών αγαθών, των πηγών ενέργειας, των τροφίμων και των ηλεκτρονικών εξαρτημάτων. Επίσης, επενδύθηκαν από την Ελλάδα περίπου 3 εκατ. \$ στην έρευνα και ανάπτυξη μέσω θυγατρικών

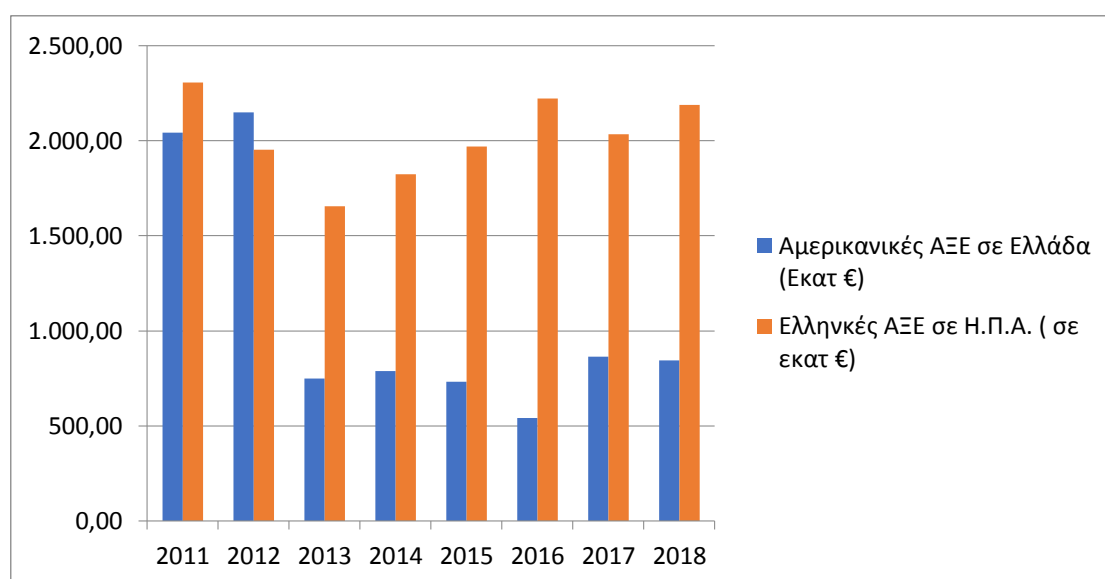
ελληνικών εταιριών στην Αμερική.¹⁸ Κάποιες από τις σημαντικότερες που έγιναν την περίοδο 2016-2018 είναι της Terna Energy στο Τέξας, που πρόκειται για εταιρία ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, και της Thrace LINQ στη South Carolina, που ανήκει στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας.

Οι Η.Π.Α. πραγματοποίησαν ΑΞΕ προς την Ελλάδα αξίας 845,9 εκατ. € το 2018, σημειώνοντας μια μικρή μείωση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά που ήταν 864,4 εκατ. €. Επιπλέον, το ίδιο έτος η Ελλάδα ήταν στην 8^η θέση όσον αφορά τις επενδύσεις των Αμερικανών, μετά τη Γερμανία, το Λουξεμβούργο, την Ολλανδία, την Ελβετία, τη Γαλλία, την Ιταλία και το Βέλγιο. Ακόμα, σύμφωνα με την Enterprise Greece, οι Η.Π.Α. ήταν η 9^η πιο σημαντική επενδυτική χώρα για την Ελλάδα, μετά από τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Κύπρο, την Ελβετία, το Χονγκ Κονγκ, την Ολλανδία, τον Καναδά και το Λουξεμβούργο, την περίοδο 2009 – 2019.¹⁹

Παρακάτω ακολουθεί ο πίνακας και το διάγραμμα των ΑΞΕ από την Αμερική στην Ελλάδα και το αντίστροφο, από το 2011 μέχρι και το 2019. Οι αριθμοί είναι σε εκατομμύρια €.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Αμερικανικές ΑΞΕ σε Ελλάδα	2.042,4	2.148,0	749,5	788,4	733,0	541	864,4	845,9
Ελληνικές ΑΞΕ σε ΗΠΑ	2.304,1	1.953,2	1.653,9	1.822,6	1.969,2	2.220,3	2.033	2.187

Πίνακας 14: Αποθέματα άμεσων επενδύσεων Ελλάδας – Η.Π.Α., 2011-2019, mfa



Εικόνα 38: Αποθέματα άμεσων επενδύσεων Ελλάδας – Η.Π.Α., 2011-2019

¹⁸ Πηγή: <https://data.imf.org/?sk=40313609-F037-48C1-84B1-E1F1CE54D6D5>

¹⁹ Πηγή: <https://www.enterprisegreece.gov.gr/h-ellada-shmera/giati-ellada/ksenes-ameses-ependyseis>

Αξίζει επίσης να αναφερθούν κάποιες από τις σημαντικότερες επενδύσεις που έχουν πραγματοποιήσει οι Η.Π.Α. στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Δυο σημαντικές εταιρίες που αφορούν την παροχή υπηρεσιών outsourcing είναι η TTEC με έδρα το Colorado, η οποία δραστηριοποιείται σε αξεσουάρ τεχνολογίας και η Sitel στη Florida, που παρέχει εξωτερικές πωλήσεις, τεχνική υποστήριξη κλπ. σε μεγάλες εταιρίες.

Μια ακόμα σημαντική αμερικανική επιχείρηση με έδρα στη Νέα Υόρκη, που αποφάσισε να επενδύσει στην Ελλάδα και μάλιστα ανακατασκεύασε και επαναλειτουργήσε το ναυπηγείο στη Σύρο το 2018, είναι η ONEX Technologies Group, η οποία ίδρυσε την ONEX Shipyards.

Επιπλέον, η Pfizer, η οποία δραστηριοποιείται στην Ελλάδα από το 1960, και έχει επίσης έδρα στη Νέα Υόρκη, αποφάσισε την εγκατάσταση ενός κέντρου ψηφιακής τεχνολογίας και τεχνητής νοημοσύνης στη Θεσσαλονίκη. Η Cisco (Καλιφόρνια) επιθυμεί την ίδρυση ενός κέντρου καινοτομίας για την ανάπτυξη του Internet of Things (IoT) και του Smart Cities, αλλά και ένα κέντρο ανάπτυξης ψηφιακών δραστηριοτήτων.

Στην αυτοκινητοβιομηχανία αποφασίστηκε από την Tesla, τη μεγαλύτερη εταιρία παραγωγής ηλεκτρικών αυτοκινήτων με έδρα την Καλιφόρνια, σύσταση εταιρίας της λεγόμενης Tesla Greece, μέσω της θυγατρικής στην Ολλανδία. Η εταιρία θα αφορά ένα κέντρο έρευνας ηλεκτρικών κινητήρων στην Αθήνα.

Η Empist στο Σικάγο, εταιρία τεχνολογιών πληροφορικής, αποφάσισε την ίδρυση υποκαταστήματός της στην Αθήνα το 2018. Ο ιδρυτής John Kampas είναι Ελληνοαμερικανός.

Τέλος, το 2020 αποφασίστηκαν δυο πολύ σημαντικές εξαγορές ελληνικών εταιριών από αμερικάνικες. Σε εκδήλωση που έλαβε χώρα στο μουσείο της Ακρόπολης τον Οκτώβριο του 2020 ανακοινώθηκε η επένδυση 400 εκατ. € (με την προστιθέμενη αξία να φτάσει πιθανώς το 1 δισ. €) από τη Microsoft για τη δημιουργία Data Center στην Αττική. Θα είναι ένα από τα πρώτα κέντρα δεδομένων της Microsoft στην Ευρώπη και η εξαγορά αφορά την επιχείρηση Softomotive.²⁰ Η δεύτερη εταιρία που εξαγοράστηκε είναι η Think Silicon στην Πάτρα από την Applied Materials, η οποία έχει στόχο να διατηρήσει την υπάρχουσα ομάδα μηχανικών και να την επεκτείνει. Η επιχείρηση παρέχει εξοπλισμό, λογισμικό και τσιπ για κατασκευές οθονών, τηλεοράσεων και smartphone.

²⁰Πηγή: <https://gr.euronews.com/2020/10/05/megali-ependysi-tis-microsoft-stin-ellada-gr-for-growth-grforgrowth-texnologia>

3.4 Έλληνες της διασποράς στην Αμερική

Με τον όρο διασπορά νοείται το «σύνολο των ανθρώπων που παρόλο που εγκαταστάθηκε, έστω και με σχετική μονιμότητα, σε χώρες ή περιοχές εκτός του εθνικού χώρου, εξακολουθεί να συντηρεί σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο, τις υλικές, πολιτιστικές και συναισθηματικές του σχέσεις με τη χώρα της άμεσης ή της παλαιότερης καταγωγής του» (Χασιώτης, Κατσιαρδή, Αμπατζή, 2006). Να σημειωθεί πως οι Έλληνες που δεν ζουν μόνιμα στο εξωτερικό αλλά βρίσκονται εκεί για περιορισμένο χρονικό διάστημα, δεν θεωρούνται απόδημοι.

Η ελληνική διασπορά ξεκινάει από πολύ παλιά και χωρίζεται σε 3 κύριες περιόδους. Η πρώτη είναι της τουρκοκρατίας, η δεύτερη είναι από τη δημιουργία του ανεξάρτητου ελληνικού κράτους μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και η τρίτη είναι από τη λήξη του μέχρι και τον 20^ο αιώνα. Οι λόγοι που οδήγησαν στη μετανάστευση ήταν οι άσχημες οικονομικές, πολιτικές, στρατιωτικές και κοινωνικές συνθήκες που επικρατούσαν τότε στην Ελλάδα. Τη σημερινή εποχή, δεν είναι λίγοι οι Έλληνες που μετακομίζουν στο εξωτερικό μόνιμα, ώστε να αναζητήσουν καλύτερες συνθήκες εργασίας και καθημερινότητας. Σύμφωνα με έρευνες, μετανάστευσαν 1.764.000 άτομα από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα μέχρι και τα μέσα της δεύτερης δεκαετίας του 21^{ου} αιώνα. Επιπλέον, οι Έλληνες που μετακόμισαν σε άλλες χώρες από το 2008 μέχρι και το 2016, ηλικίας 15-64 ετών, έφτασαν τους 427.000, ενώ προτιμούν κυρίως περιοχές της Ευρώπης.²¹ Ακόμα, πρέπει να τονιστεί πως με την εγκατάσταση των ανθρώπων αυτών σε άλλες χώρες και ηπείρους, ο ελληνικός πολιτισμός βρίσκεται παντού στον κόσμο, μεταδίδοντας και σε άλλους λαούς την ελληνική νοοτροπία και κουλτούρα.

Η διασπορά των Ελλήνων στην Αμερική ξεκίνησε τον 18^ο αιώνα και ήταν αρκετά πολύπλοκη γιατί δεν υπήρχε σωστός τρόπος καταγραφής των στοιχείων τους. Ο αριθμός τους αυξήθηκε αρκετά μέχρι και το 1924, για αυτό και οι Η.Π.Α. υιοθέτησαν το σύστημα ποσοτώσεων, ώστε να περιορίσουν τη μεταναστευτική ροή. Το 1930 καταγράφηκαν στην Αμερική 200.000 Έλληνες, ενώ άλλοι κάνουν λόγο για 350.000 άτομα. Οι περισσότεροι από αυτούς ήταν άντρες και εργάζονταν στα ορυχεία, στα μεταλλουργεία και στην κατασκευή του σιδηροδρόμου κυρίως στο Κολοράντο, στη Γιούτα και στην Καλιφόρνια. Μετά από κάποια χρόνια ξεκίνησαν και οι γυναίκες με τα παιδιά τους να πηγαίνουν εκεί, ιδιαίτερα τις πρώτες δυο δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα, και ήταν τόσοι πολλοί που απαγορεύτηκε η μετανάστευσή τους αν δεν συνοδευόντουσαν από κάποιον άνδρα συγγενή.

Η δυνατή οικονομία της Αμερικής καθώς και η εικόνα της πως αποτελούσε έναν παράδεισο ευκαιριών με πλούτο και ευημερία, ώθησε ακόμα περισσότερους Έλληνες να πάνε εκεί, ειδικά όταν

²¹ Πηγή: <https://neoskosmos.com/el/209580/oi-ellines-tis-diasporas-mia-diachroniki-anadromi/>

επήλθε η κρίση με τις καλλιέργειες της σταφίδας. Το ταξίδι τότε όμως ήταν πολύ χρονοβόρο, μπορεί να κρατούσε και ένα μήνα με το πλοίο, αλλά και ακριβό, αφού πολλοί για να ταξιδέψουν πουλούσαν τα κτήματα και τα σπίτια τους. Επιπλέον, η υποδοχή στις Η.Π.Α. δεν ήταν πολύ φιλόξενη, ιδιαίτερα για τους μετανάστες με χαμηλό ή μηδαμινό εισόδημα. Οι Αμερικανοί τους αντιμετώπιζαν με αρκετή καχυποψία και ρατσισμό για αυτό και δημιουργήθηκαν δυο οργανώσεις στο εσωτερικό των ελληνικών κοινοτήτων, οι οποίες είχαν ως σκοπό να αντιμετωπίσουν όλες αυτές τις ξενοφοβικές αντιδράσεις. Έπειτα από κάποια χρόνια, αφού απομακρύνονταν σιγά – σιγά οι ρατσιστικές αντιλήψεις που κυριαρχούσαν και ο κόσμος ένιωθε ότι δεν απειλείται πλέον, ξεκίνησε και η ομαλή ένταξη των μεταναστών στην κοινωνία της Αμερικής. Μάλιστα, οι Έλληνες ξεκίνησαν έπειτα από κάποια χρόνια να ανοίγουν τις δικές τους επιχειρήσεις, κυρίως εστιατόρια, καφετέριες και μαγαζιά γυαλίσματος παπουτσιών, ενώ ιδρύθηκαν ελληνόφωνα περιοδικά και εφημερίδες. Επιπλέον, αναπτύχθηκαν πολιτισμικές δραστηριότητες όπως οι χοροί και οι θεατρικές παραστάσεις, αλλά και ελληνικά σχολεία. Σημαντικό ρόλο έπαιξε και η Ελληνική Ορθόδοξη Αρχιεπισκοπή της Βόρειας και της Νότιας Αμερικής, όπου μπορούσαν μέσω αυτής να συνδέονται οι μετανάστες μεταξύ τους.²²

Πλέον, οι Έλληνες που ζουν στις Η.Π.Α. έχουν έντονη την ελληνική τους συνείδηση και κουλτούρα, ακόμα και αν ζουν για πολλά χρόνια στην Αμερική. Αν και δεν μπορούν να μιλήσουν άπταιστα τη μητρική τους γλώσσα, καταφέρνουν να διατηρούν μια άριστη σχέση αλλά και συχνή επαφή με τους συγγενείς τους και τους φίλους τους στην Ελλάδα και πάντα είναι πρόθυμοι να γυρίσουν για λίγες μέρες στον τόπο τους όταν τους δίνεται η ευκαιρία.

Κάτι ακόμα που αξίζει να αναφερθεί είναι το γεγονός πως πολλοί είναι οι Έλληνες που έχουν διαπρέψει σε διάφορους τομείς μέσα στο πέρασμα των χρόνων στην Αμερική. Αυτοί είναι η τέχνη, η επιστήμη, η πολιτική, οι επιχειρήσεις κ.α. Παρακάτω θα αναφερθούν μερικές από τις μεγαλύτερες προσωπικότητες που έζησαν ή ζουν στις Η.Π.Α. και έχουν πετύχει επαγγελματικά, οι οποίοι έχουν ελληνική καταγωγή.

Στο κομμάτι της επιστήμης, ο Dr Γεώργιος Νικόλαος Παπανικολάου γεννήθηκε στην Κύμη το 1883 και σπούδασε ιατρική στο Πανεπιστήμιο Αθηνών. Το 1910 έκανε διδακτορικό στη ζωολογία στο Πανεπιστήμιο του Μονάχου. Το 1913 μετανάστευσε στη Νέα Υόρκη όπου στην αρχή χρειάστηκε να δουλέψει σε πολυκατάστημα ως πωλητής. Το 1914 έλαβε θέση στο τμήμα παθολογίας του Πανεπιστημίου της Νέας Υόρκης και στο τμήμα ανατομίας του Ιατρικού Κολλεγίου του Πανεπιστημίου του Κορνέλ. Ο Dr Γεώργιος Παπανικολάου ήταν πρωτοπόρος στην αποσαφήνιση της φυσιολογίας και των κυτταρολογικών χαρακτηριστικών του γυναικείου

²² Πηγή: <https://www.hellenicparliament.gr/onlinepublishing/apd/254-300.pdf>

αναπαραγωγικού συστήματος. Έμεινε στην ιστορία για τη δημιουργία του γνωστού σε όλους τεστ Παπανικολάου, το οποίο έφερε επανάσταση στην έγκαιρη ανίχνευση του καρκίνου του τραχήλου της μήτρας.²³ Ένας ακόμα διακεκριμένος επιστήμονας είναι ο Νανόπουλος Δημήτρης. Γεννήθηκε στην Αθήνα το 1948. Σπούδασε στο τμήμα Φυσικής του Πανεπιστημίου Αθηνών και έπειτα πήρε το διδακτορικό του από το Πανεπιστήμιο του Σάσσεξ της Αγγλίας στη θεωρητική φυσική των υψηλών ενεργειών. Το 1989 έγινε καθηγητής στο Πανεπιστήμιο του Τέξας στο τμήμα της Φυσικής. Έχει διατελέσει ερευνητής στο κέντρο Πυρηνικών Ερευνών Ευρώπης (Cern), στο École Normale Supérieure στο Παρίσι, καθώς επίσης και στο Πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ. Το 1997 διορίστηκε ως τακτικό μέλος της Ακαδημίας των Αθηνών. Μέσα από τα άρθρα του (πάνω από 680) έχει θεσπιστεί ως ο 4^{ος} πιο αναφερόμενος άνθρωπος πάνω στα θέματα της φυσικής.²⁴

Στον επιχειρηματικό κλάδο υπάρχουν ακόμα περισσότεροι Αμερικανοί με ελληνική καταγωγή που έχουν κατορθώσει να πετύχουν και να είναι γνωστοί παγκοσμίως, κάποιοι από τους οποίους είναι:

- Jim Davis (7,7 δισ. \$): Είναι ιδιοκτήτης της εταιρίας αθλητικών ειδών New Balance. Είναι παιδί μεταναστών από την Ελλάδα.
- Tom Gores (6,6 δισ. \$): Προϊστάται στην Platinum Equity η οποία είναι ένας οργανισμός διατήρησης επενδύσεων. Το portfolio της Platinum Equity διαθέτει διαφόρων κλάδων επιχειρήσεις.
- John A. Catsimatidis (3,3 δισ. \$): Είναι πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Red Apple. Το portfolio της Red Apple περιλαμβάνει δραστηριότητες σχετικά με πετρελαιοειδή, σούπερ μάρκετ, παντοπωλεία και αγορά ακινήτων.
- Πρέσβης Γεώργιος Λ. Αργυρός (2,7 δισ. \$): Υπηρέτησε ως Πρέσβης των Η.Π.Α. στην Ισπανία και δραστηριοποιείται στα ακίνητα, τον αθλητισμό και τη διεθνή διπλωματία.
- Ted Sarantos: Γεννημένος στην Αριζόνα το 1964. Ο παππούς του είχε μεταναστεύσει στην Αμερική σε πολύ μικρή ηλικία από τη Σάμο. Αύτη τη στιγμή είναι Chief Executive Officer στη Netflix. Έχει σπουδάσει δημοσιογραφία στο Πανεπιστήμιο της Αριζόνα. Το 2013 το περιοδικό Time τον κατέταξε ανάμεσα στους 100 ανθρώπους με τη μεγαλύτερη επιρροή παγκοσμίως.
- Albert Bourla: Γεννήθηκε το 1961 στη Θεσσαλονίκη. Σπούδασε στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο της Θεσσαλονίκης στο τμήμα της κτηνιατρικής. Έπειτα, απέκτησε το διδακτορικό του στο ίδιο πανεπιστήμιο στη βιοτεχνολογική αναπαραγωγή. Το 1993 εντάχθηκε στο εργατικό προσωπικό της Pfizer ως γιατρός κτηνιατρικής και τεχνικός

²³ Πηγή: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4613936/>

²⁴ Πηγή: <http://www.academyofathens.gr/el/node/1828>

διευθυντής στο τμήμα υγείας των ζώων. Πλέον είναι CEO της τεράστιας αυτής εταιρίας φαρμάκων.²⁵

Όσον αφορά τον τομέα της τέχνης και του κινηματογράφου, αρκετοί είναι οι διάσημοι που έχουν καταφέρει να αποκτήσουν παγκόσμια φήμη στον κλάδο τους και έχουν ελληνική καταγωγή. Κάποιοι από αυτούς είναι:

- Μαρία Κάλλας ή αλλιώς Μαρία Καλογεροπούλου: Γεννήθηκε το 1923 στη Νέα Υόρκη από Έλληνες γονείς. Ύστερα από το χωρισμό των γονιών της μετακόμισε στην Ελλάδα με τη μητέρα της και την αδερφή της όταν εκείνη ήταν 13 χρονών. Στην ηλικία των 15 ξεκίνησε τα μαθήματα της Όπερας. Το 1947 κάνει το ντεμπούτο στην αρένα της Βερόνα με τη “Τζοκόντα” του Αμιλκάρε Πονκιέλι. Το μεγάλο βήμα στην καριέρα της το έκανε το 1951 όταν άνοιξε τη σεζόν στη σκάλα του Μιλάνου με τους “Σικελικούς Εσπερινούς”. Το 1956 εμφανίστηκε επίσης στη Μητροπολιτική Όπερα της Νέας Υόρκης. Η Μαρία Κάλλας επίσης έχει πρωταγωνιστήσει στην Αρχαία Επίδαυρο το 1960.
- Nia Vardalos ή αλλιώς Αντωνία Ευγενία Βαρδάλου: Ο πατέρας της γνωστής αυτής ηθοποιού ήταν Έλληνας μετανάστης από τα Καλάβρυτα. Διάσημη ταινία της ήταν το “Γάμος αλά Ελληνικά” όπου και σατίριζε τις ελληνοαμερικανικές οικογένειες.
- John Stamos ή αλλιώς Γιάννης Σταματόπουλος: Είναι Αμερικανός ηθοποιός και μουσικός και ο πατέρας του ήταν ελληνικής καταγωγής. Είναι γνωστός για τις εμφανίσεις του σε διάσημες τηλεοπτικές σειρές όπως “Full House”, “ER” κ.α.
- Zach Galifianakis: Επίσης πολύ γνωστός κωμικός ηθοποιός με καταγωγή από την Κρήτη. Η ταινίες που τον έκαναν διάσημο ήταν τα “Hangover”, “Hangover II” και “Hangover III”.
- Jennifer Aniston: Εξίσου διάσημη ηθοποιός που κατάγεται από την Κρήτη, με το επώνυμό της να είναι Αναστασάκη. Έγινε ευρύτερα γνωστή με τη συμμετοχή της στη σειρά “Friends” και από τότε έχει πρωταγωνιστήσει σε πλήθος ταινιών και σειρών.
- Maria Menounos: Αμερικανίδα δημοσιογράφος και ηθοποιός με ελληνική καταγωγή από την Αρκαδία. Έχει παρουσιάσει σημαντικά κοσμικά θεάματα και έχει πάρει συνεντεύξεις από

²⁵Πηγή:

https://www.ekirikas.com/omogeneia_ameriki/arthro/oi_50_plousioteroi_ellines_ton_ipa_opos_prokryptoun_apo_tin_eidi_ki_ekdosi_tou_the_national_herald-335539/

πολύ γνωστούς ανθρώπους όπως τον Μπαράκ Ομπάμα. Επίσης, έχει παίξει σε πολύ γνωστές ταινίες όπως το ‘‘Fantastic Four’’.²⁶

²⁶ Πηγή: <https://www.fortunegreece.com/photo-gallery/deka-diasimi-tou-exoterikou-me-elliniki-katagogi/#7>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ-ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

4.1 Χρονοσειρές

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει η ανάλυση των χρονοσειρών και στη συνέχεια η επιλογή του κατάλληλου μοντέλου, από το οποίο θα προκύψουν οι προβλέψεις για τον εισερχόμενο τουρισμό από τις Η.Π.Α. Η πρόβλεψη πραγματοποιήθηκε για τους μήνες 01/01/2020- 31/12/2020 μέσω του προγράμματος Statgraphics. Τα δεδομένα των χρονοσειρών αντλήθηκαν από την Τράπεζα της Ελλάδος, ύστερα από έρευνα.

Ως χρονοσειρά ορίζεται η σειρά των τιμών που λαμβάνει μια μεταβλητή σε διαδοχικές χρονικές περιόδους. Οι σκοποί της διαχρονικής ανάλυσης μια μεταβλητής είναι πρώτον η περιγραφή της μέχρι τώρα διαχρονικής εξέλιξης και η δεύτερον η πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς της. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της είναι:

- Η γραμμικότητα ή μη του συστήματος, δηλαδή οι μεταβλητές να αλληλοεπιδρούν γραμμικά.
- Η κυκλική επαναλαμβανόμενη δομή σε διαδοχικά χρονικά πλαίσια.
- Η περιοδικότητα ή η στασιμότητα

Επιπλέον, οι τιμές της χρονοσειράς εμφανίζουν κάποια χαρακτηριστικά τα οποία ονομάζονται συνιστώσες και αυτά είναι:

- Η τάση, η οποία μπορεί να είναι ανοδική, καθοδική ή σύνθετη. Μπορεί επίσης να είναι παράλληλη στον άξονα του χρόνου όπου σε αυτή την περίπτωση θεωρείται ανύπαρκτη.
- Η κυκλικότητα, όπου όταν η χρονοσειρά δεν χαρακτηρίζεται από την συνιστώσα της κυκλικότητας σημαίνει ότι δεν έχει περίοδο επανάληψης, φαινόμενο ιδιαίτερα σπάνιο.
- Η εποχικότητα όπου σημαίνει ότι η περιοδική βραχυχρόνια περιοδική κίνηση εκδηλώνεται και επαναλαμβάνεται σε όλες τις στιγμές της χρονοσειράς.
- Τέλος, ο άρρυθμος παράγοντας ο οποίος υπάρχει σε όλες τις χρονοσειρές, διότι εκτός του ότι υπάρχουν τυχαίες επιδράσεις, οι τιμές των χρονοσειρών εμπεριέχουν σφάλματα, τα οποία είναι αναπόφευκτο να συμβούν.

Ωστόσο υπάρχουν και κάποιοι άλλοι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τη μορφή των χρονοσειρών. Αυτοί είναι:

- Ασυνήθιστα και σημαντικά γεγονότα: κατά τη διάρκεια των χρονοσειρών, μπορεί να συμβούν διάφορα γεγονότα, τα οποία θα επηρεάσουν άμεσα τις τιμές αυτών. Αυτά θα μπορούσαν να ήταν κάποιος πόλεμος, φυσικές καταστροφές όπως σεισμοί κ.α.
- Μετακινήσεις ημερομηνιών και εορτών: οι εορτές που δεν είναι σταθερές επηρεάζουν τις τιμές μιας χρονοσειράς. Για παράδειγμα εάν το Πάσχα την μια χρονιά εορτάζεται τον Μάιο θα έχει αυξητικές τιμές σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά που θα είχε εορταστεί τον Απρίλιο.
- Αριθμός ημερών αργίας κατά μήνα: όταν ένας μήνας περιέχει αργίες ή περισσότερες Κυριακές, είναι φυσιολογικό να επηρεάζει τις τιμές των χρονοσειρών αυξητικά.
- Ο αριθμός ημερών κάθε μήνα: κάποιοι μήνες είναι μεγαλύτεροι σε σχέση με τους άλλους, όπως για παράδειγμα ο Ιανουάριος είναι 10% μεγαλύτερος σε σχέση με το Φεβρουάριο κάθε δίσεκτου έτους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχει διαφορά στις τιμές της κάθε χρονοσειράς.

4.2 Μοντέλα προβλέψεων – ανάλυση μεθοδολογίας

Οι μέθοδοι πρόβλεψης, κάνουν χρήση ιστορικών δεδομένων ώστε να επιτευχθεί η καλύτερη κατανόηση της δομής. Οι ποσοτικές μέθοδοι χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, η μια εκ των οποίων είναι οι τεχνικές πρόβλεψης, οι οποίες στηρίζονται στις χρονολογικές σειρές ή χρονοσειρές. Η δεύτερη κατηγορία είναι οι τεχνικές πρόβλεψης, οι οποίες στηρίζονται στα αιτιώδη μοντέλα.

Στην συγκεκριμένη εργασία, έχει γίνει χρήση της τεχνικής πρόβλεψης, η οποία στηρίζεται στις χρονολογικές σειρές ή χρονοσειρά. Αυτό σημαίνει ότι έχει γίνει ανάλυση ακολουθιών δεδομένων, τα οποία είναι παρατηρήσεις πάνω σε μία τυχαία μεταβλητή που έχουν ληφθεί σε διαδοχικές και ίσες χρονικές στιγμές. Οι μελλοντικές προβλέψεις δηλαδή βασίζονται πάνω στις παρελθοντικές και στις τρέχουσες παρατηρήσεις. Στο μοντέλο αυτής της κατηγορίας θα πρέπει να αναφερθεί ένα πολύ σημαντικό μειονέκτημα, το οποίο είναι ότι οι προβλέψεις δίνονται ανεξάρτητα τις μεταβολές του περιβάλλοντος.

Για να πραγματοποιηθεί η λήψη των προβλέψεων είναι αναγκαίο να γίνει αναγνώριση του υπαινισσόμενου σχήματος συμπεριφοράς και να γίνει προβολή του στο μέλλον, πάντα όμως με την προϋπόθεση ότι το πρότυπο συμπεριφοράς στο παρελθόν θα είναι σε ισχύ και μελλοντικά. Δηλαδή η μακροχρόνια τάση, οι εποχικές κυμάνσεις, οι κυκλικές κυμάνσεις και οι τυχόν τυχαίες μεταβολές είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους καθώς επίσης ενεργούν προσθετικά. Έτσι, τα υποδείγματα που χρησιμοποιούνται είναι:

- Το αθροιστικό που πρόκειται ουσιαστικά για το άθροισμα των 4 ανεξαρτήτων συνιστωσών.
- Το πολλαπλασιαστικό που είναι το γινόμενο των 4 ανεξαρτήτων συνιστωσών.
- Τα μικτά μοντέλα

Η μεθοδολογία της κλασικής ανάλυσης των χρονοσειρών πραγματοποιείται σε δυο βήματα. Πρώτα γίνεται η απομόνωση και μετά η διερεύνηση των συνιστωσών. Αποτέλεσμα αυτής είναι να γνωρίζει κάποιος σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, ποιο είναι το επίπεδο κάθε συνιστώσας, καθώς επίσης και τι συνεισφέρει στην τιμή της χρονοσειράς. Οι βασικές μέθοδοι της κλασικής ανάλυσης των χρονολογικών σειρών είναι:

- Προσδιορισμού της μακροχρόνιας τάσης, η οποία μελετάται είτε με το να προσαρμοστεί μια κατάλληλη εξίσωση τάσης είτε με το να υπολογιστούν ορισμένες ποσοτικές εκφράσεις ή αλλιώς κινητά μέσα.
- Προσδιορισμού της εποχικότητας όπου προσδιορίζεται, περιγράφεται και διερευνάται είτε με τη μέθοδο των ποσοστών ως προς το μηνιαίο μέσο, είτε με τη μέθοδο των ποσοστών ως προς τη μηνιαία τάση, είτε με τη μέθοδο των ποσοστών ως προς το μηνιαίο κινητό μέσο.
- Προσδιορισμού της κυκλικότητας, στην οποία πραγματοποιούνται τα βήματα ως εξής:
 1. Απαλοιφή εποχικότητας
 2. Απαλοιφή μακροχρόνιας τάσης
 3. Υπολογισμός εκ νέου των κινητών μέσων απαλείφοντας τους άρρυθμους παράγοντες
 4. Υπολογισμός των δεικτών κυκλικότητας

Όσον αφορά τη στατιστική ανάλυση των χρονοσειρών έχει ως σκοπό την ποσοτική μέτρηση και το διαχωρισμό των συνιστωσών που την αποτελούν. Ο διαχωρισμός κρίνεται απαραίτητος καθώς

κάποιες πρέπει να αφαιρεθούν και άλλες θα πρέπει να επεξεργαστούν διαφορετικά. Η διαδικασία αυτή πραγματοποιείται ως εξής:

1. Προσδιορισμός μακροχρόνιας τάσης
2. Προσδιορισμός εποχικότητας
3. Απαλοιφή εποχικών κυμάτων
4. Απαλοιφή τάσης
5. Προσδιορισμός κυκλικών κυμάτων
6. Απαλοιφή κυκλικών κυμάτων

Τα βήματα για την ανάλυση της χρονοσειράς και τη λήψη πρόβλεψης είναι:

1. Εξασφαλίζεται η στατικότητα της χρονοσειράς
2. Εξασφαλίζεται ότι δεν υπάρχει περιοδικότητα
3. Εξασφαλίζεται το κατάλληλο μοντέλο
4. Εκτιμώνται οι άγνωστες παράμετροι του μοντέλου
5. Γίνεται χρήση του μοντέλου για πρόβλεψη

4.3 Η προσέγγιση Box – Jenkins

Η συγκεκριμένη μέθοδος ξεκίνησε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 1960 και το αποκορύφωμά της έγινε γύρω στο 1970 με τη μελέτη των καθηγητών Box και Jenkins που ονομάζεται «Time series Analysis, Forecasting and Control». Πιο αναλυτικά, η προσέγγιση αυτή μελετά την αναγνώριση ενός ιδιαίτερου υποδείγματος στατιστικής όπου και προσαρμόζεται σε μια δεδομένη χρονολογική σειρά με συγκεκριμένα στάδια τα οποία είναι:

Η αναγνώριση του συγκεκριμένου υποδείγματος μέσω της παρατήρησης των συναρτήσεων αυτοσυσχέτισης και της μερικής αυτοσυσχέτισης της χρονοσειράς.

Η εκτίμηση των τιμών των σχετικών παραμέτρων.

Η εκτέλεση των επαληθευτικών δοκιμών, οι οποίες θα κρίνουν εάν το υπόδειγμα είναι ικανοποιητικό ή όχι.

Έπειτα, κρίθηκε αναγκαία η γνώση κάποιων υποδειγμάτων στα οποία η αναγνώριση των διαγραμμάτων αυτοσυσχέτισης θα μπορούσε να αναγνωριστεί πιο εύκολα, οπότε και δημιουργήθηκαν τρεις στάσιμες στοχαστικές διαδικασίες οι οποίες είναι:

- Η αυτοπαλινδρομική (AR)
- Η τεχνική του κινητού μέσου (MA)
- Η μικτή διαδικασία (ARMA)

Η Box – Jenkins ARIMA (Auto-**R**egressive **I**ntegrated **M**oving **A**verage) τεχνική δίνει μορφή υποδείγματος στην πιο γενική μορφή σε μία διακριτή χρονοσειρά ως συνάρτηση αυτοπαλινδρομούμενων όρων, κινούμενου μέσου και μιας σταθεράς. Επίσης, περιλαμβάνει έναν τύπο εποχικού παράγοντα και έναν μη εποχικού. Η μορφή αυτού είναι:

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

Όπου:

p: η τάση αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα

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

q: η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα

P: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του εποχικού παράγοντα

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

Q: η τάξη κινούμενου μέσου του εποχικού παράγοντα

s: η εποχικότητα της χρονοσειράς

Τα στάδια για να πραγματοποιηθεί η συγκεκριμένη μέθοδος είναι 3 τα οποία και αναφέρονται παρακάτω. Έπειτα γίνεται η αξιολόγηση και η επιλογή του κατάλληλου υποδείγματος.

- **1^ο Στάδιο: Ταυτοποίηση**

Στο συγκεκριμένο στάδιο θα γίνει η επιλογή ενός τυχαίου μοντέλου, το οποίο θα δείξει εάν η συγκεκριμένη χρονοσειρά διαθέτει κάποια χαρακτηριστικά όπως είναι η τάση και η εποχικότητα. Επιπλέον, στο συγκεκριμένο στάδιο γίνεται και η γραφική απεικόνιση της μεταβλητής χρονοσειράς καθώς επίσης και η απεικόνιση των συναρτήσεων Αυτοσυσχέτισης (Autocorrelation, ACF) και της Μερικής Αυτοσυσχέτισης (Partial Autocorrelation, PACF).

- **2^ο Στάδιο: Εκτίμηση**

Στο δεύτερο αυτό στάδιο λαμβάνει χώρα η εκτίμηση των παραμέτρων του μοντέλου αφού πρώτα γίνει η προσαρμογή αυτού στα δεδομένα. Παράλληλα γίνεται έλεγχος για το κατά πόσο σημαντικοί είναι οι παράμετροι, καθώς επίσης και η πρόβλεψη του μέρους της χρονοσειράς που χρησιμοποιείται για αυτό το σκοπό. Τέλος αποφασίζεται η αποδοχή ή η απόρριψη του μοντέλου.

- **3^ο Στάδιο: Διαγνωστικός έλεγχος**

Εδώ πραγματοποιείται ο έλεγχος για το κατά πόσο καλή είναι η προσαρμογή του υποδείγματος. Δηλαδή σε τι ποσότητα τα δεδομένα ταιριάζουν με το υπόδειγμα. Αυτό γίνεται γιατί μπορεί κάποιο άλλο υπόδειγμα ARIMA να ανταπεξέρχεται καλύτερα.

Για να αξιολογηθεί το υπόδειγμα σωστά πρέπει να πληροί κάποια κριτήρια όπως είναι η ρίζα του μέσου τετραγώνου του σφάλματος (Root Mean Square Error), το μέσο απόλυτο σφάλμα (Mean Absolute Error) και το μέσο απόλυτο ποσοστιαίο σφάλμα (Mean Absolute Percentage Error). Οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται για να δείξουν πόσο αξιόπιστη είναι η εξέλιξη της χρονοσειράς από τις διάφορες τεχνικές πρόβλεψης. Όσο μικρότερος είναι ο αριθμός των δεικτών τόσο καλύτερη θεωρείται.

Όσον αφορά την επιλογή του κατάλληλου υποδείγματος υπάρχουν δυο βασικά κριτήρια που πρέπει να πληρούνται. Πρώτον αυτό των πληροφοριών Akaike (Akaike Information Criterion) και δεύτερον το διάστημα της εμπιστοσύνης. Το διάστημα της εμπιστοσύνης δείχνει το πόσο κοντά βρίσκονται οι προβλεπόμενες τιμές που υπολογίστηκαν από το εκτιμημένο υπόδειγμα σε σχέση με τις πραγματικές τιμές.

Στη συνέχεια πραγματοποιείται ο έλεγχος των καταλοίπων όπου θα πρέπει τα κατάλοιπα να μην αυτοσυσχετίζονται. Με τον συγκεκριμένο έλεγχο μπορεί κανείς να καταλήξει σε ορισμένα συμπεράσματα όπως το ότι μπορεί να υπάρχει ανεπαρκής προσαρμογή του υποδείγματος, καθώς επίσης μπορεί να δείξει και τις αναγκαίες τροποποιήσεις που πρέπει να γίνουν ώστε το υπόδειγμα να κριθεί κατάλληλο.

Ο έλεγχος της τάξης του υποδείγματος πραγματοποιείται με τη διαδικασία της υπερπροσαρμογής. Βάσει αυτής, γίνεται σύγκριση του υποδείγματος με ένα άλλο μεγαλύτερης τάξης, ώστε να γίνει ο έλεγχος της καταλληλότητάς του. Αν όντως είναι το πιο κατάλληλο, οι επιπλέον συντελεστές στα μεγαλύτερα υποδείγματα θα πρέπει να μην είναι στατιστικά διαφορετικοί από το μηδέν.

Η εγκυρότητα της πρόβλεψης γίνεται βάση κάποιων συγκεκριμένων κριτηρίων τα οποία είναι:

- Οι σταθερές συνθήκες που επηρεάζουν τις τιμές της μεταβλητής. Δηλαδή η χρήση των παλιών δεδομένων να γίνει σε ίδιες σχεδόν συνθήκες με το διάστημα στο οποίο θα γίνει η πρόβλεψη.
- Η πρόβλεψη θα πρέπει να είναι πεπερασμένη σε πλήθος στοιχείων. Αυτό συμβαίνει διότι όσο μεγαλύτερη είναι η απομάκρυνση από την τελευταία παρατήρηση τόσο περισσότερο αυξάνεται η αβεβαιότητα.
- Το δείγμα θα πρέπει να έχει πλήθος δεδομένων. Όσο μικρότερο είναι τόσο πιο πολύ αμφισβητείται και η εγκυρότητα της πρόβλεψης.
- Η συμβατότητα των δεδομένων μεταξύ τους κρίνεται επίσης πολύ σημαντική
- Το μοντέλο θα πρέπει να είναι κατάλληλο για τα δεδομένα καθώς επίσης να δίνει προβλέψεις οι οποίες είναι κοντινές με τις πραγματικές τιμές.

Παρ' όλα αυτά, αν και η μέθοδος Box – Jenkins είναι ακριβής στις προβλέψεις μέσω των χρονολογικών σειρών και διαθέτει μία ολοκληρωμένη προσέγγιση στη δημιουργία των υποδειγμάτων, έχει και κάποια μειονεκτήματα που πρέπει να αναφερθούν. Κάποια από αυτά είναι:

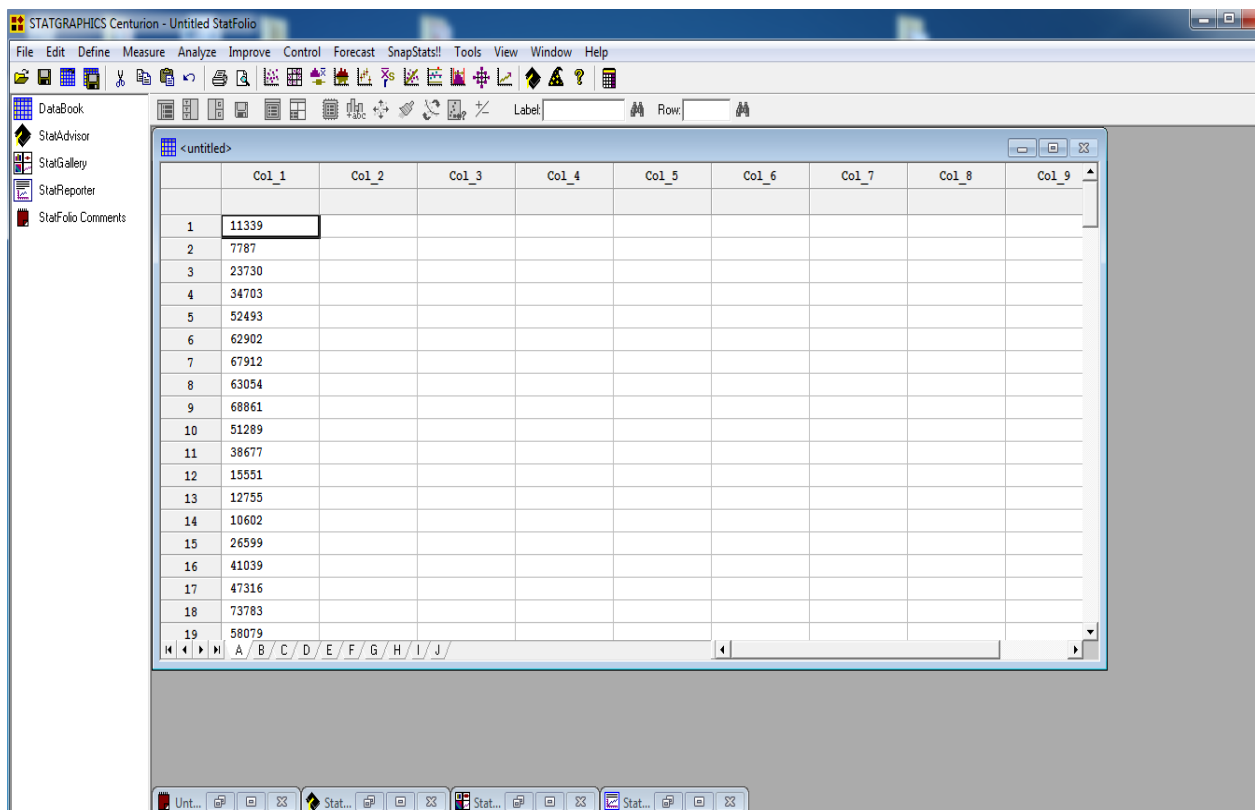
- Απαιτείται μεγάλος αριθμός δεδομένων ώστε να είναι η πρόβλεψη όσο το δυνατόν πιο αξιόπιστη.
- Δεν υπάρχουν συστηματικές μέθοδοι για την κατεύθυνση της αποτελεσματικότητας του υποδείγματος, όπως συμβαίνει με άλλες μεθόδους.
- Απαιτεί πολύ χρόνο καθώς επίσης και εξειδικευμένο προσωπικό για τη δημιουργία του πιο κατάλληλου υποδείγματος.

- Τα μοντέλα θα συνεχίσουν να δίνουν προβλέψεις χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος.

4.4 Πρόβλεψη αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα

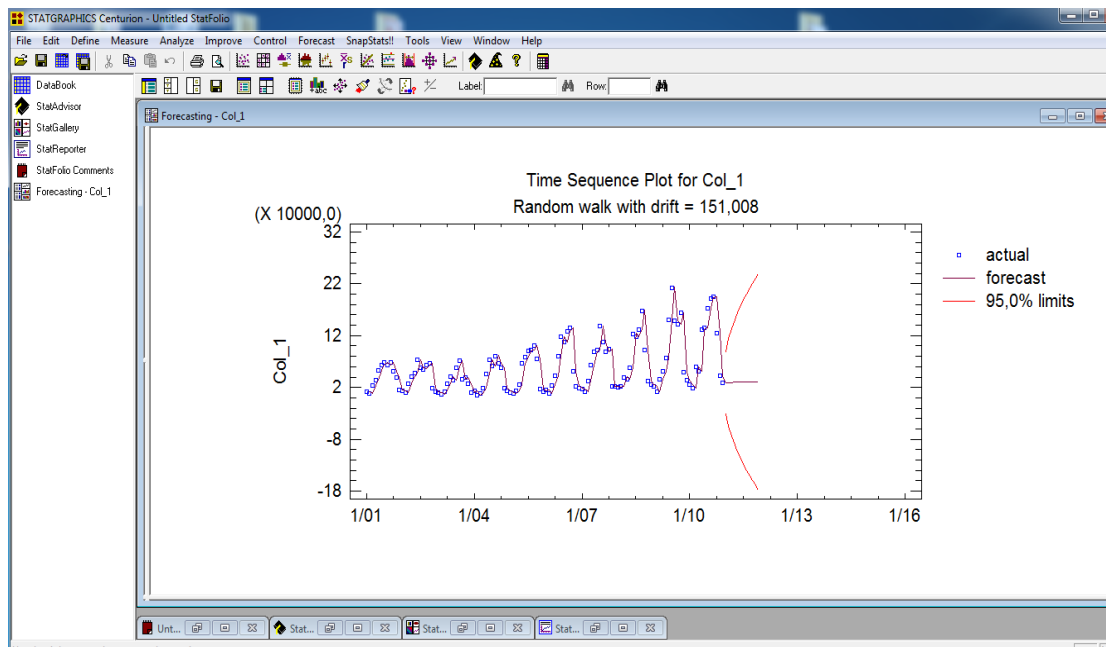
Σε αυτό το τελικό στάδιο θα πραγματοποιηθεί η πρόβλεψη των αφίξεων για κατοίκους του εξωτερικού και συγκεκριμένα για κατοίκους από την Αμερική. Τα δεδομένα τα οποία αποτελούν τις χρονοσειρές έχουν αντληθεί από την Τράπεζα της Ελλάδος. Να σημειωθεί πως ξεκινάνε από τον Ιανουάριο του 2010 και φτάνουν έως τον Δεκέμβριο του 2019. Για την πραγματοποίηση της πρόβλεψης έχει γίνει χρήση του προγράμματος Statgraphics.

Το πρώτο βήμα για την εύρεση του κατάλληλου μοντέλου είναι να περαστούν τα δεδομένα στο συγκεκριμένο πρόγραμμα.



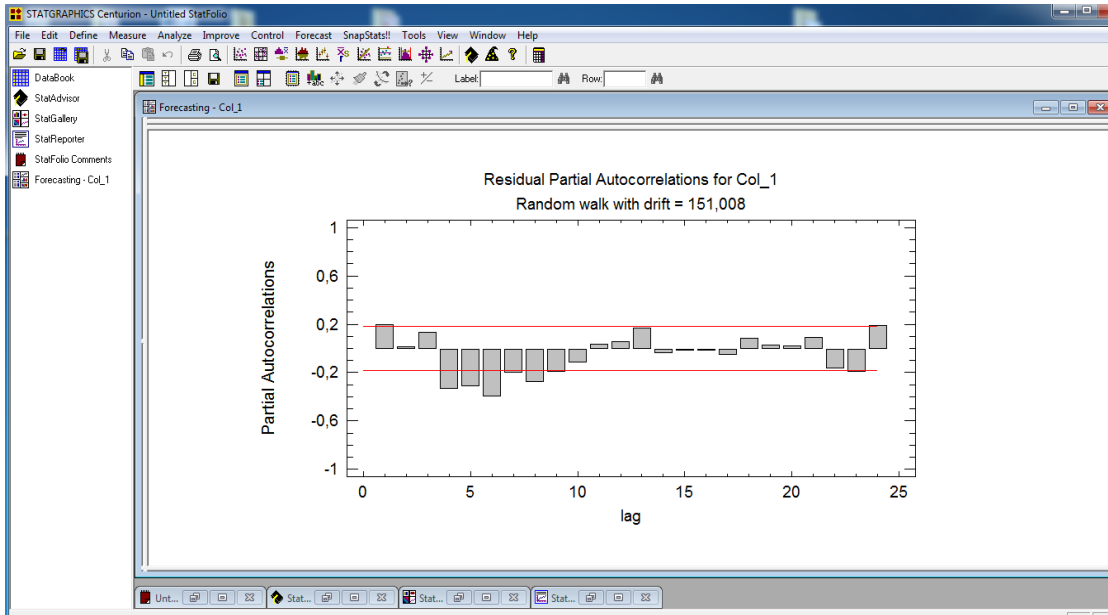
Εικόνα 39: Εισαγωγή δεδομένων στο πρόγραμμα

Στο δεύτερο βήμα θα εξεταστεί εάν το δείγμα χαρακτηρίζεται από εποχικότητα. Στην εικόνα παρακάτω παρουσιάζεται η τάση των μηνιαίων αφίξεων και παρατηρείται πως έχει αρκετές διακυμάνσεις αλλά τα τελευταία χρόνια είναι ανοδική.

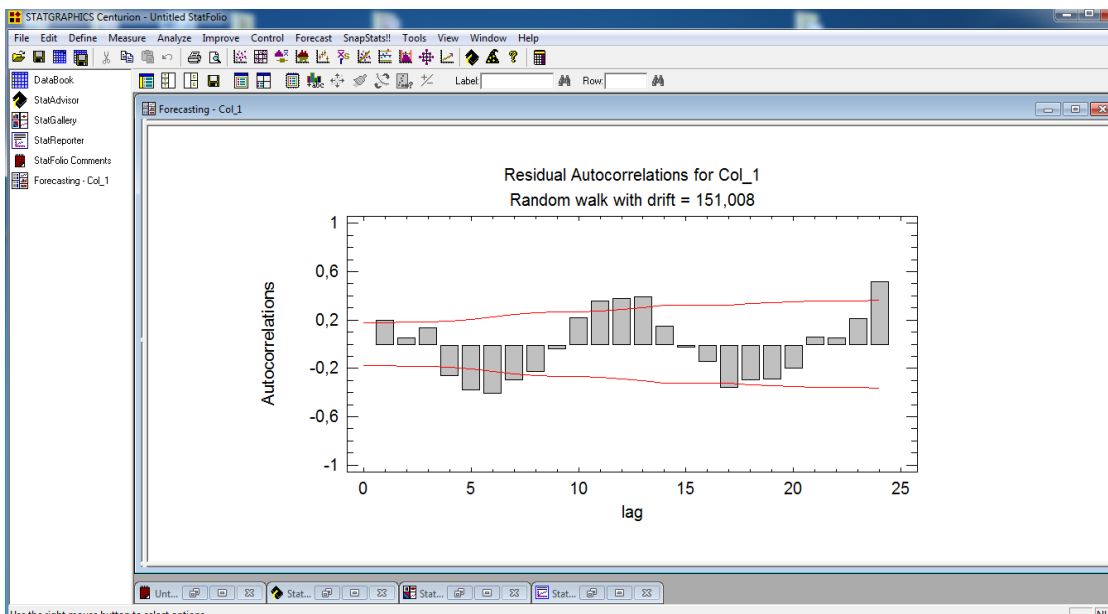


Εικόνα 40: Γράφημα χρονοσειράς

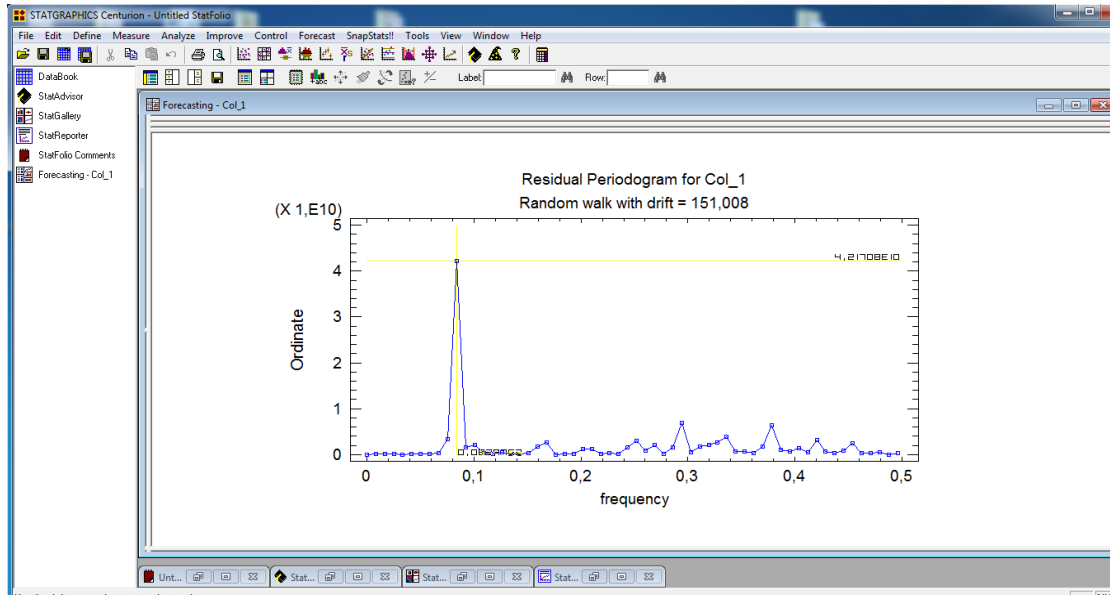
Στη συνέχεια οι εικόνες που ακολουθούν δείχνουν πως υπάρχει δωδεκάμηνη εποχικότητα στο δείγμα, μιας και οι μπάρες προεξέχουν στο γράφημα Residual Autocorrelations. Συγκεκριμένα η 12^η ράβδος κυρίως βρίσκεται εκτός χοάνης. Αυτό γίνεται και αντιληπτό από το περιοδόγραμμα της χρονοσειράς, το οποίο δείχνει ότι το μεγάλο peak γίνεται στο 0,083. Ο τύπος της τετμημένης είναι Τετμημένη= 1/s. Άρα η εποχικότητα ύστερα από την εφαρμογή του τύπου βγαίνει ίση με το 12.



Εικόνα 41: Γράφημα μερικών αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων



Εικόνα 42: Γράφημα αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων



Εικόνα 43: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς

Αφού υπολογιστεί η εποχικότητα, ακολουθεί η ανάλυση της χρονοσειράς και η εύρεση του κατάλληλου μοντέλου. Τα υποψήφια μοντέλα είναι τα εξής:

- (A) Brown's linear exp. smoothing with $\alpha = 0,0799$
Seasonal adjustment: Multiplicative
- (B) Holt's linear exp. smoothing with $\alpha = 0,1615$ and $\beta = 0,0361$
Seasonal adjustment: Multiplicative
- (C) Brown's quadratic exp. smoothing with $\alpha = 0,0545$
Seasonal adjustment: Multiplicative
- (D) Winter's exp. smoothing with $\alpha = 0,21$, $\beta = 0,0001$, $\gamma = 0,2013$
- (E) ARIMA (1,0,0) x (0,1,4)₁₂ with constant
Math adjustment: Box-Cox with power = 0,058 and addend = 3,0

Model	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE
(A)	16817,7	10997,3	20,1852	1049,28	-3,47252
(B)	16817,3	10905,8	19,9968	1218,67	-3,11132
(C)	17126,3	11314,7	20,9948	-309,062	-5,87501
(D)	18196,5	12690,6	31,4708	-3546,39	-23,0616
(E)	13511,5	8073,76	15,2714	604,119	-4,17546

Πίνακας 15: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων

Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	16817,7	OK	OK	**	OK	***
(B)	16817,3	OK	OK	**	OK	***
(C)	17126,3	OK	OK	**	OK	***
(D)	18196,5	OK	OK	*	OK	***
(E)	13511,5	OK	OK	OK	OK	OK

Πίνακας 16: Διαγνωστικοί έλεγχοι καταλοίπων

Οι έλεγχοι των σφαλμάτων υποψήφιων μοντέλων είναι:

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

Το μοντέλο λοιπόν που έχει το μικρότερο RMSE σε σχέση με τα άλλα και πέρασε και τους 5 ελέγχους σφαλμάτων είναι το **ARIMA (1,0,0)x(0,1,4)12** που έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

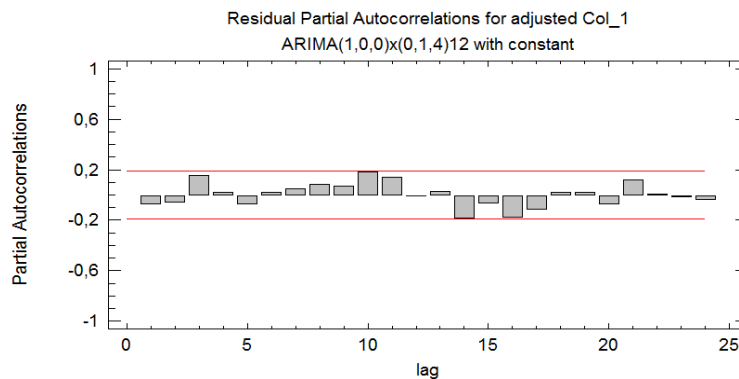
	<i>Estimation</i>	<i>Validation</i>
<i>Statistic</i>	<i>Period</i>	<i>Period</i>
RMSE	13511,5	
MAE	8073,76	
MAPE	15,2714	
ME	604,119	
MPE	-4,17546	

Πίνακας 17: Χαρακτηριστικά μοντέλου ARIMA

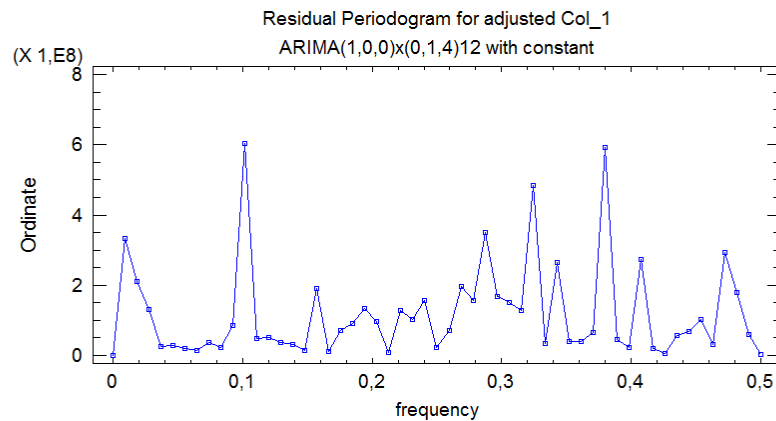
Parameter	Estimate	Std. Error	T	P-Value
AR (1)	0,375807	0,0929241	4,04424	0,000102
SMA (1)	0,931616	0,0729504	12,7705	0,000000
SMA (2)	-0,21324	0,107454	-1,98447	0,049890
SMA (3)	0,803619	0,0707327	11,3614	0,000000
SMA (4)	0,648569	0,0470665	-13,7798	0,000000
Mean	4644,06	478,55	9,7045	0,000000
Constant	2898,79			

Πίνακας 18: Έλεγχοι παραμέτρων ARIMA (1,0,0)x(0,1,4)12

Παρακάτω παρουσιάζονται δυο γραφήματα του συγκεκριμένου μοντέλου. Το ένα είναι των μερικών αυτοσυσχετίσεων και το άλλο είναι το περιοδόγραμμα της χρονοσειράς.



Πίνακας 19: Γράφημα μερικών αυτοσυσχετίσεων του μοντέλου ARIMA (1,0,0)x(0,1,4)12



Πίνακας 20: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς του μοντέλου ARIMA (1,0,0)x(0,1,4)12

Όπως φάνηκε στα προηγούμενα στοιχεία, το μοντέλο ARIMA (1,0,0)x(0,1,4)12 είναι το πλέον κατάλληλο για να γίνει επιτυχώς η πρόβλεψη των αφίξεων των Αμερικανών τουριστών, η οποία και παρουσιάζεται στον πίνακα και στο διάγραμμα παρακάτω. Να αναφερθεί πως το διάστημα για το οποίο γίνεται η πρόβλεψη είναι για τους μήνες 01/01/2020- 31/12/2020.

		<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
<i>Period</i>	<i>Forecast</i>	<i>Limit</i>	<i>Limit</i>
1/20	30384	18136,9	50141,2
2/20	13588	7618,26	23783,9
3/20	41759	24182,9	70910,1
4/20	78192	46158,7	130402,
5/20	138615	83262,9	227410,
6/20	147022	88467,6	240804,
7/20	194164	117802,	315550,
8/20	191901	116389,	311975,
9/20	143224	86114,6	234757,
10/20	124003	74235,1	204085,
11/20	55814	32597,7	94021,6
12/20	34614	19908,0	59158,6

Πίνακας 21: Προβλέψεις αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα



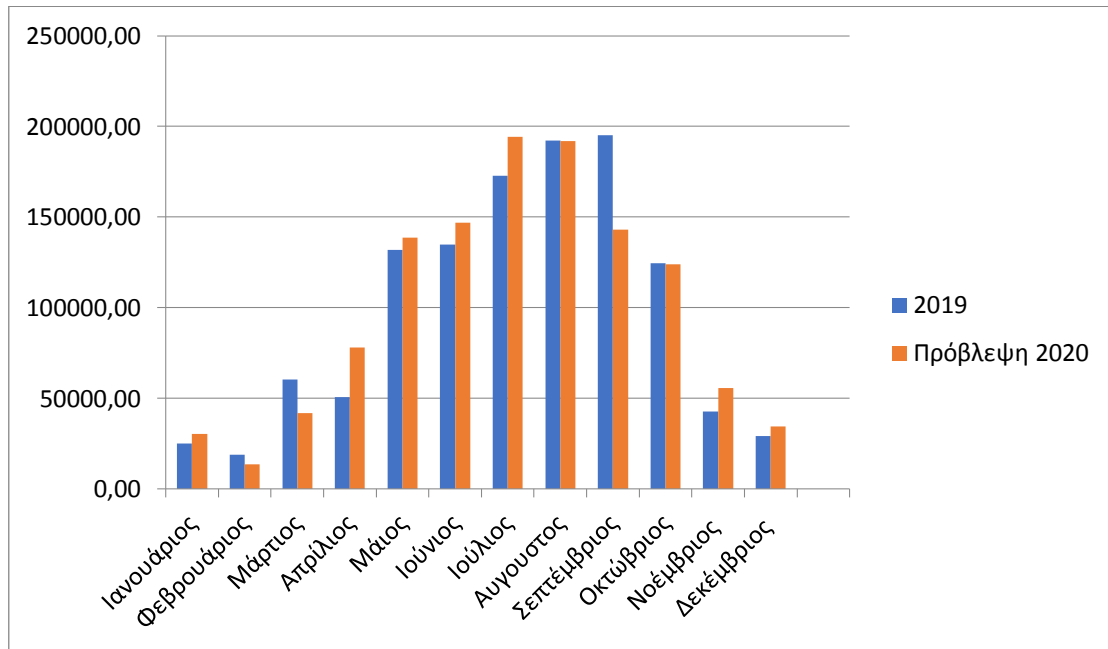
Εικόνα 44: Προβλέψεις αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα

Παρατηρεί κανείς πως οι υψηλότεροι αριθμοί του εισερχόμενου τουρισμού από την Αμερική καταγράφονται κατά τη διάρκεια του Ιουλίου που μαζί με τον Αύγουστο είναι οι δυο πιο σημαντικοί μήνες για το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας.

Στη συνέχεια γίνεται σύγκριση των αφίξεων του έτους 2019 με αυτές της πρόβλεψης για το 2020.

Μήνες	2019	Πρόβλεψη 2020	Διαφορά	Ποσοστό διαφοράς
Ιανουάριος	24.982	30384	5.402	18%
Φεβρουάριος	19.031	13588	-5.443	-40%
Μάρτιος	60.416	41759	-18.657	-45%
Απρίλιος	50.697	78192	27.495	35%
Μάιος	131.910	138615	6.705	5%
Ιούνιος	134.958	147022	12.064	8%
Ιούλιος	172.913	194164	21.251	11%
Αύγουστος	192.324	191901	-423	0%
Σεπτέμβριος	195.227	143224	-52.003	-36%
Οκτώβριος	124.488	124003	-485	0%
Νοέμβριος	42.733	55814	13.081	23%
Δεκέμβριος	29.309	34614	5.305	15%
Σύνολο	1.178.988	1.193.280	14.292	1%

Πίνακας 22: Σύγκριση προβλέψεων με προηγούμενης χρονιάς



Εικόνα 45: Διάγραμμα σύγκρισης προβλέψεων με προηγούμενης χρονιάς

Είναι αντιληπτό πως υπάρχουν 3 μήνες (Φεβρουάριος, Μάρτιος και Σεπτέμβριος) στους οποίους προβλέπεται μεγάλη πτώση εισερχόμενου τουρισμού από την Αμερική. Ένα θετικό δείγμα είναι ότι υπάρχει πολύ μεγάλη αύξηση κατά τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο και Απρίλιο οι οποίοι δεν αποτελούν μήνες αιχμής για τον τουρισμό στην Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID-19

Η πανδημία που έπληξε και συνεχίζει να πλήττει όλο τον κόσμο ξεκίνησε από την πόλη Ουχάν της Κίνας τον Δεκέμβριο του 2019. Προκλήθηκε από τον ιό SARS-coV-2 γνωστό ως κορονοϊό. Γρήγορα εξαπλώθηκε παντού, αφού πρόκειται για μια άκρως μεταδοτική ασθένεια η οποία μεταδίδεται στους ανθρώπους μέσω σταγονιδίων και προκαλεί προβλήματα κυρίως στο αναπνευστικό τους σύστημα. Μέχρι και τον Μάρτη του 2021 έχουν καταμετρηθεί παγκοσμίως 132.618.529 κρούσματα, 2.876.986 θάνατοι και ανάρρωσαν 106.879.943 άτομα. Επίσης, έχουν κυκλοφορήσει στην αγορά και έχουν εγκριθεί από τον Π.Ο.Υ. 4 εμβόλια ενώ έχουν δοθεί άδειες σε συνολικά 10. Τα μέτρα που εφαρμόστηκαν σε όλες τις 215 χώρες που έχουν προσβληθεί από τον κορονοϊό ήταν το λεγόμενο “lockdown” που πρόκειται ουσιαστικά για το κλείσιμο των χώρων εργασίας και σε δημόσιο και σε ιδιωτικό τομέα, των εκπαιδευτικών μονάδων, της εστίασης και των χώρων λατρείας. Στην Ελλάδα το πρώτο κρούσμα εμφανίστηκε το Φεβρουάριο του 2020 στη Θεσσαλονίκη και ήταν θέμα ημερών να εξαπλωθεί σε όλη τη χώρα. Μέχρι τις 4 Απρίλη του 2021 το σύνολο των κρουσμάτων ήταν 281.570 άτομα εκ των οποίων οι 8.532 έχουν πεθάνει.

Όπως καταλαβαίνει κανείς, οι επιπτώσεις της πανδημίας ήταν τεραστίων διαστάσεων κυρίως στον οικονομικό τομέα, μέσα σε διάστημα λίγων μηνών. Οι προβλέψεις για το ΑΕΠ και την παγκόσμια ανάπτυξη πριν την πανδημία αποτύπωναν θετικά νούμερα. Όμως το φαινόμενο του κορονοϊού διέψευσε όπως ήταν λογικό, κάθε τέτοια περίπτωση. Στους πίνακες παρακάτω παρουσιάζονται οι προβλέψεις του World Economic Outlook για την οικονομική ανάπτυξη κάποιων χωρών πριν και μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Η αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ εκτιμήθηκε το 2019 στα 2,9% και η πρόβλεψη πριν από τον κορονοϊό για το 2021 ήταν στα 3,4%, ενώ για τις Η.Π.Α. από τα 2,3% το 2019 θα μειωνόταν στο 1,7%. Για την Ελλάδα, από το 2,2% το 2019, θα έπεφτε στο 2% το 2021. Επιπλέον, το ΔΝΤ είχε προβλέψει μείωση του ΑΕΠ κατά 3%, ώστε να μπορούσε το 2021 να φτάσει στο 5,8%. Απαραίτητη προϋπόθεση για αυτή την αύξηση θα ήταν η άμεση και σωστή αντιμετώπιση της πανδημίας είτε με φάρμακα είτε με εμβόλιο.

Χώρες	2015	2016	2017	2018	2019	Ιανουάριος 2020		Απρίλιος 2020	
						2020*	2021*	2020*	2021*
Παγκόσμια Οικονομία	3,5	3,4	3,8	3,6	2,9	3,3	3,4	-3,0	5,8
Παγκόσμιο Εμπόριο	2,8	2,2	5,4	3,7	1,0	2,9	3,7	-11,0	8,4
ΗΠΑ	2,9	1,6	2,4	2,9	2,3	2,0	1,7	-5,9	4,7
ΕΕ-27	2,2	2,0	2,7	2,2	1,6	1,4	1,4	-7,3	4,7
Ιαπωνία	1,2	0,6	1,9	0,3	1,0	0,7	0,5	-5,2	3,0
ΚΙΝΑ	6,9	6,7	6,8	6,6	6,1	6,0	5,8	1,2	9,2
Ρωσία	-2,3	0,3	1,6	2,3	1,1	1,9	2,0	-5,5	3,5
Καναδάς	0,7	1,1	3,0	1,9	1,5	1,8	1,8	-6,2	4,2
Ην. Βασίλειο	2,3	1,8	1,8	1,3	1,3	1,4	1,5	-6,5	4
Σουηδία	4,5	2,4	2,4	2,2	1,2	1,2	1,5	-6,8	5,2
Ελβετία	1,3	1,7	1,9	2,8	0,8	1,3	1,6	-6,0	3,8

Πίνακας 23: Ανάπτυξη 2016-2019 και πρόβλεψη για το 2020-2021 πριν και μετά τον Covid-19, ΙΝΣΕΤΕ

	2015	2016	2017	2018	2019	Ιανουάριος 2020		Απρίλιος 2020	
						2020*	2021*	2020*	2021*
Ζώνη του Ευρώ (ΕΕ-19)	2,1	1,9	2,5	1,9	1,2	1,2	1,2	-7,5	4,7
Γερμανία	1,7	2,2	2,5	1,5	0,6	1,1	1,1	-7,0	5,2
Γαλλία	1,1	1,1	2,3	1,7	1,2	1,1	1,2	-7,2	4,5
Ιταλία	0,9	1,3	1,7	0,8	0,2	0,3	0,6	-9,1	4,8
Ισπανία	3,6	3,0	2,9	2,4	2,0	1,6	1,5	-8,0	4,3
Ιρλανδία	25,1	3,7	8,1	8,2	5,7	3,6	3,2	-6,8	6,3
Βέλγιο	1,7	1,5	2,0	1,5	1,4	1,2	1,0	-6,9	4,6
Ολλανδία	2,0	2,2	2,9	2,6	1,7	1,3	1,3	-7,5	3,0
Ελλάδα	-0,4	-0,2	1,5	1,9	2,2	2,4	2,0	-10,0	5,1
Κύπρος	2,0	6,4	4,4	4,1	3,2	2,8	2,5	-6,5	5,6

Πίνακας 24: Ανάπτυξη 2016-2019 και πρόβλεψη για το 2020-2021 πριν και μετά τον Covid-19 (2), ΙΝΣΕΤΕ

Το παγκόσμιο εμπόριο φυσικά μειώθηκε κατά 11% το 2020 λόγω του ότι διαταράχθηκαν οι αλυσίδες εφοδιασμού, ειδικά όταν η βιομηχανική παραγωγή στην Κίνα υπολειπώθηκε και λόγω του ότι η εγχώρια ζήτηση μειώθηκε αρκετά λόγω του εγκλεισμού των καταναλωτών στα σπίτια τους. Επιπλέον, η ανεργία αυξήθηκε και η τουριστική βιομηχανία δέχτηκε τρομερό πλήγμα το διάστημα αυτό, αφού απαγορεύτηκαν οι μετακινήσεις και τα ταξίδια, λόγω προσπάθειας περιορισμού του Covid-19.²⁷

²⁷ Πηγή: <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/08/%CE%9F%CE%B9-%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82->

Στην Ελλάδα πολλές ήταν οι επιχειρήσεις που πλήγηκαν από την πανδημία, ενώ πολλοί ιδιοκτήτες αναγκάστηκαν να τις κλείσουν μόνιμα επειδή είχαν πολλά χρέη και καθόλου έσοδα. Έρευνα της Grant Thornton έδειξε πως το 69% του συνολικού κύκλου εργασιών προέρχεται από επιχειρήσεις που πλήττονται από την πανδημία και το 11% από αυτές που διέκοψαν υποχρεωτικά τη λειτουργία τους. Οι κλάδοι που επηρεάστηκαν πιο πολύ ήταν αυτοί της εστίασης, των καταλυμάτων, της ψυχαγωγίας και της εκπαίδευσης. Επιπλέον, η οικονομία για το 2021 υπολογίζεται ότι θα είναι στα ίδια επίπεδα με αυτή του 2017, έχοντας χάσει οποιοδήποτε προσπάθεια είχε γίνει την τριετία 2018-2020. Επίσης, όταν ξεκίνησε το ηλεκτρονικό εμπόριο, δεν υπήρξε κάποια ιδιαίτερη οικονομική βελτίωση μιας και στην Ελλάδα δυστυχώς μόλις το 1,6% των επιχειρήσεων μπορεί να πραγματοποιήσει ηλεκτρονικές συναλλαγές.²⁸

Παρ' όλα αυτά, υπήρξαν και κάποια θετικά σημεία στην εξέλιξη της πανδημίας. Έγινε υποχρεωτική η τηλε-εκπαίδευση και η τηλε-εργασία στους περισσότερους κλάδους, γεγονός που 'ανάγκασε' πολλούς ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας κυρίως, να μάθουν να διαχειρίζονται υπολογιστή, κάτι που στο μέλλον θα είναι εξαιρετικά χρήσιμο για αυτούς. Επιπλέον, τα παιδιά έμαθαν να συνδυάζουν τα ψηφιακά μέσα με την εκπαίδευση και την εκμάθηση γνώσεων και όχι μόνο με τη ψυχαγωγία και τα παιχνίδια. Ακόμα, έμαθαν όλοι να εκτιμούν τις ανθρώπινες σχέσεις και να αναθεωρήσουν τι είναι σημαντικό στη ζωή τους, μιας και υπήρχε περισσότερος χρόνος για εσωτερική ανασκόπηση.

Τέλος, να σημειωθεί πως τα δεδομένα στην παρούσα εργασία και οι προβλέψεις των αφίξεων των Αμερικανών στην Ελλάδα είναι χωρίς να έχουν ληφθεί υπόψη οι συνέπειες της πανδημίας.

%CE%9A%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%82-
%CE%91%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AD%CF%82-
%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-
%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82.pdf
²⁸ Πηγή: https://www.grant-thornton.gr/globalassets/_markets_/grc/media/pdfs/covid-19-impact_final.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η βιομηχανία του τουρισμού είναι ένας από τους κλάδους με τη μεγαλύτερη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική επιρροή για τον κόσμο και κυρίως για την Ελλάδα. Η θετική συμβολή του στο ΑΕΠ, στις επενδύσεις και στην απασχόληση είναι μεγίστης σημασίας και αποτελεί πλέον κεντρικό πυλώνα της ελληνικής οικονομικής ανάπτυξης. Ακόμα και στην περίοδο της κρίσης, ο τουρισμός μείωσε την ανεργία και βελτίωσε το ΑΕΠ. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου πως η Ελλάδα θεωρείται μια από τις πιο όμορφες χώρες, με εξαιρετική γεωγραφική θέση, πλούσια ακτογραμμή και παραλίες που ικανοποιούν και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη. Επιπλέον, τα πολυάριθμα νησιά της, η μεγάλη ποικιλία στους τύπους των καταλυμάτων και της εστίασης, η γαστρονομία και η φιλοξενία που χαρακτηρίζει τους Έλληνες συμβάλλει στην κατοχή ενός πολύ ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων χωρών.

Το 2019 ήρθαν συνολικά στη χώρα 31,3 εκατ. τουρίστες και τα έσοδα ξεπέρασαν τα 17,8 δισ. €, μια αύξηση της τάξης του 13,6% σε σχέση με το 2018. Επίσης, το 35% του εισερχόμενου τουρισμού προέρχεται από 4 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το μεγαλύτερο ποσοστό ζήτησης συγκεντρώνεται στο Νότιο Αιγαίο, στην Κρήτη, στα Ιόνια νησιά, στην Αττική και στην Κεντρική Μακεδονία. Δυστυχώς η Μέση Διάρκεια Παραμονής μειώνεται και η εποχικότητα είναι αρκετά έντονη με τη ζήτηση να επικεντρώνεται στους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο και Αύγουστο. Επιπλέον, το 77% της συνολικής χωρητικότητας των κλινών είναι στους παραπάνω πιο δημοφιλείς προορισμούς, ενώ ο ανταγωνισμός είναι έντονος ανάμεσα στα ξενοδοχεία 3* και 4*. Το γενικό προφίλ των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα για τις διακοπές τους είναι μεσαίου ως ανωτέρου εισοδήματος, ο μέσος όρος ηλικίας τους είναι τα 43,8 έτη, η Μέση Δαπάνη ανά ταξίδι κυμαίνεται στα 1.057€ και ο μέσος όρος των διανυκτερεύσεων είναι 10,3 ημέρες. Η μορφή του τουρισμού “Ήλιος & Θάλασσα” κυριαρχεί στις προτιμήσεις των επισκεπτών αν και μεγάλα ποσοστά καταλαμβάνει ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός, το “City Break” και το “M.I.C.E.”.

Οι Η.Π.Α. το 2019 ήταν στην 3^η θέση όσον αφορά τις τουριστικές εισπράξεις και 5^η στις διανυκτερεύσεις. Συγκεκριμένα ανήλθαν στα 1.189 εκατ. € και σε 12.457 χιλ. αντίστοιχα. Στην περιφέρεια Αττικής, η Αμερική είναι 1^η στις εισπράξεις, στην περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας 2^η και στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και Πελοποννήσου 3^η. Επιπλέον, η δαπάνη ανά επίσκεψη είναι υψηλότερη σε σχέση με τον μέσο όρο της χώρας όπως και η ημερήσια δαπάνη, αν και έχει χαμηλή μέση διάρκεια παραμονής. Οι δημοφιλέστερες ελληνικές περιφέρειες που επισκέφθηκαν το 2019 οι

τουρίστες από τις Η.Π.Α. ήταν της Αττικής, του Νοτίου Αιγαίου και της Πελοποννήσου. Το προφίλ των Αμερικανών τουριστών έχει ως εξής:

- Ταξιδεύουν κατά μέσο όρο 4 φορές το χρόνο
- Η διάρκεια του ταξιδιού τους είναι κατά μέσο όρο 6,7 ημέρες
- Το 63% χρησιμοποιεί μηχανές αναζήτησης για να οργανώσει το ταξίδι του, ενώ το 60% διαδικτυακά τουριστικά γραφεία
- Συνήθως ταξιδεύουν εντός των συνόρων της χώρας τους
- Προτιμούν προορισμούς κοντινούς όπως το Μεξικό και ο Καναδάς
- Ο κύριος λόγος ταξιδιού τους είναι η επίσκεψη σε φίλους/συγγενείς
- Μόλις το 18% ταξιδεύει στο εξωτερικό
- Το κύριο μέσο μεταφοράς που χρησιμοποιούν είναι το αεροπλάνο (57%) και έπειτα το λεωφορείο (27%)
- Ο Αμερικανός τουρίστας ξοδεύει κατά μέσο όρο 1.978\$ ανά ταξίδι
- Πάνω από το 70% (κατά μέσο όρο) επιλέγει τον προορισμό σύμφωνα με τον οικονομικό του προϋπολογισμό
- Τα περισσότερα χρήματα τα δαπανάει στην πτήση και στη διαμονή του και έπειτα στο φαγητό και στα αξιοθέατα
- Πρόκειται για τουρίστες που αν επιθυμούν κάτι θα ξοδέψουν αρκετά χρήματα για να το αποκτήσουν
- Πάνω από το 60% (κατά μέσο όρο) επηρεάζεται από τα social media για την επιλογή του τόπου που θα ταξιδέψει

Όσον αφορά την Αμερική, είναι γνωστό πως η οικονομία της αποτελεί τη μεγαλύτερη δύναμη παγκοσμίως, μιας και παράγει το ¼ των προϊόντων σε όλο τον κόσμο. Η βιομηχανία και η γεωργία είναι δυο από τους σημαντικότερους κλάδους της αλλά είναι εξίσου μεγάλης σημασίας και η αυτοκινητοβιομηχανία και η ναυπηγία. Το 2018 ο ρυθμός ανάπτυξης της εθνικής της οικονομίας αυξήθηκε 3% από το 2017 και οι εισαγωγές της ανήλθαν σε 3,128 τρισ. \$. Επιπλέον, δημιουργήθηκαν 2,6 εκατ. νέες θέσεις εργασίας, το ποσοστό ανεργίας ήταν στο 3,7% το 2019 και η ιδιωτική κατανάλωση ήταν η κινητήρια δύναμη των Η.Π.Α.

Οι σχέσεις ανάμεσα στην Ε.Ε. και στην Αμερική, παρά την ύπαρξη κάποιων εντάσεων, συνεχίζουν να διατηρούνται σε πολύ καλό επίπεδο επιδιώκοντας να ενισχυθεί η διμερής συνεργασία για την

αντιμετώπιση τυχόν προκλήσεων αμοιβαίου ενδιαφέροντος. Επιπλέον, οι Η.Π.Α. έχουν εκφράσει μεγάλο ενδιαφέρον για επενδύσεις σε κλάδους της καινοτομίας, των νέων επιχειρήσεων, της τεχνολογίας και του ιδιωτικού τομέα στην Ελλάδα, μιας και αναγνωρίζουν την ανάπτυξη της οικονομίας της τα τελευταία χρόνια. Ιδιαίτερα στον τομέα της ενέργειας, η Αμερική θεωρεί πως είναι ένας πολύ αξιόπιστος συνεργάτης. Όσον αφορά τις οικονομικές τους σχέσεις, οι Η.Π.Α. αποτελούν τον 6^ο σημαντικότερο αγοραστή για την Ελλάδα, ενώ ο διμερής όγκος εμπορίου ήταν το 2019 στα 2,9 δις. \$. Επίσης, η Ελλάδα διατήρησε για 8^η συνεχόμενη χρονιά εμπορικό πλεόνασμα σε σχέση με την Αμερική, ενώ στις αρχές του 2020 οι εξαγωγές της παρέμειναν στο ίδιο επίπεδο, σε αντίθεση με τις εισαγωγές από τις Η.Π.Α. που αυξήθηκαν αρκετά. Τα κυριότερα αγαθά εξαγωγής των Η.Π.Α. στην Ελλάδα είναι τα προϊόντα εμπιστευτικού εμπορίου, τα ακατέργαστα λάδια, τα αέρια πετρελαίου, οι στροβιλοκινητήρες και τα απορρίμματα και θραύσματα σιδήρου ή χάλυβα. Αντίθετα, τα αγαθά εισαγωγής είναι τα λάδια από πετρέλαιο, τα παρασκευασμένα λαχανικά, τα ελάσματα και οι ταινίες από άργιλο, τα τσιμέντα υδραυλικά και τα λοιπά προϊόντα εμπιστευτικού εμπορίου.

Επιπλέον, οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις των Ηνωμένων Πολιτειών συγκαταλέγονται στις κορυφαίες 10 χώρες προέλευσης των ΑΞΕ για την Ελλάδα στους κλάδους των ακινήτων, των κατασκευών, των τραπεζών και των ναυπηγείων. Από την άλλη μεριά, εμπορικές δραστηριότητες της Ελλάδας στην Αμερική αν και υπαρκτές, πραγματοποιούνται πιο δύσκολα λόγω δασμών και μεγάλου ανταγωνισμού, μιας και τα εισαγόμενα προϊόντα είναι πάρα πολλά. Κάποιες σημαντικές επενδύσεις των Η.Π.Α. είναι η εγκατάσταση κέντρου ψηφιακής τεχνολογίας και τεχνητής νοημοσύνης από την Pfizer, ένα κέντρο έρευνας ηλεκτρικών κινητήρων από την Tesla και η ONEX Shipyards που ανακατασκεύασε το ναυπηγείο στη Σύρο.

Όσο για τους Έλληνες μετανάστες στην Αμερική, παρόλο που πριν αρκετά χρόνια αντιμετώπισαν μεγάλες δυσκολίες και αρκετό ρατσισμό μέχρι να ενταχθούν τελικά στη χώρα, πλέον αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της και μάλιστα έχουν μυήσει τους ντόπιους στην ελληνική κουλτούρα και νοοτροπία. Κάποιοι διάσημοι Αμερικανοί με ελληνική καταγωγή είναι ο Jim Davis, ο John A. Catsimatidis, η Jenifer Aniston, ο Zach Galifianakis, η Nia Vardalos και η Μαρία Κάλλας.

Στην συγκεκριμένη διπλωματική εργασία μελετήθηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα και δόθηκε μεγάλη έμφαση στους τουρίστες από την Αμερική. Αρχικά, συγκεντρώθηκαν και αναλύθηκαν οι αριθμοί των εισερχομένων Αμερικανών τουριστών από τον Ιανουάριο του 2010 ως και το Δεκέμβριο του 2019. Έπειτα, έγινε η πρόβλεψη των αφίξεών τους για το έτος 2020 μέσω του προγράμματος Statgraphics. Σύμφωνα με αυτό, προβλέπεται αύξηση

στον αριθμό των συγκεκριμένων επισκεπτών κατά τη διάρκεια όλης της χρονιάς, εκτός από τον Φεβρουάριο, τον Μάρτιο και τον Οκτώβρη. Είναι εξαιρετικά σημαντικό να επιτευχθεί μεγαλύτερη προσέλκυση των Αμερικανών μιας και είναι από τους τουρίστες που επιφέρουν πολλά έσοδα στην Ελλάδα και θα αντιμετωπιστεί ως ένα μέρος και η εποχικότητα που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Ακόμα, είναι πιθανή η προσέλκυση σημαντικών επενδύσεων και φυσικά νέων θέσεων εργασίας στην εστίαση, στο εμπόριο, στις κατασκευές και στα καταλύματα.

Για να επιτευχθούν τα παραπάνω, είναι αναγκαίο το ελληνικό κράτος να εφαρμόσει μια σειρά δράσεων. Αυτές περιλαμβάνουν τη βελτίωση των ήδη υπάρχουσών υποδομών όπως είναι τα καταλύματα και η εστίαση, ώστε να μπορέσει να ανταποκριθεί καλύτερα στο μεγάλο όγκο τουριστών, αλλά να αυξήσει και την προσφερόμενη ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, θα πρέπει να αναδιαμορφωθούν και σε κάποιες περιπτώσεις να ανακατασκευαστούν οι υποδομές μεταφοράς, αλλά και τα μέσα μαζικής μεταφοράς, όπως είναι τα λιμάνια, τα αεροδρόμια, το οδικό δίκτυο και τα λεωφορεία για την καλύτερη και ασφαλέστερη μεταφορά των επιβατών. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω ευρωπαϊκών επιδοτήσεων και κονδυλίων. Μια ακόμα πολύ σημαντική δράση είναι η σωστή διαφήμιση της Ελλάδας στο εξωτερικό. Πέρα από τη μορφή του “Ήλιος & Θάλασσα” η χώρα μπορεί να υποστηρίξει τον χειμερινό αλλά και εναλλακτικό τουρισμό. Για αυτό θα ήταν καλό να επεκτείνει τις αγορές-στόχους της και σε άλλες χώρες που προτιμούν αυτές τις μορφές τουρισμού και φυσικά να βελτιώσει την εικόνα της που τα τελευταία χρόνια είχε πληγεί από το μεταναστευτικό. Κατά συνέπεια θα ενισχυθεί το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα και θα προσελκύσει ακόμα μεγαλύτερο αριθμό τουριστών από όλο τον κόσμο. Πάντως από ότι φαίνεται η Ελλάδα έχει προχωρήσει σε ρυθμούς ταχείας τουριστικής ανάπτυξης και τα αποτελέσματα θα φανούν στο άμεσο μέλλον.

Τέλος, να σημειωθεί πως παρ’ όλο που η πανδημία του Covid-19 έχει επηρεάσει όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα τον κλάδο του τουρισμού, σύντομα θα φτάσει στο τέλος της. Είναι σίγουρο πως ο τουρισμός θα ανακάμψει δυναμικά, ιδιαίτερα τώρα που οι άνθρωποι έχουν ανάγκη τα ταξίδια όσο ποτέ ξανά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- Ηγουμενάκης, Ν., (1999), *Τουριστικό Μαρκετινγκ*, Interbooks, Νέα Σμύρνη
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Interbooks, Αθήνα
- Λαγός Δ., (2005), *Τουριστική Οικονομική*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- Τσάρτας Πάρις, (1996), *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα
- Σφακιανάκης Μ., (2019), *Σημειώσεις στο μάθημα 'Νέες τεχνολογίες στον τουρισμό'*, Mba-Tourism Management, Πειραιάς
- Χασιώτης Ιωάννης Κ., Κατσιαρδή-Hering Όλγα, Αμπατζή Ευρυδίκη Α., (2000), *Οι Έλληνες στη Διασπορά: 15ος-21ος αι.*, Εκδόσεις Βουλής των Ελλήνων, Αθήνα

Ξένη Βιβλιογραφία

- Howard Zinn, (2008), *Ιστορία του λαού των Ηνωμένων Πολιτειών*, Εκδόσεις Αιώρα
- Gerard Guibilato, (1983), *Économie Touristique*, Editions Delta & Spes
- Licínio Cunha, (2014), *The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry*
- Page, J. Stephen, (2006), *Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21ο αιώνα*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

- Stavrakis D., (1979), *Le phénomène touristique international – demande, organisation, problématique, tendances futures*, Thèses et Recherches, Paris
- Stephen Williams, (2009), *Tourism Geography – A new synthesis*, Routledge

Διαδικτυακές πηγές

- <http://www.gnto.gov.gr/el/history>
- <https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-next-day-of-greek-tourism-en-long.pdf>
- <https://www.versustravel.eu/country/28/inomenes-politeies-amerikis-ipa>
- <http://www.aerologio.gr/o%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B7%CF%80%CE%B1/>
- <http://www2.mfa.gr/infocfiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%95%CE%99%CE%A9%CE%9D%20%CE%9F%CE%95%CE%A5%20%CE%97%CE%A0%CE%91%20-%202018%20us.pdf>
- <https://etravelnews.gr/ellada-tritos-agapimenos-proorismos-amerikanon/>
- <https://www.statista.com/chart/18742/most-popular-destinations-with-us-travelers/>
- https://info.advertising.expedia.com/hubfs/Content_Docs/Rebrand-2018/American_Multi-Generational_Travel_Trends.pdf?hsCtaTracking=582427c6-6360-4001-a435-49397e2d696a%7Cd94ea98b-e615-4e97-804d-8b2969ea32de
- https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%BF%CE%B1%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82_%CF%83%CF%87%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82

- [https://www.agora.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%97%CE%A0%CE%91%202020%20\(2019\)%20us.pdf](https://www.agora.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%97%CE%A0%CE%91%202020%20(2019)%20us.pdf)
- <https://data.imf.org/?sk=40313609-F037-48C1-84B1-E1F1CE54D6D5>
- <https://www.enterprisegreece.gov.gr/h-ellada-shmera/giati-ellada/ksenes-ameses-ependyseis>
- <https://gr.euronews.com/2020/10/05/megali-ependysi-tis-microsoft-stin-ellada-gr-for-growth-grforgrowth-texnologia>
- <https://neoskosmos.com/el/209580/oi-ellines-tis-diasporas-mia-diachroniki-anadromi/>
- <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4613936/>
- <http://www.academyofathens.gr/el/node/1828>
- https://www.ekirikas.com/omogeneia_ameriki/arthro/oi_50_plousioteroi_ellines_ton_ipa_opos_prokyptoun_apo_tin_eidiki_ekdosi_tou_the_national_herald-335539/
- <https://www.fortunegreece.com/photo-gallery/deka-diasimi-tou-exoterikou-me-elliniki-katagogi/#7>
- <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/08/%CE%9F%CE%B9-%CE%B5%CE%BE%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%9F%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CE%9A%CF%8D%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CE%91%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AD%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D->

[%CF%84%CE%B7%CF%82-](#)

[%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82.pdf](#)

- https://www.grant-thornton.gr/globalassets/markets/grc/media/pdfs/covid-19-impact_final.pdf
- https://www.paskedi.gr/poia_einai_ola_ta_eidh_toyrismoy_kai_poies_oi_morfes_enallaktiko_y_toyrismoy/
- <https://www.kathimerini.gr/culture/493055/i-istoriki-exelixa-toy-tourismoy/>
- https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10_X-Ray_2017-2019.pdf
- https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/16-06_Nautical_Tourism_Europe_USA.pdf
- https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20-10_USA_2017-2019.pdf
- <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/X-Ray-2018.pdf>
- https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_07-Eisexomenos-Tourismos_Perifereiwn_2019.pdf
- https://info.advertising.expedia.com/hubfs/Content_Docs/Rebrand-2018/American_Multi-Generational_Travel_Trends.pdf?hsCtaTracking=582427c6-6360-4001-a435-49397e2d696a%7Cd94ea98b-e615-4e97-804d-8b2969ea32de
- <https://pxcom.media/en/blog/american-tourists-profile/>
- [https://www.agora.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%97%CE%A0%CE%91%202020%20\(2019\)%20us.pdf](https://www.agora.mfa.gr/infofiles/%CE%95%CE%A4%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%97%20%CE%97%CE%A0%CE%91%202020%20(2019)%20us.pdf)