

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(MBA – TOURISM MANAGEMENT)**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΟΙ Η.Π.Α. ΩΣ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ - ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΑΦΙΞΕΩΝ**

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΜΠΟΥΡΧΑΣ

ΑΘΗΝΑ, 2017

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής είναι η διερεύνηση των στοιχείων του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα με την διενέργεια μελέτης για τους τουρίστες με χώρα προέλευσης τις Η.Π.Α. Στα πλαίσια της εργασίας πραγματοποιήθηκε η ανάλυση του αριθμού αφίξεων τουριστών οι οποίοι προέρχονται από τις Η.Π.Α., σύμφωνα με στοιχεία που λήφθηκαν από την έρευνα συνόρων που πραγματοποιεί η Τράπεζα της Ελλάδος σε συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ).

Τα εν λόγω στοιχεία τα οποία αφορούν τις μηνιαίες αφίξεις τουριστών από τις Η.Π.Α. στην Ελλάδα για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος 2006 έως Ιούνιος 2016, αποτέλεσαν το σύνολο των παρατηρήσεων οι οποίες κατόπιν επεξεργασίας και μέσω της χρήσης του στατιστικού προγράμματος Statgraphics Centurion XVII, οδήγησαν στην πρόβλεψη του αριθμού των αφίξεων των τουριστών από τις Η.Π.Α στην Ελλάδα για τους επόμενους 12 μήνες (Ιούλιος 2016 – Ιούνιος 2017).

Η επιδίωξη για αύξηση του αριθμού τουριστών από τις Η.Π.Α., καθώς μία ενδεχόμενη έστω και μικρής κλίμακας αύξηση θα μπορούσε να επιφέρει ευεργετικά αποτελέσματα στην ελληνικό τουρισμό του μεγάλου ετήσιου όγκου εισερχόμενων τουριστών από την συγκεκριμένη χώρα. Η αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού από τις Η.Π.Α. θα βοηθούσε στην εξομάλυνση της εποχικότητας που επικρατεί στον τομέα του τουρισμού και στη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου θα αποτελούσε σημαντική προοπτική για τη δημιουργία νέων επενδύσεων στον τουριστικό κλάδο και κατ' επέκταση νέων θέσεων εργασίας που θα οδηγούσαν στην μείωση της ανεργίας και την αύξηση του Α.Ε.Π. της Ελλάδος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μου εργασίας κο Σφακιανάκη, για τη διαρκή καθοδήγηση, τις πολύτιμες συμβουλές και τη βοήθεια που μου προσέφερε καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας εργασίας.

Θα ήθελα επίσης να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στα μέλη της οικογένειάς μου για τη συνεχή υποστήριξη που μου παρείχαν κατά το διάστημα των σπουδών μου.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Contents

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	4
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ.....	4
1.2 ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ ΕΩΣ ΤΟΝ 19ο ΑΙΩΝΑ.....	4
1.3 ΑΠΟ ΤΟΝ 19ο ΑΙΩΝΑ ΕΩΣ ΤΟ 1950.....	6
1.4 ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	10
2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ.....	10
2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ.....	12
2.3 ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	13
2.3.1 ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	18
3.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ.....	18
3.2 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	19
3.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ Η.Π.Α.....	25
4.1 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	25
4.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	28
4.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ, ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	33
4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	41
4.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ, ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗ	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ.....	56
5.1 ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΕΣ.....	56

5.1.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ	57
5.1.2 ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ	58
5.1.3 ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΛΛΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ	59
5.1.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ	60
5.2 ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ	61
5.3 Η ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΑΥΤΟΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ (autocorrelation function ACF).....	62
5.4 Η ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕΡΙΚΩΝ ΑΥΤΟΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ (Partial autocorrelation function PACF)	62
5.5 ΛΕΥΚΟΣ ΘΟΡΥΒΟΣ	63
5.6 ΤΥΧΑΙΟΣ ΠΕΡΙΠΑΤΟΣ.....	63
5.7 Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ Box-Jenkins.....	64
5.7.1 ΤΟ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ARIMA(p,d,q).....	65
5.7.2 ΕΠΟΧΙΚΟ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ARIMA (SARIMA)	66
5.8 ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ ΜΕ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ Box-Jenkins.....	66
5.8.1 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ	66
5.8.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	68
5.8.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	69
5.8.4 ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ.....	70
5.8.5 ΈΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΟΙΠΩΝ.....	71
5.8.6 ΈΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΤΑΞΗΣ ΤΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	71
5.8.7 ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ ΚΑΙ ΣΦΑΛΜΑ.....	72
5.8.8 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	74
6.1 ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ Η.Π.Α. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	74
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑΣ ΤΑΣΗΣ	76
6.3 ΈΛΕΓΧΟΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	76
6.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ	79
6.5 ΈΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΩΝ ΜΟΝΤΕΛΟΥ	80
6.7 ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	84
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	86

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Ναυτιλιακή κίνηση 2017 στην Ελλάδα.....	37
Πίνακας 2. Διαχρονική εξέλιξη ΑΕΠ 2010 – 2015.....	38
Πίνακας 3. Αφίξεις αεροδρομίων 2017.....	42
Πίνακας 4. Αφίξεις αεροδρομίων εκτός Αθηνών 2017.....	44
Πίνακας 5. Χώρα συνήθους διαμονής.....	49
Πίνακας 6. Τουριστικές αφίξεις, μέση διάρκεια και κατά κεφαλή δαπάνη.....	53
Πίνακας 7 - Μηνιαίες αφίξεις Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα (2006-2016).....	75
Πίνακας 8: Έλεγχοι καταλοίπων.....	79
Πίνακας 9: Σύγκριση στατιστικών μοντέλων.....	80
Πίνακας 10: Έλεγχος παραμέτρων του μοντέλου $ARIMA(1,0,0) \times (2,1,0)_{12}$ με σταθερά...81	
Πίνακας 11: Πρόβλεψη Αμερικανών αφίξεων τουριστών με τη χρήση του μοντέλου $ARIMA(1,0,0) \times (2,1,0)_{12}$	82
Πίνακας 12: Συγκριτικός πίνακας αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα.....	82
2016 – 2017	

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1. Ταξιδιωτικές εισπράξεις και εισαγωγές – εξαγωγές αγαθών από το έτος 2006 έως το έτος 2015	26
Γράφημα 2. Συναλλαγματική ισοτιμία ευρώ και δολλαρίου από το 1999 έως το 2016.....	27
Γράφημα 3. Εξέλιξη του ΑΕΠ και των εισαγωγών και εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών 2006 έως 2015	29
Γράφημα 4. Εξαγωγές και εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών σε δισεκατομμύρια ευρώ για τα έτη 2006 έως 2015 στη Γαλλία	32
Γράφημα 5. Η συγκριτική εξέλιξη του ΑΕΠ σε σχέση με τις εισαγωγές – εξαγωγές στην Ιταλία	33
Γράφημα 6. Εξέλιξη του ΑΕΠ στη χώρα μας από εισαγωγές – εξαγωγές κατά την περίοδο 2006 – 2015 34	
Γράφημα 7. Ταξιδιωτικές εισπράξεις και εισαγωγές – εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών από το έτος 2006 – 2015	35
Γράφημα 8. Δείκτης οικονομικού κλίματος από το Φεβρουάριο 2002 έως τον Απρίλιο 2016.....	39
Γράφημα 9. Εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού.....	40
Γράφημα 10. Μηνιαία επισκεψιμότητα τουριστών από την Αμερική και τις Η.Π.Α.....	51
Γράφημα 11. Διαχρονική εξέλιξη εισπράξεων	54
Γράφημα 12. Διαχρονική εξέλιξη εισπράξεων.	55
Γράφημα 13 - Γράφημα χρονοσειράς	76
Γράφημα 14 - Περιοδόγραμμα καταλοίπων	77
Γράφημα 15 – Γράφημα αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων.....	78
Γράφημα 16 – Γράφημα μερικών αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων	78
Γράφημα 17 - Χρονοσειρά πρόβλεψης αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα με διάστημα εμπιστοσύνης 07/2016 – 06/2017.....	83

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε παγκόσμια κλίμακα. Η συμβολή του στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας αποτυπώνεται στον όγκο των συναλλαγματικών εισροών, τον βαθμό εξισορρόπησης του ισοζυγίου πληρωμών, τη δημιουργία θέσεων εργασίας καθώς και την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη. Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 9% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος και αποτελεί σημαντικό οικονομικό τομέα, με πολλαπλές επιπτώσεις στην κοινωνία, στις μεταφορές, στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον (UNWTO 2014).

Η σύγχρονη διάσταση του τουρισμού και η ενσωμάτωσή του στο κοινωνικό και οικονομικό σύστημα πληθώρας χωρών αποτελεί επακόλουθο της εξελικτικής του πορείας. Το τουριστικό φαινόμενο ξεκίνησε, με την μορφή που γνωρίζουμε σήμερα, μεταπολεμικά αλλά η γέννησή του αγγίζει τις απαρχές της ιστορίας (Ηγουμενάκης, et al. 1999). Ο τουρισμός ως ένας δυναμικός τομέας της παγκόσμιας οικονομίας, σημειώνει συνεχή άνοδο και διαφοροποίηση με την ανάδειξη νέων προορισμών στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Σε αυτό συμβάλλει αφενός η οικονομική ανάπτυξη και η άνοδος του βιοτικού επιπέδου με αποτέλεσμα την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, αφετέρου η βελτίωση των υποδομών και των μεταφορών, γεγονός που καθιστά τις μετακινήσεις φθηνότερες και ταχύτερες. Η μετεξέλιξη του τουρισμού σε παράγοντα κοινωνικής και οικονομικής προόδου, έχει ως αποτέλεσμα να αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του διεθνούς εμπορίου, αμέσως μετά τις εξαγωγές καυσίμων, χημικών και αυτοκινήτων. Πρόκειται για ένα σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο με θεαματική δυναμική, κυρίως, τα τελευταία πενήντα χρόνια. Στη χρονική αυτή διαδρομή ο τουρισμός άλλαξε μορφή και ένταση, ενώ συνεχώς εξελίσσεται σύμφωνα με τα εκάστοτε πρότυπα της οικονομίας και της κοινωνίας, στις οποίες δρα και αναπτύσσεται. Μπορεί, αναλογικά, ως μια πρώτη μορφή τουρισμού να αναγνωρίζεται η περιήγηση, με βάση μια ατομική αναζήτηση για τις ρίζες του παρελθόντος, την περιέργεια για άλλους πολιτισμούς και την περιπλάνηση σε άγνωστους τόπους, μια δραστηριότητα για τους λίγους. Όμως, στην κλίμακα και στην έκταση που έχει πάρει στη σύγχρονη εποχή, ο τουρισμός αναπτύχθηκε ως μαζικό φαινόμενο μετά τα μέσα του εικοστού αιώνα (Lickorish and Jenkins 2004).

Με βάση την ατομική ανάγκη για ξεκούραση, εξελίχθηκε ως κοινωνική ανάγκη, ως «δικαίωμα» για αναψυχή, φαινόμενο με σημασία, από την πλευρά τόσο της παγκόσμιας οικονομίας όσο και της ανάπτυξης ενός τόπου. Δεν υπάρχει πλέον γωνιά στον κόσμο που να μην έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον του σύγχρονου τουρίστα. Ο τουρισμός θεωρείται μία βιομηχανοποιημένη δραστηριότητα, που περιλαμβάνει το σύνολο των αγαθών, υπηρεσιών και πόρων που καταναλώνονται από τους τουρίστες. Στο πλαίσιο αυτής της προσέγγισης, πολλοί κάνουν λόγο για τον τουρισμό ως μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες στον κόσμο. Σύμφωνα με το World Travel and Tourism Council, η άμεση συμβολή του τουρισμού στο Παγκόσμιο ΑΕΠ το 2012 ήταν 2.1 τρις \$, ενώ η τουριστική βιομηχανία υποστήριξε άμεσα 101 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Αν λάβουμε υπόψη όχι μόνο τις άμεσες αλλά και τις έμμεσες οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού, η συνολική συμβολή του στο Παγκόσμιο ΑΕΠ για το 2013 ήταν 6.6 τρις \$, 260 εκατομμύρια θέσεις εργασίας (άμεσης και έμμεσης απασχόλησης), 760 δις \$ σε επενδύσεις και 1.2 τρις \$ σε εξαγωγές. Η συμβολή του αντιπροσωπεύει το 9.3% στο Παγκόσμιο ΑΕΠ, 1 στις 11 θέσεις εργασίας, το 5% των επενδύσεων και το 5% των εξαγωγών (WTTC 2013).

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για να οριστεί ακριβώς ο Τουρισμός ως έννοια και ως φαινόμενο. Τα κύρια χαρακτηριστικά του είναι (Ηγουμενάκης 1999):

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή σε αυτούς με σκοπό την ικανοποίηση ψυχαγωγικών αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία, το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή, συμπεριλαμβανομένης της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.

- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Το 1941 υποστηρίχθηκε η άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του εφόσον η παραμονή δεν έχει τον χαρακτήρα της μόνιμης εγκατάστασης και συνεπώς δεν ασκείται κάποια δραστηριότητα για την εξασφάλιση εισοδήματος (Ηγουμενάκης 1999).

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών κάλεσε τα μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα (Page 2007).

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον Τουρισμό συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος (Page 2008). Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών (Βαρβαρέσος 2000, 29-30):

- Τους τουρίστες: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
- Τους εκδρομείς: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν αυθημερόν χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Τα πρώτα ταξίδια στην αρχαιότητα οδηγούν σε μια πορεία στο χρόνο και καταλήγουν να διαμορφώνουν το σύγχρονο τουρισμό με τη μορφή που τον γνωρίζουμε ιδιαίτερα μετά το 1950. Η εξέλιξη του τουρισμού διακρίνεται σε τρεις χρονικές περιόδους. Η πρώτη περίοδος ξεκινά περίπου στο μέσο της τρίτης χιλιετίας π.Χ. και τελειώνει την εποχή της εξάπλωσης του σιδηρόδρομου, δηλαδή το 1840. Η δεύτερη περίοδος διαρκεί μέχρι το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου ενώ η τρίτη φτάνει μέσω της δεκαετίας του 1970 έως σήμερα. Η τελευταία περίοδος είναι μικρή σε διάρκεια ενώ συγχρόνως παρατηρούνται αλματώδεις ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού, λόγω της ταχείας εξέλιξης των υποδομών και των μέσων μεταφοράς (Ηγουμενάκης, και συν. 1999).

1.2 ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ ΕΩΣ ΤΟΝ 19ο ΑΙΩΝΑ

Τα πρώτα ταξίδια πραγματοποιούνται στα μέσα της τέταρτης χιλιετίας π.Χ. με μονόξυλα ή σχεδίες κατασκευασμένες από καλάμια πάπυρου. Οι Σουμέριοι στη Μεσοποταμία αρχίζουν να χρησιμοποιούν τον τροχό και εμφανίζονται τα πρώτα τροχοφόρα. Από το 2300 ξεκινά η χρησιμοποίηση του άλογου ως υποζυγίου και με την βελτίωση των τροχοφόρων δημιουργείται το άρμα το 1600 π.Χ. το οποίο χρησιμοποιείται στις μάχες αλλά σταδιακά εξελίσσεται σε μεταφορικό μέσο. Τα ταξίδια διευρύνθηκαν επιπλέον όταν άρχισαν να κατασκευάζονται οδικά δίκτυα. Η ειρήνη, τα κοινώς αποδεκτά νομίσματα και η ύπαρξη «διεθνούς» γλώσσας διευκολύνουν τα ταξίδια. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν έμποροι που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η ανάπτυξη των ταξιδιών στα αρχαία χρόνια συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη των εμπορικών οδών ώστε να υπάρχει περισσότερη ασφάλεια και άνεση για τη δυνατότητα μακρινών ταξιδιών. Η ανάπτυξη των πόλεων στη Μεσοποταμία οδηγεί στην ανάγκη επαφών για εμπορικούς και πολιτικούς λόγους (Τσάρτας 1996) (Ηγουμενάκης, και συν. 1999).

Τα ταξίδια για σκοπούς θρησκευτικούς ήταν τα πρώτα ταξίδια αναψυχής που καταγράφονται κυρίως στην Αίγυπτο. Τα ταξίδια των μεγάλων γεωγράφων και ιστορικών της αρχαιότητας

(Ηρόδοτος, Παυσανίας, Στράβωνας κα) στη Μεσόγειο μας δίνουν τις πρώτες πληροφορίες τόσο για τις περιοχές που επισκέπτονται όσο και για τα χαρακτηριστικά των ταξιδιών. Οι πρώτοι λαοί που επεκτείνουν την επιρροή τους στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου γίνονται αιτία για την περαιτέρω βελτίωση των όρων και της ασφάλειας των ταξιδιών. Η ανάγκη να μένουν ανοικτοί οι δρόμοι καθώς και η διαμόρφωση των πρώτων «σφαιρών επιρροής», όπου είναι αποδεκτό κάποιο κοινό νόμισμα, δίνουν μεγάλη ώθηση στα ταξίδια της εποχής. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ο λόγος για να αναπτυχθούν οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή. Τα ταξίδια και οι κατακτήσεις του Μεγάλου Αλεξάνδρου διαμορφώνουν έναν ενιαίο χώρο με κοινούς θεσμούς και συστηματική οργάνωση που οδηγούν στην εμπέδωση της ασφάλειας. Οι Ρωμαίοι όμως είναι αυτοί που δίνουν ώθηση στον τουρισμό δημιουργώντας ένα νέο δίκτυο οδών, όπως η Αππία οδός. Οι πρώτες «τουριστικές περιοχές» με την έννοια της προσέλκυσης επισκεπτών στην εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας ήταν η Ελλάδα, η Αίγυπτος και η Μικρά Ασία. Η ανάπτυξη των πρώτων ροών τουριστών προς αυτές τις περιοχές στηρίζεται στην ειρήνη και τη βελτίωση των θαλασσιών συγκοινωνιών. Την ίδια περίοδο επίσης αναπτύσσονται συστηματικά τα ταξίδια τουρισμού υγείας με έμφαση κυρίως την παραμονή σε περιοχές με ιαματικές πηγές. Η σταδιακή ανάπτυξη του τουρισμού χαρακτηρίζεται από τη διεύρυνση του φάσματος των προσφερομένων υπηρεσιών, τη διαρκή εξειδίκευση των ταξιδιών και την εμπέδωση της ασφάλειας στις μεταφορές (Ηγουμενάκης, και συν. 1999).

Η άμεση σύνδεση του τουρισμού με την ασφάλεια και την ειρήνη αναδεικνύεται με την υποχώρηση που παρουσιάζουν τα ταξίδια σε όλη τη διάρκεια του Μεσαίωνα έως και το 1400. Τα ατομικά ταξίδια μειώνονται δραστικά λόγω της ανασφάλειας που επικρατεί στον τότε γνωστό κόσμο. Στο Βυζάντιο, οι Άγιοι Τόποι αποτελούν μοναδικό προορισμό ως τόπος λατρείας για τους χριστιανούς που συρρέουν από όλη την Ευρώπη. Υπάρχουν όμως και τα ταξίδια των εξερευνητήσεων και των πρώτων ανακαλύψεων που οδηγούν τους τολμηρούς στον τότε Νέο Κόσμο και στη μακρινή Ασία. Η μαζικοποίηση των ταξιδιών οδηγεί στην ανάγκη καλύτερης οργάνωσής τους, που αναλαμβάνουν τα πρώτα «πρακτορεία μεταφοράς» που εμφανίζονται κυρίως στη Βενετία και την Αγγλία. Οι Ενετοί που είναι κυρίαρχοι των θαλασσών και του παγκόσμιου εμπορίου γίνονται ουσιαστικά οι πρώτοι που οργανώνουν ταξίδια προς τους Αγίους Τόπους. Παράλληλα με τα θρησκευτικά και εμπορικά ταξίδια υπάρχει και ανάπτυξη των εκπαιδευτικών ταξιδιών που ξεκινούν από τα πρώτα ιστορικά ευρωπαϊκά πανεπιστήμια. Η εποχή της Αναγέννησης χαρακτηρίζεται από μια νέα ώθηση στα ταξίδια είτε με τη συμμετοχή σε

εμπορικές εκθέσεις είτε με τις περιηγήσεις νεαρών ευγενών κυρίως στην Ευρώπη για να γνωρίσουν τον πολιτισμό της. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ταξίδια που πήραν την ονομασία «Γκραντ Τουρ» στην Ευρώπη της εποχής. Το Γκραντ Τουρ αποτελεί μια πρώτη ανάπτυξη τουριστικών ταξιδιών με τη μορφή της πολιτιστικής περιήγησης. Παράλληλα με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών στην Ευρώπη η προσπάθεια για την ανακάλυψη νέων χωρών από τις υπερδυνάμεις της εποχής οδηγεί και στη χρηματοδότηση των εξερευνήσεων οπότε και οι μεγάλοι εξερευνητές φτάνουν στα πέρατα του κόσμου. Στις αρχές του 16ου αιώνα πραγματοποιείται ο πρώτος περίπλους της Γης και ανοίγονται νέοι δρόμοι στα ταξίδια. Οι λαοί της Ευρώπης διαπιστώνουν με την ανακάλυψη των νέων χωρών ότι ο ορίζοντας των ταξιδιών τους επεκτείνεται. Παρόμοιες αναζητήσεις οδηγούν και πολλούς ταξιδιώτες στην Ελλάδα. Ο ρομαντισμός και η ιστορική αναζήτηση διαμορφώνουν ένα τύπο ταξιδιών με πολλές ομοιότητες με το Γκραντ Τουρ (Τσάρτας 1996).

1.3 ΑΠΟ ΤΟΝ 19ο ΑΙΩΝΑ ΕΩΣ ΤΟ 1950

Ο 19ος αιώνας μπορεί να χαρακτηριστεί ως ο αιώνας των ανακατατάξεων και ως η περίοδος ενηλικίωσης του τουρισμού καθώς άρχισαν να διαμορφώνονται οι συνθήκες που θα οδηγήσουν στη μελλοντική του γιγάντωση. Η αρχή γίνεται με την ταχεία εξέλιξη των μεταφορών (σιδηρόδρομος) και επικοινωνιών (τηλέγραφος, τηλέφωνο), συνεχίζεται με την οργανωτική επέκταση του τουρισμού στον παγκόσμιο χώρο και ολοκληρώνεται με τις κοινωνικές και οικονομικές ανακατατάξεις. Μέχρι το τέλος του αιώνα ο σιδηρόδρομος γίνεται το κυρίαρχο μέσο μεταφοράς στην Ευρώπη και την Αμερική και συγχρόνως η βάση, για την ανάπτυξη και εξάπλωση του τουρισμού. Τα ατμόπλοια που συνδέουν την Αμερική με την Ευρώπη μειώνουν το ταξίδι στις έξι ημέρες, έχουν όλα τα χαρακτηριστικά «πλωτών ανακτόρων» και παρέχουν μια νέα ώθηση στη μαζικοποίηση του τουρισμού αλλά και στη διεθνοποίηση των ταξιδιών. Η εντυπωσιακή ανάπτυξη των ξενοδοχείων στην Ευρώπη και την Αμερική καθώς και η εισαγωγή των ταξιδιωτικών επιταγών από την American Express στην παγκόσμια αγορά συμβάλλει στην διεθνοποίηση των τουριστικών ταξιδιών. Τα ταξίδια αναψυχής γίνονται πλέον ένα καταναλωτικό αγαθό που απευθύνεται σε πολλούς και έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Οι εξελίξεις του 20ού αιώνα αποτελούν ουσιαστικά μια συνέχεια των κυρίαρχων τάσεων που

διαμορφώνουν τον νέο «οργανωμένο» τουρισμό στον παγκόσμιο χώρο. Η εφεύρεση του αυτοκινήτου και η μαζική παραγωγή του δίνει μια εντυπωσιακή ώθηση στα ταξίδια ιδιαίτερα του εσωτερικού τουρισμού (Ηγουμενάκης, και συν. 1999).

Εδώ πρέπει να γίνει ιδιαίτερη μνεία στον Thomas Cook που θεωρείται ο πρώτος επαγγελματίας τουριστικός παραγωγός. Αντιλαμβάνεται τις νέες ανάγκες και θέτει τις πρώτες οργανωτικές δομές στον τουρισμό. Συνθέτει ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα που περιλαμβάνουν τον ταξιδιωτικό ναύλο, τη συνοδεία, τις ξεναγήσεις, τη διατροφή. Προσπαθεί να κάνει οικονομικότερα πακέτα μειώνοντας την τιμή της μεταφοράς και το πετυχαίνει αφού έχει τη δυνατότητα να ναυλώσει μεταφορικά μέσα.. Η επιχείρηση του ξεκινά το 1845 και σύντομα προχωρά στην απόκτηση ιδίων μεταφορικών μέσων και καταλυμάτων. Εκτός από τουριστικός παραγωγός είναι και ταξιδιωτικός πράκτορας αφού επεκτείνεται μέσω υποκαταστημάτων και έτσι διευρύνονται οι πωλήσεις της επιχείρησης. Η επιχείρηση οργανώνει ταξίδια στους Άγιους Τόπους, στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, στην Ινδία και στην Αίγυπτο. Εκδίδει ταξιδιωτικούς οδηγούς και προσπαθεί να βελτιώνεται συνεχώς αποδεχόμενος πάντα την κριτική και τις υποδείξεις των πελατών του. Προσθέτει κλινάμαξες στους σιδηροδρομικούς συρμούς βελτιώνοντας τις ταξιδιωτικές ανέσεις (Lickorish και Jenkins 2004) (Ηγουμενάκης, και συν. 1999).

Στις αρχές του 20ου αιώνα, παράλληλα με τα ιδιωτικά αυτοκίνητα ένα δίκτυο λεωφορειακών γραμμών συνδέει τις μεγαλύτερες πόλεις και διευκολύνει την ανάπτυξη του τουρισμού. Τα αεροπλάνα αρχίζουν τις οργανωμένες πτήσεις μεταφοράς εμπορευμάτων, ενώ από την δεκαετία του '30 εγκαινιάζονται συστηματικές πτήσεις μικρού αριθμού επιβατών. Η σταθερότητα της παγκόσμιας οικονομίας στις αναπτυγμένες χώρες επιτρέπει την παροχή καλύτερων τιμών και την διοργάνωση ασφαλέστερων ταξιδιών στο διεθνή χώρο με αποτέλεσμα τη μαζικοποίηση των τουριστικών ταξιδιών. Ο τουρισμός γίνεται πλέον μια αναπτυξιακή δραστηριότητα που παράγει εισόδημα και διαμορφώνει νέες μορφές απασχόλησης στον παγκόσμιο χώρο. Παράλληλα γίνεται ένας από τους κυριότερους δίαυλους επικοινωνίας. Η δεκαετία του '30 ενισχύει ακόμη περισσότερο την παρουσία του τουρισμού με τη νομοθεσία που αφορούσε τις «πληρωμένες διακοπές». Με την πίεση διεθνών οργανισμών, που εκπροσωπούν τους εργαζόμενους ψηφίζονται νομοθετήματα που κατοχυρώνουν τις άδειες μετ' αποδοχών και μαζικοποιούν τον τουρισμό. Με αυτόν τον τρόπο αρχίζει να συγκροτείται οργανωτικά ο τουρισμός και να

μετατρέπεται σε δυναμικό κλάδο της οικονομίας με την ανάδειξή του σε κοινωνικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με την εξέλιξη των μεσαίων στρωμάτων στις αναπτυγμένες χώρες. Στη μεταπολεμική περίοδο ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με τις κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις της εποχής και αναδεικνύεται σε ένα από τα καθοριστικά φαινόμενα των συγχρόνων κοινωνιών αλλά και σε ένα από τους δυναμικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης (Τσάρτας 1996).

1.4 ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το μοντέλο του τουρισμού άλλαξε άρδην μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Οι λόγοι της ραγδαίας μεταβολής του είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι με τις αλλαγές στον μεταπολεμικό κόσμο. Ο τουρισμός από περιηγητικό ταξίδι, εξελίχθηκε σε ταξίδι αναψυχής και επιμόρφωσης και μεταπολεμικά μετουσιώθηκε σε ταξίδι διακοπών και κοινωνικό αγαθό της διευρυνόμενης αστικής τάξης. Ο 20ος αιώνας χαρακτηρίστηκε ως «αιώνας του τουρισμού», αφού ο τουρισμός μαζικοποιείται και ανάγεται σε κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο της εποχής. Μετά το 1950 ο τουρισμός αναπτύσσεται με εντυπωσιακούς ρυθμούς που αποτυπώνονται στους δείκτες κίνησης των τουριστών (αφίξεις, διανυκτερεύσεις) αλλά και στους οικονομικούς δείκτες που τον χαρακτηρίζουν (τουριστική δαπάνη, απασχόληση, επενδύσεις, υποδομή). Πρόκειται για ένα φαινόμενο που σχετίζεται με τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα που επικρατούν στις αναπτυγμένες κοινωνίες και αποτυπώνονται κυρίως στους τρόπους χρήσης του ελεύθερου χρόνου. Παράλληλα δημιουργεί έναν ισχυρό οικονομικό τομέα που επηρεάζει τα χαρακτηριστικά της ανάπτυξης περιοχών στην υφήλιο (Williams 1998).

Η δεκαετία του 1950, μεταπολεμικά, υπήρξε περίοδος ανασυγκρότησης. Ήδη, με την ίδρυση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών ως πρωταρχικός στόχος τέθηκε η διατήρηση της ειρήνης μέσω της διεθνούς συνεργασίας και της συλλογικής ασφάλειας. Το κύριο μέλημα για την περαιτέρω ανάπτυξη των οικονομικών και κοινωνικών δεδομένων ήταν η διασφάλιση της ειρήνης και η δημιουργία ενός σταθερού και ασφαλούς περιβάλλοντος. Οι καταναλωτικές ανάγκες ενισχύθηκαν μεταπολεμικά και οδήγησαν σε οικονομική ανάπτυξη. Η αυτοκινητοβιομηχανία και οι νέες βιομηχανίες όπως η αεροπορική τόνωσαν την οικονομία. Η δεκαετία του 1960 ανακηρύχθηκε ως η πρώτη «Δεκαετία Ανάπτυξης» (Donnellan 2005).

Η ανάπτυξη περιγράφεται ως μία διαδικασία οικονομικού και κοινωνικού μετασχηματισμού, που ενέχει πολύπλοκες κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές αλλαγές πέραν της βελτίωσης των οικονομικών μεγεθών. Πράγματι, ήταν μία δεκαετία που σηματοδότησε ουσιώδεις μεταβολές στις συνθήκες διαβίωσης των ευρωπαϊκών χωρών και των ΗΠΑ (Donnellan 2005). Η τουριστική ανάπτυξη είναι επακόλουθο της οικονομικής ανάπτυξης (Handszuh 2008). Ο τουρισμός επηρεάζεται άμεσα από τις παγκόσμιες οικονομικές και πολιτικές συνθήκες. Μπορεί να εμφανιστεί σε μεγάλη κλίμακα όταν η πλειοψηφία απολαμβάνει ευημερία και ασφάλεια ενώ αποτελεί εκδήλωση της ευημερίας και της ειρήνης (Bhatia 2002).

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης των διεθνών αφίξεων ήταν 6,5% κατά το τέλος του 20ου αιώνα. Μέχρι το τέλος της πρώτης μεταπολεμικής δεκαετίας 1950- 1960, πραγματοποιήθηκαν 69,3 εκατομμύρια αφίξεις έναντι 25,3 εκατομμυρίων του 1950, 11 που επέφεραν έσοδα στις χώρες υποδοχής \$ 6,9 δις το 1960, έναντι των \$ 2,1 δις του 1950. Το 1970, αντίστοιχα, οι διεθνείς αφίξεις ήταν 159,7 εκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα εκτοξεύτηκαν στα \$ 17,9 δις (UNWTO 2014). Μία ακόμη σημαντική εξέλιξη, ήταν η τεχνολογική επανάσταση στον τομέα των μεταφορών και των αερομεταφορών. Το τουριστικό φαινόμενο θα αναπτυχθεί ραγδαία και προβλέπεται ότι, το 2030, οι διεθνείς αφίξεις θα προσεγγίσουν το 1,8 δις τουρίστες.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα μεγάλης έκτασης έργα οδοποιίας (κυρίως στις ΗΠΑ και την Ευρώπη) διευκόλυναν σημαντικά τις μετακινήσεις τόσο στον εγχώριο τουρισμό όσο και στον διασυνοριακό. Καθοριστικός παράγοντας, όμως, στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού ήταν η αεροπορική βιομηχανία. Οι μαζικές αεροπορικές μεταφορές είναι ένα καθαρά μεταπολεμικό φαινόμενο. Η τεχνολογία που αποκτήθηκε κατά τη διάρκεια του πολέμου εφαρμόστηκε με πλήρη επιτυχία με τη λήξη του και δημιουργήθηκε ένας ιδιαίτερος κερδοφόρος τομέας της οικονομίας. Τα αεροσκάφη πλέον κατασκευάζονταν για άλλους λόγους και με άλλους όρους. Προέκυψε, λοιπόν, ένα άνετο και ασφαλές μέσο μεταφοράς που μπορούσε να διανύσει μεγάλες αποστάσεις, σε μικρό χρόνο, λόγω των υψηλών ταχυτήτων που ανέπτυξε. Το μεγάλο μέγεθος των καινούργιων επιβατηγών αεροσκαφών και η αυξημένη χωρητικότητά τους είχε ως κύρια συνέπεια τη μείωση των αεροπορικών ναύλων γεγονός που έκανε το αεροπορικό ταξίδι ιδιαίτερος δημοφιλές (William και Smith 1992). Πέραν όμως των προαναφερθέντων παραγόντων που συνετέλεσαν στην τουριστική ανάπτυξη και άλλες παράμετροι συνέβαλαν στην

δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών για τη δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για τον τουρισμό. Η συνεχώς διευρυνόμενη μεσαία αστική τάξη υπήρξε η κύρια δεξαμενή άντλησης τουριστών. Εκτός του βελτιωμένου εισοδήματος το οποίο παρείχε την οικονομική δυνατότητα για την πραγματοποίηση διακοπών σε μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων, ένα άλλο ουσιώδες στοιχείο ήταν η δημιουργία ελεύθερου χρόνου. Η θεσμοθέτηση των αργιών καθώς και η παροχή συντάξεων υπήρξαν καταλυτικοί παράγοντες για τη γενίκευση των διακοπών, ως μια νέα μορφή κατανάλωσης (William and Smith 1992). Δεν πρέπει να ξεχνούμε τις καινοτομίες που εισήχθησαν από μεγάλους τουριστικούς οργανισμούς όπως η μεγαλύτερη διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με τους προορισμούς η απευθείας πώληση μέσω του διαδικτύου, η πιο ανταγωνιστική τιμολόγηση και κυρίως η εξέλιξη ενός νέου ταξιδιωτικού όρου, του «πακέτου διακοπών» (δηλαδή η ασφάλιση, η μεταφορά στο αεροδρόμιο και η διαμονή στον τουριστικό προορισμό). Ο τουρισμός στις ανεπτυγμένες χώρες αντιμετωπίζεται στις ημέρες μας ως ένα θεμελιώδες δικαίωμα και προστατεύεται νομικά με τη θεσμοθέτηση της άδειας μετά αποδοχών. Είναι επίσης μία δραστηριότητα που βασίζεται στην αρχή της απόλαυσης του ελεύθερου χρόνου σε τόπους διαφορετικούς από αυτόν της συνήθους διαμονής προκειμένου να αποκτήσει κάποιος μία πολύτιμη ανάμνηση (Page 2007).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Ως τουριστικό προϊόν μπορεί να οριστεί οποιοδήποτε τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία προσφέρεται μεμονωμένα ή συνδυασμένα στην τουριστική αγορά και έχει την ιδιότητα να ικανοποιεί συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες (Ηγουμενάκης 1999). Με αυτή την έννοια, ο ορισμός του τουριστικού προϊόντος περιλαμβάνει αγαθά, υπηρεσίες, άτομα, προορισμούς, οργανισμούς και ιδέες. Το τουριστικό προϊόν θεωρείται εκ φύσεως ετερογενές. Η τουριστική βιομηχανία αφορά ένα διαφοροποιημένο σύνολο επιχειρήσεων και όχι έναν ενιαίο κλάδο, (π.χ. ξενοδοχεία και εστιατόρια, αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρείες κλπ). Λόγω της

ετερογένειας του τουριστικού προϊόντος, ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο ή ο ίδιος ο τουρίστας πρέπει να έχει πρόσβαση σε διαφορετικές μορφές πληροφορίας. Συνεπώς, είναι μεγάλης σημασίας η δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων μερών. Οι οικονομολόγοι μέχρι πρότινος ταξινομούσαν τον τουρισμό στον τριτογενή τομέα της οικονομίας. Ωστόσο, ο τουρισμός φαίνεται να αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο προϊόν, το οποίο ουσιαστικά είναι μείγμα υλικών και άυλων στοιχείων. Το τουριστικό προϊόν αποτελείται κυρίως από άυλες υπηρεσίες, με την έννοια ότι ο ταξιδιώτης δεν μπορεί να το δοκιμάσει πριν φτάσει στον τουριστικό προορισμό. Έτσι, η αξιόπιστη πληροφόρηση σχετικά με τον προορισμό, τις επιλογές διαμονής και άλλα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος, αποτελούν στοιχεία σημαντικά τόσο για τους τουρίστες, όσο και για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Σήμερα, η άμεση και αποτελεσματική ροή αυτών των πληροφοριών είναι εφικτή κυρίως μέσω των ταξιδιωτικών πρακτορείων αλλά και μέσω του διαδικτύου (Ηγουμενάκης 1999). Κατ' αυτόν τον τρόπο: “Το τουριστικό προϊόν είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων αναψυχής και των καταναλώσεων που προτείνονται στον πελάτη στο πλαίσιο των διακοπών του. Αυτό απορρέει από τον συνδυασμό μίας συμβολικής κατανάλωσης (εικόνες, περιβάλλον) και μίας υλικής κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών. Αναφορικά με την συμβολική κατανάλωση, ο ήλιος, η θάλασσα, οι τοπικές συνήθειες συνιστούν αγαθά που δεν έχουν αγοραστική αξία και δεν προορίζονται για πώληση. (N. Ηγουμενάκης 1999, 188)

Αντίθετα η κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών όπως τα μεταφορικά μέσα και το τουριστικό κατάλυμα αντιπροσωπεύουν προϊόντα, τα οποία κατασκευάστηκαν για να πωληθούν και δημιουργήθηκαν, ολικά ή μερικά, για να ικανοποιήσουν τουριστικές ανάγκες”. (Βαρβαρέσος 2000, 43) Αυτή η ετερογένεια του τουριστικού προϊόντος, γεννά μία σειρά από χαρακτηριστικά, τα οποία παρατίθενται παρακάτω:

- Ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος.
- Το τουριστικό προϊόν δεν χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό αυτοματισμού.
- Το τουριστικό προϊόν καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής.
- Η παραγωγή και η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος πραγματοποιείται ταυτόχρονα στον ίδιο χώρο.

- Η κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών επιφέρει την καταστροφή τους.
- Τα τουριστικά υποπροϊόντα χαρακτηρίζονται ως συμπληρωματικά.
- Η ευαισθησία της τουριστικής δραστηριότητας σε οποιασδήποτε μορφή κρίσης, καθώς και στις εποχικές διακυμάνσεις.
- Το μεγάλο μέγεθος των αρχικών επενδύσεων.
- Αδυναμία αποθήκευσης του τουριστικού προϊόντος.

Επιπλέον βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος:

- Το τουριστικό προϊόν είναι φθαρτό.
- Το τουριστικό προϊόν έχει περιορισμένη διάρκεια.
- Ένα δωμάτιο ή μία αεροπορική θέση που παραμείνουν κενά, αποτελούν μία χαμένη ευκαιρία πώλησης για την τουριστική επιχείρηση. Επομένως, η αποτελεσματική διαχείριση και η δυνατότητα πληροφόρησης του πελάτη, αποτελούν παράγοντες στην τουριστική βιομηχανία (Ακριβός και Σαλεσιώτης 2007)
- Το τουριστικό προϊόν είναι ευμετάβλητο. Το τουριστικό προϊόν επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από εξωτερικούς παράγοντες. Ένας πόλεμος ή ένα τρομοκρατικό χτύπημα στον τόπο προέλευσης αλλά και προορισμού των τουριστών, μπορεί να επιφέρει σημαντικές αλλαγές στη βιομηχανία του τουρισμού οποιαδήποτε στιγμή. Κατά συνέπεια, οι τουριστικοί οργανισμοί θα πρέπει να μπορούν να ανταποκριθούν άμεσα σε τέτοιου είδους κρίσεις με τη μορφή ανασχεδιασμού του προϊόντος ή αλλαγή των προωθητικών ενεργειών (Ρούπας 1993).

2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ

Η τουριστική προσφορά θεωρείται το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προσφέρονται στον καταναλωτή - τουρίστα, με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών του (που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές). Η τουριστική προσφορά διακρίνεται σε δύο κατηγορίες: την πρωτογενή και τη δευτερογενή τουριστική προσφορά. Η πρωτογενής περιλαμβάνει το σύνολο

των φυσικών (χλωρίδα-πανίδα) και των ανθρωπογενών (μνημεία, τοπικά ήθη και έθιμα) πόρων ενώ η δευτερογενής περιλαμβάνει το σύνολο των υποδομών και έργων που δημιουργήθηκαν για την αξιοποίηση της πρωτογενούς προσφοράς. Στη δευτερογενή περιλαμβάνονται υποδομές όπως γενικές (αεροδρόμια, δρόμοι κα) και διοικητικές εγκαταστάσεις οργανισμών (ΕΟΤ, αστυνομία), εγκαταστάσεις (για διαμονή, σίτιση, αναψυχή), μεταφορές (εναέριας, θαλάσσιες, σιδηροδρομικές και οδικές) και ταξιδιωτικοί οργανισμοί (tour-operators, τουριστικά πρακτορεία) (Doswell 1998).

Αντίστοιχα, ως τουριστική ζήτηση νοείται το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών, τα οποία επιθυμεί να καταναλώσει (αγοράσει) ο τουρίστας, με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών του. Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση είναι οικονομικοί παράγοντες, όπως το εισόδημα, το κοινωνικό και επαγγελματικό status, οι τιμές των προϊόντων, οι παράγοντες σχετικοί με την τουριστική προσφορά, όπως η ποιότητα των καταλυμάτων, τα επίπεδα των τιμών, το επίπεδο των μεταφορών, η απόσταση από τον τόπο προέλευσης, το κόστος ζωής στον τουριστικό προορισμό, το επίπεδο πληροφόρησης, οι δραστηριότητες στη χώρα προορισμού, μάρκετινγκ κτλ, οι διαρθρωτικοί/δημογραφικοί παράγοντες, όπως η δημογραφική εξέλιξη, οι μεταβολές στον ελεύθερο χρόνο, το επίπεδο μόρφωσης καθώς και οι κοινωνικό-ψυχολογικοί παράγοντες, όπως η διάθεση του ατόμου να ξεφύγει από την καθημερινότητα (Doswell 1998).

2.3 ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι οικονομικές μονάδες, οι οποίες, στα πλαίσια του κοινωνικού καταμερισμού των έργων, ειδικεύονται στην παραγωγή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, συνδυάζοντας τους συντελεστές παραγωγής, με σκοπό κυρίως το κέρδος. Το σύνολο των επιχειρήσεων αυτών αποτελούν την τουριστική βιομηχανία ή, καλύτερα, τον τουριστικό τομέα. Αυτός περιλαμβάνει μια ευρύτατη γκάμα επιχειρήσεων και οργανισμών που μαζί με τους άλλους τουριστικούς πόρους (θέλγητρα, μουσεία, υποδομές κ.ο.κ.) συναπαρτίζουν την τουριστική προσφορά. Σχετικά με τις τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να τονιστεί ότι αυτές δεν προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες μόνο στους τουρίστες. Έτσι, επιχειρήσεις που ανήκουν στον τουριστικό τομέα όπως τα ξενοδοχεία, μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες όπως λ.χ.

διανυκτερεύσεις, δεξιώσεις, συνέδρια και σε πρόσωπα που δεν είναι τουρίστες. Το ίδιο και περισσότερο αφορά επιχειρήσεις που δεν ανήκουν αποκλειστικά στον τουριστικό τομέα, όπως είναι λ.χ. οι επιχειρήσεις μεταφορών, εστίασης κ.λ.π. (Μαυροδόντης 2006).

Ο όρος τουριστικές επιχειρήσεις περιλαμβάνει κάθε μορφής επιχείρηση, με φορέα φυσικό ή νομικό πρόσωπο, η οποία ως αντικείμενο των δραστηριοτήτων της έχει την προσφορά υπηρεσιών ή προϊόντων ή τη μίσθωση πραγμάτων σε ημεδαπούς ή αλλοδαπούς πελάτες. Οι πελάτες αυτοί ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν, να επισκεφθούν, να διαμείνουν, να περιηγηθούν, να τύχουν πολλαπλών εξυπηρετήσεων των ενδιαφερόντων τους σε έναν τόπο, απολαμβάνοντας κυρίως τον χρόνο διακοπών ή αναψυχής ή ανάρρωσης ή άθλησης ή εκπαίδευσης ή απόκτησης γνώσεων ή έρευνας ή συνεργασίας ή ανταλλαγής πληροφοριών ή επικοινωνίας και κάλυψης άλλων αναγκών .

2.3.1 ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όσον αφορά την Ελλάδα, ο νόμος ρύθμισης λειτουργίας και ελέγχου των τουριστικών εγκαταστάσεων ήταν, μέχρι την 31 Δεκ 2014, ο Ν.2160/93, που αναφερόταν στον όρο 16 τουριστικές επιχειρήσεις. Ο ανωτέρω νόμος παρέπεμπε σε απόφαση του ΕΟΤ, η οποία ρύθμιζε τις τεχνικές προδιαγραφές των εγκαταστάσεων και απαριθμούσε περιοριστικά τις χαρακτηριζόμενες ως τουριστικές επιχειρήσεις. Ο νόμος αυτός είχε υποστεί πληθώρα τροποποιήσεων προκειμένου να ανταποκριθεί στην ταχεία εξέλιξη και ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου. Έτσι κατέστη αναγκαία η αντικατάστασή του από τον νέο νόμο Ν.4276/2014 (ΦΕΚ 155/30 Ιουλ 2014 τεύχος Α') που ορίζει με σύγχρονο σκεπτικό την έννοια των τουριστικών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τον νέο νόμο, ως τουριστικές επιχειρήσεις ορίζονται οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και είναι οι εξής:

- α. Τουριστικά καταλύματα: είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τουρίστες και παρέχουν σε αυτούς διαμονή και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, αναψυχή, άθληση. Διακρίνονται ως εξής:

α. Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα

1. Ξενοδοχεία: Τα ξενοδοχεία είναι εγκαταστάσεις διαμονής που διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή σε διαμερίσματα ενός ή δύο ή περισσότερων χώρων με λουτρό, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής των πελατών και αίθουσα παροχής τουλάχιστον πρωινού γεύματος.

2. Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping): Οι οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις είναι κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, υπαίθρια, με ή χωρίς οικίσκους, στα οποία παρέχεται η δυνατότητα διαμονής, εστίασης και αναψυχής τουριστών που διαθέτουν ή όχι ίδια κατασκηνωτικά και μεταφορικά μέσα, όπως συρόμενα ή αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, ρυμουλκούμενα ή ημιρυμουλκούμενα τροχόσπιτα, σκηνές, τροχοσκηνές ή σκηνές επί της οροφής οχημάτων, τουριστικά λεωφορεία διαμορφωμένα με κοιτώνες και τουριστικά λεωφορεία με συρόμενα οχήματα διαμορφωμένα με κοιτώνες.

3. Ξενώνες φιλοξενίας νέων: Ξενώνες φιλοξενίας νέων είναι κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα τα οποία ευρίσκονται εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και οικισμών.

4. Σύνθετα τουριστικά καταλύματα: Σύνθετα τουριστικά καταλύματα είναι τα ξενοδοχειακά καταλύματα που ανεγείρονται σε συνδυασμό με τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες και με εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής. Ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής νοούνται συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, τουριστικοί λιμένες, χιονοδρομικά κέντρα, θεματικά πάρκα, Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού, υδροθεραπευτήρια, καθώς και οι εξής εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού: μονάδες ιαματικής θεραπείας, κέντρα ιαματικού τουρισμού – θερμαλισμού, κέντρα αναζωογόνησης, κέντρα ευεξίας και αισθητικής και κέντρα καταδυτικού τουρισμού. Με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού δύνανται να προσδιορίζονται και άλλα είδη τουριστικών επιχειρήσεων ή εγκαταστάσεων ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, που αποτελούν τμήμα των σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων.

5. Ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας (condo hotels): Είναι ξενοδοχειακά καταλύματα κατηγορίας 3 έως 5 αστέρων εντός σχεδίων πόλεων επί των οποίων, με τη μορφή δωματίων ή διαμερισμάτων επιτρέπεται η σύσταση ιδιοκτησιών και η σύσταση ή μεταβίβαση ενοχικών και εμπραγμάτων δικαιωμάτων σε τρίτους. Η μακροχρόνια μίσθωση συνομολογείται για διάστημα τουλάχιστον δέκα ετών.

6. Ξενοδοχειακά καταλύματα εντός παραδοσιακών κτισμάτων.

β. Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

1. Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις (βίλες): Ως τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις (βίλες) ορίζονται μονοκατοικίες, επιφάνειας τουλάχιστον 80 τ.μ., οι οποίες έχουν ανεξάρτητη εξωτερική προσπέλαση και παρουσιάζουν αυτοτέλεια οικοπέδου/γηπέδου και κτίσματος. Δομούνται με όρους δόμησης κατοικίας.

2. Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες: Ως τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες ορίζονται μεμονωμένες ή σε συγκρότημα μονοκατοικίες, επιφανείας τουλάχιστον 40 τ.μ. εκάστη, με αυτοτέλεια λειτουργίας και ανεξάρτητη εξωτερική προσπέλαση. Δομούνται με όρους δόμησης κατοικίας.

3. Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια - διαμερίσματα: Ως ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια - διαμερίσματα ορίζονται εγκαταστάσεις διαμονής που διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή και σε διαμερίσματα ενός ή δύο ή περισσότερων χώρων με λουτρό.

γ. Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής.

Ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής νοούνται τα συνεδριακά κέντρα, τα γήπεδα γκολφ, οι τουριστικοί λιμένες, τα Χιονοδρομικά κέντρα, τα Θεματικά πάρκα, οι Εγκαταστάσεις Ιαματικού Τουρισμού (Μονάδες ιαματικής θεραπείας, κέντρα ιαματικού τουρισμού-θερμαλισμού, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα αναζωογόνησης), τα κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού, τα Ορειβατικά καταφύγια και τα Αυτοκινητοδρόμια. Με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού δύνανται να προσδιορίζονται και άλλα είδη τουριστικών επιχειρήσεων ή εγκαταστάσεων ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής.

1. Τουριστικά γραφεία: είναι μονίμως οργανωμένες επιχειρήσεις οι οποίες με τα διατιθέμενα μέσα αναλαμβάνουν την μεταφορά ή διακίνηση ή διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων, εντός και εκτός της χώρας. Έχουν ως έργο την κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων με ιδιόκτητο ή μισθωμένο μεταφορικό μέσο, τη μεσολάβηση για ενοικίαση καταλύματος, για έκδοση εισιτηρίων παντός μεταφορικού μέσου και για την οργάνωση πάσης φύσεως συνεδρίων, την παραλαβή και αποστολή αποσκευών και γενικά την παροχή κάθε υπηρεσίας με άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό.

2. Γραφεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων: είναι επιχειρήσεις ολικής μίσθωσης ιδιωτικής χρήσης αυτοκινήτων.

3. Επιχειρήσεις εκμίσθωσης Μοτοσυκλετών, Τρίτροχων και Τετράτροχων οχημάτων άνω των 50 κ.εκ

4.. Τουριστικές Επιχειρήσεις Οδικών Μεταφορών (Τ.Ε.Ο.Μ.) είναι επιχειρήσεις που έχουν στην κυριότητα, νομή ή κατοχή τους ένα ή περισσότερα τουριστικά λεωφορεία.

5. Ναυλομεσιτικά Γραφεία: είναι τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες αναλαμβάνουν την εκναύλωση επαγγελματικών πλοίων αναψυχής.

Επίσης τουριστικά καταστήματα είναι τα καταστήματα κατά την έννοια του άρθρου 1 παρ. β` και στ` του β.δ. 436/1961 (ΦΕΚ 111 Α`): *“Άρθρον 1.- Αι κάτωθι επιχειρήσεις και καταστήματα, δύνανται να χαρακτηρίζονται ως τουριστικά δικαιούμενα να χρησιμοποιώσι τον όρον "Τουριστικός": α) Εστιατόρια, ζυθεστιατόρια, κέντρα διασκέδασεως, κέντρα αναψυχής ζαχαροπλαστεία, καφενεία, μπαρ, κέντρα - περίπτερα αναψυχής εξοχικά ή μη. β) Καταστήματα πωλήσεως ειδών λαϊκής τέχνης φωτογραφικών ειδών, αρχαιοπωλεία, ανθοπωλεία, κουρεία και κομμωτήρια. γ) Ξενώνες, οικήματα ενοικιάζοντα δωμάτια εις εκδρομείς ή παραθεριστάς, ορεινά καταφύγια. δ) Εγκαταστάσεις ιαματικών πηγών ή ποσιθεραπείας και εγκατατάσεις θαλασσίων λουτρών. ε) Λεωφορεία ή επιβατικά αυτοκίνητα άνευ μετρητού ως και αυτοκίνητα καντίнай. στ) Οιαδήποτε εν γένει επιχειρήσεις ή κατάστημα δυνάμενον να παρέχη εξυπηρετήσεις εις ταξιδιώτας, περιηγητάς ή παραθεριστάς”*.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

3.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ

Ο όρος “Τουριστικό Κύκλωμα” χαρακτηρίζει το σύνολο των οικονομικών σχέσεων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μεταξύ των βασικών μονάδων του τουριστικού κυκλώματος (Ηγουμενάκης 1997). Οι συναλλαγές που λαμβάνουν χώρα στο τουριστικό σύστημα (προσφορά και ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών και αντίστοιχες πληρωμές) χαρακτηρίζουν το λεγόμενο τουριστικό κύκλωμα της οικονομίας. Στην απλούστερη μορφή του περιλαμβάνει τις οικονομικές σχέσεις μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών, άμεσα ή έμμεσα, δείχνοντας τις ροές τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών και τις ροές των πληρωμών. Μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστών υπάρχουν αντίθετες ροές. Τα τουριστικά προϊόντα που παράγονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις ρέουν άμεσα ή έμμεσα προς τους τουρίστες, πλην όμως ορισμένα από αυτά καταναλώνονται αποκλειστικά και μόνο στον τόπο παραγωγής τους. Για κάθε ροή τουριστικών αγαθών υπάρχει μία αντίθετη ροή πληρωμών (Μαυροδόντης 2006).

Η τουριστική ζήτηση που αναπτύσσουν οι τουρίστες μπορεί να ικανοποιηθεί είτε με αγορές τουριστικών αγαθών άμεσα από τους παραγωγούς αυτών, είτε με τη βοήθεια των ενδιαμέσων του τουριστικού κυκλώματος που είναι τα πρακτορεία ταξιδιών και οι Tour Operators. Μπορούμε να πούμε ότι οι διαμεσολαβητές του τουρισμού παίζουν τον ίδιο ρόλο που παίζουν οι έμποροι στη διακίνηση των προϊόντων. Αποτελούν τον κρίκο που ενώνει την προσφορά και τη ζήτηση. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες αποτελούν τους λιανοπωλητές και οι μεγάλοι ταξιδιωτικοί οργανισμοί τους χονδρεμπόρους του τουρισμού. Παρά το ό,τι φαινομενικά συμφέρει να παρακάμπτονται οι ενδιάμεσοι, εν τούτοις, οι περισσότεροι τουρίστες χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες τους. Ο λόγος είναι απλός. Οι ενδιάμεσοι έχουν εξειδικευτεί για να βρίσκουν τις φθηνότερες και καλύτερες υπηρεσίες και να τις προσφέρουν στους πελάτες τους σε τιμές χαμηλότερες από εκείνες που θα εξασφάλιζαν οι ίδιοι απευθυνόμενοι απ’ ευθείας σε τουριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον πρέπει να τονιστεί ότι οι τουρίστες δεν αναπτύσσουν μια απλή τουριστική ζήτηση. Για την ικανοποίηση των αναγκών τους απαιτείται ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών. Η προμήθεια αυτών των αγαθών και υπηρεσιών από τους κατάλληλους

προμηθευτές, στον κατάλληλο τόπο και χρόνο και σε συμφέρουσα τιμή είναι εξαιρετικά δύσκολο να πραγματοποιηθεί από τον τουρίστα (Μαυροδόντης 2006).

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στους ταξιδιωτικούς οργανισμούς, οι οποίοι, είτε ως ενδιάμεσοι, είτε και ως παραγωγοί πρωτογενών τουριστικών υπηρεσιών, έχουν δημιουργήσει και προωθήσει σε σημαντικό βαθμό, πολλούς τουριστικούς προορισμούς. Αυτό έγινε με την προσφορά φθηνών τουριστικών πακέτων που ικανοποιούν ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής ζήτησης.

3.2 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η τουριστική ανάπτυξη δεν είναι ένα φαινόμενο των τελευταίων δεκαετιών, τουναντίον από την μεταπολεμική περίοδο αποτέλεσε έναν τομέα με δυναμική. Συνδέεται άμεσα τόσο με την διεθνοποίηση στο μεγαλύτερο αριθμό των παραγωγικών κλάδων, όσο με τους κλάδους της παροχής υπηρεσιών στο ευρύτερο φάσμα της οικονομίας κλίμακας των χωρών. Σύμφωνα με τον Λαγό (2005) ως τουριστική ανάπτυξη δύναται να θεωρηθούν όλες εκείνες οι ενέργειες οι οποίες γίνονται με κύριους στόχους την αναβάθμιση, ανάπτυξη και προβολή ενός τουριστικού προορισμού, που διέπεται από ιδιαίτερο φυσικό κάλλος και πολιτιστική κληρονομιά. Επίσης δε θα πρέπει να υπάρχει αλλοίωση και καταστροφή του περιβάλλοντος, ενώ διαμέσου των διαδοχικών σταδίων ανάπτυξης κρίνεται αναγκαίος ο ορθολογιστικός σχεδιασμός τουριστικής ανάπτυξης σε βέλτιστο βαθμό. Επιπλέον καιρίας σημασίας για τους τουριστικούς προορισμούς είναι η συμβολή τουριστικής ανάπτυξης, στην οικονομική τους ευημερία η οποία βασίζεται σε τρεις βασικούς πυλώνες:

- α) την δημιουργία εισοδημάτων,
- β) την αύξηση των θέσεων απασχόλησης,
- γ) την επίτευξη φορολογικών εσόδων.

Ενδεικτικά στοιχεία τα οποία προέχονται από τις πρώτες δεκαετίες της δυναμικής πορείας της τουριστικής δραστηριότητας δείχνουν σχετικά με τον ρυθμό ανάπτυξης των αφίξεων και διανυκτερεύσεων (οι οποίοι αποτελούν σημαντικούς δείκτες στον τουριστικό τομέα) κατά τις δεκαετίες '50-'90, ότι υπάρχει αυξητική τάση. Σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ (2016), στοιχεία του

συγκεκριμένου οργανισμού που δημοσιεύτηκαν δείχνουν ότι οι ρυθμοί ανάπτυξης ετησίως, είναι περίπου 3% έως 4.5%, ενώ πρόσφατη εκτίμηση του ίδιου φορέα υποστηρίζει ότι η τουριστική δραστηριότητα είναι Παγκόσμια βαριά βιομηχανία διττής σημασίας σε απασχόληση και δαπάνη, βάσει του οποίου επισημαίνεται η αναγκαιότητα και η σπουδαιότητα της τουριστικής ανάπτυξης με διεθνή, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό προσανατολισμό. Επιπλέον η ανάπτυξη του τουρισμού καθιστά την τουριστική δραστηριότητα από ένα κλασικό αγαθό της κοινωνίας των αναπτυγμένων χωρών, σε μια μορφή δαπάνης πολλών κοινωνικών στρωμάτων, με κατεύθυνση την δημιουργία και την ανάγκη τόσο στοχευμένου προγραμματισμού, όσο ορθολογιστικής διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Ωστόσο σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο είναι εντυπωσιακή, καθώς οι ρυθμοί που παρουσιάζονται συμβάλλουν άμεσα από την μια πλευρά στην περιφερειακή και από την άλλη στην τοπική ανάπτυξη τόσο περιοχών, όσο χωρών που προσφέρουν τουριστικά προϊόντα-προορισμούς, ενώ παράλληλα η εξέλιξη των δημογραφικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών που διέπουν τις αναπτυσσόμενες χώρες ενισχύουν ολοένα και περισσότερο την τουριστική κατανάλωση.

Η τουριστική ανάπτυξη σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του Π.Ο.Τ (2016), καταδεικνύεται διαμέσου της υφιστάμενης διαμορφούμενης κατάστασης ότι το 64% στον παγκόσμιο τουρισμό και στο 75% σχετικά με την τουριστική δαπάνη ότι ενεργοποιείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Στο τομέα του τουρισμού στις μέρες μας είναι γεγονός ότι σημαντικό ρόλο για την προάσπιση και προώθηση των διαδικασιών της τουριστικής ανάπτυξης έχουν, η δημιουργία καινοτόμων τουριστικών προϊόντων και νέων προορισμών, με αποτέλεσμα την προσέλκυση ολοένα και περισσότερων ομάδων τουριστών-καταναλωτών, δίνοντας ταυτόχρονα τη δυνατότητα συμμετοχής μεγάλου αριθμού χωρών και περιφερειών ανά τον κόσμο στη δυναμική διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης. Ο τουριστικός τομέας είναι ένας από τους ισχυρότερους και ταχέως αναπτυσσόμενους τομείς στην παγκόσμια οικονομία. Η τουριστική ανάπτυξη συντελεί στην ανοδική πορεία του τουρισμού, ως οικονομική δραστηριότητα η οποία πραγματοποιείται με την ορθή αξιοποίηση των τουριστικών πόρων, τη βελτίωση της τουριστικής παραγωγής και την ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης

Η τουριστική ανάπτυξη οφείλεται στην οικονομική ευμάρεια και το υψηλό βιοτικό επίπεδο καθώς και στη μεγάλη ανάπτυξη τόσο των μεταφορικών μέσων όσο και των μέσων ενημέρωσης. Επίσης, η άναρχη αστική εξάπλωση σε συνδυασμό με τους εντατικούς ρυθμούς ζωής στην πόλη

και τη ρύπανση ωθούν ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπων στον τουρισμό και συντελούν στην τουριστική ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ανάπτυξη του τουρισμού συντελεί στην οικονομική ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών καθώς δημιουργεί θέσεις εργασίας και αυξάνει το εισόδημα των κατοίκων και τα συνολικά έσοδα τους, όπως έχει προαναφερθεί. Από την άλλη πλευρά η τοπική οικονομία βελτιώνεται και προλαμβάνεται η εγκατάλειψη πιο απομονωμένων περιοχών καθώς αναπτύσσεται η περιφέρεια. Ιδιαίτερα με την άφιξη αλλοδαπών σε μια χώρα εισρέει ξένο συνάλλαγμα. Αυξάνονται οι κατασκευές και η παραγωγική διαδικασία και διεθνοποιείται ένας μεγάλος αριθμός παραγωγικών κλάδων (Ανδριώτης, 2005).

3.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής διαμορφώνεται με βάση εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Οι εσωτερικοί παράγοντες αφορούν την ίδια την τουριστική περιοχή, το φυσικό κάλλος της, τα προσφερόμενα προϊόντα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, την πρόσβαση σε αυτή καθώς και τον τρόπο με τον οποίο προβάλλεται και προωθείται το τουριστικό προϊόν που δύναται να προσφέρει. Όσον αφορά τους εξωτερικούς παράγοντες σε αυτούς περιλαμβάνονται οι τουριστικές τάσεις, η ανάπτυξη τόσο του διεθνούς όσο και του τοπικού τουρισμού καθώς και η κοινωνική και οικονομική κατάσταση των τουριστών που θα καταναλώσουν τα τουριστικά προϊόντα (Βενετσανοπούλου, 2006).

Πιο αναλυτικά, οι παράγοντες που διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της κάθε περιοχής είναι οι παρακάτω:

- Οι διαθέσιμοι τουριστικοί πόροι της τουριστικής περιοχής. Οι διαθέσιμοι πόροι πρέπει να καταγράφονται και να αξιολογούνται προσεκτικά προκειμένου να εκτιμώνται ορθά οι δυνατότητες που μπορεί να παρέχει μια περιοχή και η φέρουσα ικανότητα της.
- Οι τουριστικές υπηρεσίες που περιλαμβάνουν τους τουριστικούς οργανισμούς-φορείς της περιοχής που δραστηριοποιούνται στην τουριστική της ανάπτυξη.
- Οι υποδομές και οι υπηρεσίες που διαχειρίζονται τα μεταφορικά μέσα και το επικοινωνιακό δίκτυο της περιοχής.

- Οι υποδομές της χώρας γενικότερα οι οποίες αναδεικνύουν την τουριστική ανάπτυξη σε επίπεδο εθνικό.
- Το τουριστικό Μάρκετινγκ με σκοπό τον σχεδιασμό τουριστικών προϊόντων που ικανοποιούν την τουριστική ζήτηση και τις επιθυμίες των τουριστών. Ο σχεδιασμός θα πρέπει να είναι συμβατός με τη φέρουσα ικανότητα της τουριστικής περιοχής και με τους επιχειρηματικούς της στόχους.
- Το θεσμικό πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης με εθνικούς φορείς που σχεδιάζουν την τουριστική ανάπτυξη.
- Οι έρευνες αγοράς και στατιστικές μελέτες οι οποίες εστιάζουν στην τουριστική ζήτηση και στις τουριστικές τάσεις καθώς και στις ικανότητες προσφοράς από την περιοχή.
- Το ανθρώπινο δυναμικό το οποίο πρέπει να εκπαιδευτεί και να καταρτίζεται στον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων (Ανδριώτης, 2005).

Η τουριστική ανάπτυξη διαμορφώνεται σε πέντε φάσεις και ο ορθός σχεδιασμός της είναι απαραίτητος για τη δημιουργία τουριστικών προϊόντων ελκυστικών και με πολλά κίνητρα.

Στην πρώτη φάση της ανάπτυξης ερευνώνται και καταγράφονται οι παράμετροι της ανάπτυξης και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της υπό μελέτη τουριστικής περιοχής προκειμένου να εντοπιστούν τα πλεονεκτήματα που μπορεί να παρέχει στον τουρίστα. Στη δεύτερη φάση εντοπίζονται οι στόχοι του σχεδιασμού της ανάπτυξης. Οι στόχοι σε κοινωνικό-οικονομικό επίπεδο αφορούν την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, τη διαμόρφωση κατάλληλων τουριστικών υποδομών και την προστασία των φυσικών πόρων της και του περιβάλλοντος. Εν συνεχεία στην τρίτη φάση επιλέγεται το κύριο πλαίσιο σχεδιασμού της ανάπτυξης του τουρισμού με τη δημιουργία ποικίλων αναπτυξιακών σχεδίων ως εναλλακτικές προσαρμοσμένων στις ιδιαιτερότητες της περιοχής. Στην επόμενη φάση διαμορφώνονται οι βασικοί παράμετροι της τουριστικής πολιτικής. Οι συγκεκριμένοι παράμετροι περιλαμβάνουν τη στρατηγική τουριστικού μάρκετινγκ που θα εφαρμοστεί για την προώθηση της περιοχής και των παροχών της και για την ανάπτυξη και βελτίωση των επιχειρηματικών επενδύσεων, τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης καθώς και απαραίτητες μελέτες που πρέπει να εφαρμοστούν πάνω στη ζήτηση και στις τάσεις του τουρισμού. Στην τελευταία φάση περιλαμβάνονται οι μεθοδολογίες και η πολιτική με τις οποίες εφαρμόζεται το σχέδιο της τουριστικής ανάπτυξης. Αναπτύσσεται ένας εξειδικευμένος φορέας που είναι υπεύθυνος για την

παρακολούθηση της ορθής εφαρμογής και διαχείρισης του συνολικού σχεδίου ανάπτυξης (Τσάρτας, 2005).

Η χρονική αλληλουχία των διαδοχικών φάσεων σχεδιασμού της ανάπτυξης τουρισμού αναλύονται στις επόμενες παραγράφους. Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί μια διαδικασία κατά την οποία λαμβάνονται αποφάσεις οι οποίες στοχεύουν στην καθοδήγηση ενεργειών τουριστικής ανάπτυξης και στην επίλυση πιθανών προβλημάτων που είναι δυνατό να προκύψουν στο μέλλον. Νέες ιδέες και ενέργειες εισάγονται στα πλαίσια του και διαμορφώνουν τους σκοπούς της τουριστικής ανάπτυξης (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2004). Αρχικά, ερευνώνται και καταγράφονται συνθετικά τα βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής περιοχής. Προσδιορίζονται οι θετικές παράμετροι της περιοχής που μπορούν να λειτουργήσουν ως πόλοι έλξης τουριστών καθώς και οι ανάγκες που έχει σε υποδομές και έργα.

Σε επόμενο στάδιο θέτονται οι στόχοι της ανάπτυξης με επίκεντρο την οικονομική ανάπτυξη, τη βελτιωμένη ποιότητα ζωής και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος για μια αειφόρο ανάπτυξη. Έπειτα, τίθεται σε εφαρμογή το πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης το οποίο περιλαμβάνει ποικίλα σχέδια τουριστικής ανάπτυξης και σχεδιασμού, όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Τέλος διαμορφώνονται η κατάλληλη πολιτική που θα ακολουθηθεί η οποία περιλαμβάνει στρατηγικές που αφορούν τους τρόπους με τους οποίους θα επιτευχθούν οι βασικοί στόχοι και σκοποί του σχεδιασμού, προγράμματα και έρευνες που συντελούν στη μακροχρόνια σταθεροποίηση της τουριστικής ανάπτυξης. Όπως προαναφέρθηκε και παραπάνω, είναι σημαντική η διαμόρφωση ενός φορέα ο οποίος θα είναι κατάλληλος στο να ελέγχει την εφαρμογή όλων των αναπτυξιακών σχεδίων και θα είναι υπεύθυνος για την κάλυψη των οικονομικών αναγκών τους μέσω χρηματοδοτήσεων. Είναι σημαντικό να συγκροτούνται προγράμματα που θα εφαρμόζουν και θα διαχειρίζονται το αναπτυξιακό σχέδιο ενώ είναι απαραίτητη και οι ύπαρξη θεσμικής ρύθμισης, χωροταξικών και πολεοδομικών ρυθμίσεων και κατάλληλης νομοθεσίας για τις επενδύσεις. Αναγκαία είναι και η δημιουργία προγραμμάτων που προβάλλουν και προωθούν την τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή (Χρυσόγελος, 2005).

Η διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης γίνεται σε πολλά επίπεδα εξαιτίας της πολυπλοκότητας του τουρισμού και της υλοποίησής του σε ποικίλα επίπεδα. Συγκεκριμένα, ο σχεδιασμός της ανάπτυξης γίνεται σε επίπεδο τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές. Το τοπικό επίπεδο περιλαμβάνει ομάδα τουριστικών περιοχών, διαφορετικών μεταξύ τους, που εντάσσονται στην

ίδια περιφέρεια και απαιτούν σχεδιασμό και θεσμικό πλαίσιο που θα αναδείξει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, θα διαχειριστεί τη ανάπτυξή τους και θα μεριμνά για την προστασία τους. Το περιφερειακό επίπεδο περιλαμβάνει ομάδα διοικητικών περιφερειών της χώρας. Η ανάπτυξη στο συγκεκριμένο επίπεδο στοχεύει στην ανάδειξη και προβολή των τουριστικών πόρων των περιοχών, των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων ενώ παράλληλα θα συμβάλλει στην προστασία τους και στην ανάπτυξη του κράτους σε επίπεδο περιφέρειας.

Όσον αφορά το επίπεδο εθνικό, η ανάπτυξη έχει ως στόχο να προβάλλει τους σκοπούς της πολιτικής και να καθορίσει τις τουριστικές περιοχές που δύνανται να αναπτυχθούν, τα είδη του τουρισμού που θα προωθηθούν, τα επενδυτικά κίνητρα καθώς και τις αγορές σε διεθνές επίπεδο στις οποίες θα απευθυνθεί το τουριστικό μάρκετινγκ. Ενώ σε διεθνές επίπεδο, η ανάπτυξη χαρακτηρίζεται από τη συμμετοχή συμμετέχουν δύο ή περισσότερων χωρών, οι οποίες έχουν ίδιους τουριστικούς πόρους. Με τη συγκεκριμένη ανάπτυξη ενισχύεται η διεθνοποίηση των ταξιδιών και η συνεργασία (Τσάρτας, 2005). Η ορθή διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης απαιτεί κατάλληλα οργανωτικά σχήματα και θεσμικά πλαίσια και αποτελείται από διάφορα πεδία. Τα τρία πιο σημαντικά πεδία που διαχειρίζονται για μια πετυχημένη τουριστική ανάπτυξη είναι τα εξής:

- Η τουριστική περιοχή
- Το πρόγραμμα τουριστικού μάρκετινγκ
- Οι ανθρώπινοι πόροι

Σχετικά με την τουριστική περιοχή διαχειρίζονται οι κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης καθώς και η υποβάθμιση που μπορεί να υποστεί η περιοχή. Στο τουριστικό πρόγραμμα μάρκετινγκ της τουριστικής περιοχής, η περιοχή προβάλλεται και προωθείται συστηματικά, συγκροτούνται διαφημιστικές καμπάνιες και αναζητούνται διαρκώς νέες αγορές (Βενετσανοπούλου, 2006). Το μάρκετινγκ λειτουργεί προσαρμοσμένο στους σκοπούς του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξη για την εκάστοτε τουριστική περιοχή. Τέλος όσον αφορά τους ανθρώπινους πόρους διαμορφώνονται και λειτουργούν ειδικά προγράμματα με στόχο την κατάρτιση, την εκπαίδευση και την επιμόρφωση των κατοίκων της τουριστικής περιοχής σε σχέση με τα θέματα τουρισμού και της προστασίας του περιβάλλοντος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ Η.Π.Α.

4.1 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

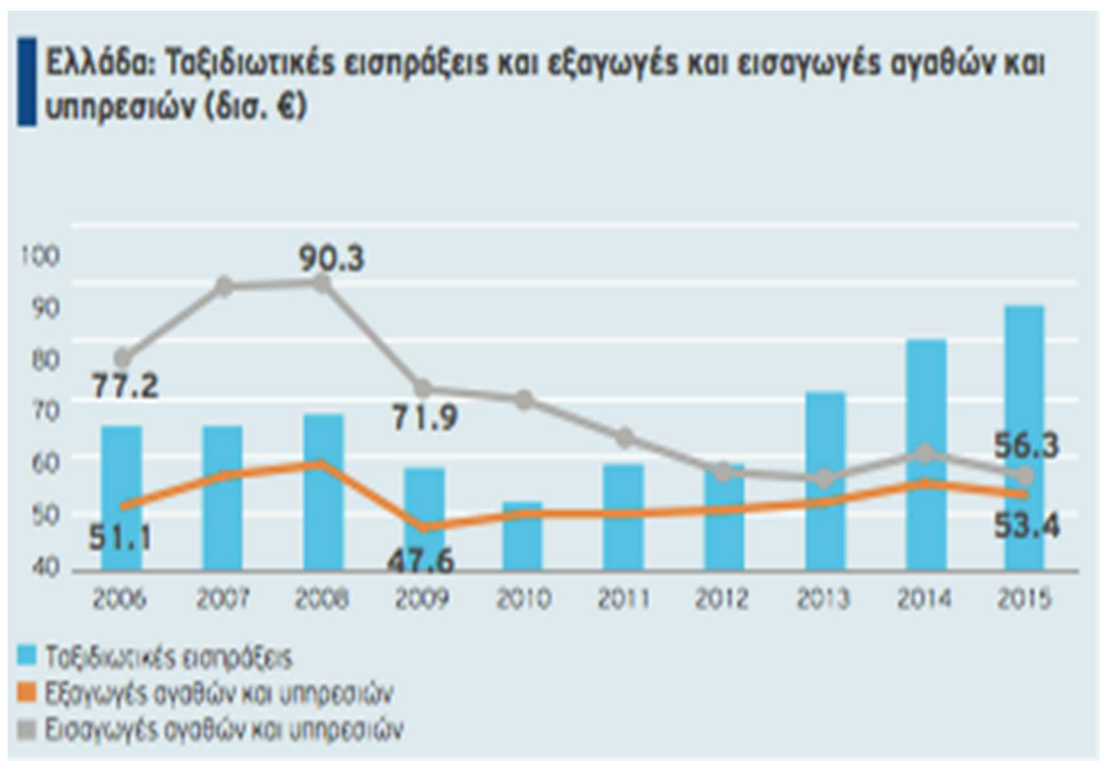
Σύμφωνα με τα στοιχεία τα οποία δίνει ο ΣΕΤΕ Intelligence ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές με βάση την ανάλυση του status των οικονομιών που δίνουν οι χώρες που υποδέχονται τουρίστες και για τις οποίες ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή άντλησης της οικονομίας τους. Οι βασικότερες χώρες που έχουν δώσει ετήσια στοιχεία είναι η Γερμανία η οποία παρουσιάζει ετήσιο μερίδιο 11.9% στο σύνολο των αφίξεων για το 2015 ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο παρουσιάζει αφίξεις της τάξης του 10.2% και η Γαλλία αφίξεις της τάξης του 6.4% και η Ιταλία αφίξεις της τάξης του 5.7%. Παράλληλα η ΠΓΔΜ έχει αφίξεις της τάξης του 12.8% και η Βουλγαρία αφίξεις 8.1%. Όσον αφορά για το 2015, παρατηρείται σημαντική αύξηση όσον αφορά στις αφίξεις ξένων τουριστών και στη χώρα μας από άλλες χώρες προέλευσης εκτός από τη Ρωσία. Η συγκεκριμένη αύξηση παρατηρείται και για έτος 2016 με ρυθμό +5.1% ενώ ανακάμπτουν και οι αφίξεις από τη Ρωσία με ποσοστό 16.1%. Παρόλα αυτά, το 2016 συνολικά καταγράφηκε πτώση όσον αφορά στα έσοδα από τον τουρισμό από ξένες χώρες κατά 3.7% υπολογίζοντας στον τουρισμό και τις κρουαζιέρες¹.

Όπως αναφέρει ο ΣΕΤΕ Intelligence, παρατηρούνται ιδιαίτερα πολλές αφίξεις από την ΠΓΔΜ και τη Βουλγαρία, η οποία είναι η νέα πραγματικότητα για τον ελληνικό τουρισμό, καθώς παρατηρείται σημαντική ανάπτυξη των συγκεκριμένων οικονομιών από το έτος 2014 – 2015, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι των χωρών αυτών να επιλέγουν τη χώρα μας για διακοπές λίγων ημερών κυρίως κατά τη διάρκεια των Σαββατοκύριακων μεταβαίνοντας οδικά στην περιοχή προορισμού τους. Οι αφίξεις από τις συγκεκριμένες χώρες για το 2015 άγγιξαν τα 4.92 εκατομμύρια ευρώ κάτι το οποίο δείχνει ότι σημειώθηκε αύξηση σε σχέση με το 2013 καταγράφοντας μεταβολή +114.8%. Αντίστοιχα και για το 2016 οι αφίξεις από τις συγκεκριμένες χώρες διαμορφώθηκαν σε υψηλά επίπεδα αν και για τα επόμενα χρόνια αναμένεται να σταθεροποιηθούν ή να αυξηθούν με μικρότερο ρυθμό. Αυτό θα έχει ως

¹ <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1263355/sete-intelligence-pouies-agores-dinoun-pontous-ston-klado>

αποτέλεσμα να υπάρχει μικρότερος ρυθμός αύξησης για τις συνολικές αφίξεις και τις τουριστικές δαπάνες.

Γενικά, όπως αναφέρει ο ΣΕΤΕ (2016), ο τουρισμός για τη χώρα μας μαζί με την εξαγωγή αγαθών είναι δύο από τους βασικότερους τομείς που συμβάλλουν στην ανάκαμψη της Ελλάδας έτσι ώστε να ενισχυθεί η οικονομία της και να υπάρξει ενδιαφέρον για επενδύσεις με στόχο την οικονομική ανάκαμψη η οποία ταυτόχρονα θα αυξήσει και την απασχόληση. Όσον αφορά στον τουρισμό, αυτός ήδη έχει αποφασιστική συμβολή προς την κατεύθυνση της οικονομικής ανάκαμψης από το 2013 και έχει συμβάλει αποφασιστικά στη διακοπή της πτωτικής πορείας που είχε σημειώσει η οικονομία μας κατά τα έτη 2008 – 2013. Οι αντίστοιχες επιδόσεις που είχε ο τουρισμός τα έτη 2014 και 2015 ήταν εντυπωσιακές.

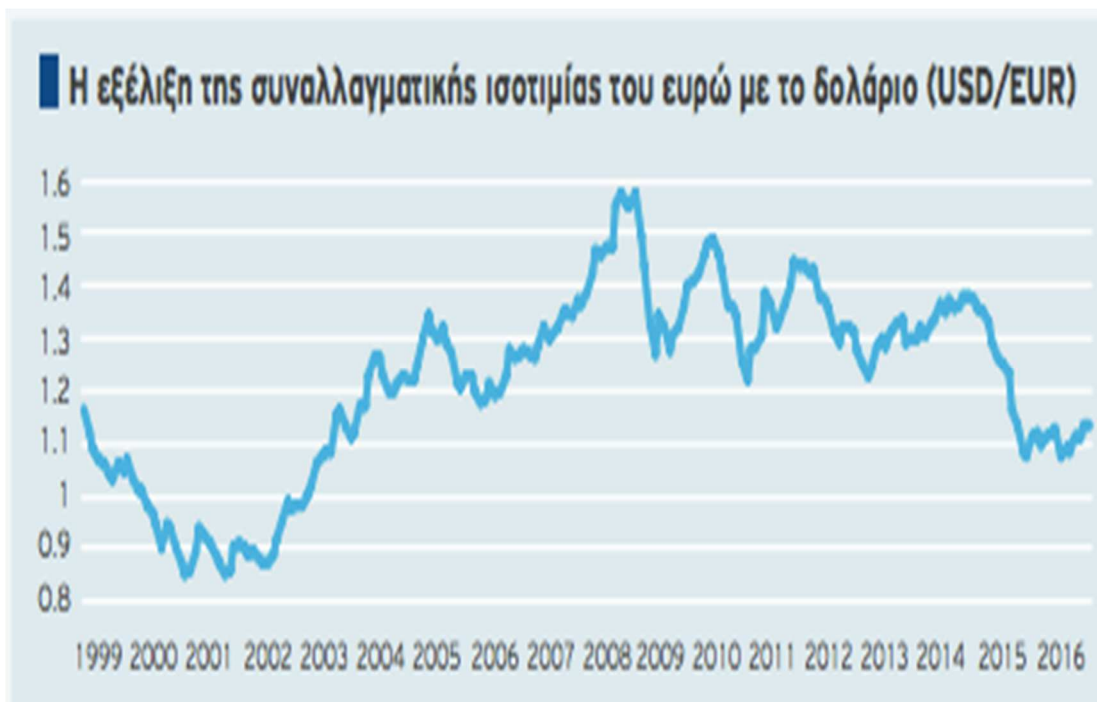


Γράφημα 1. Ταξιδιωτικές εισπράξεις και εισαγωγές – εξαγωγές αγαθών από το έτος 2006 έως το έτος 2015 (ΣΕΤΕ, 2016).

Ένας αρνητικός παράγοντας όσον αφορά στην ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και γενικότερα για την οικονομία, είναι η σημαντική φορολογική επιβάρυνση η οποία παρατηρείται τόσο μέσα από τους άμεσους αλλά και από τους έμμεσους φόρους οι οποίοι δυσκολεύουν τους επαγγελματίες.

Τα κέρδη τα οποία παρουσιάζει η ανταγωνιστικότητα λόγω της εσωτερικής υποτίμησης αντισταθμίζονται σε ένα επίπεδο από την φορολογική επιβάρυνση η οποία χαρακτηρίζει την οικονομία.

Αυτή τη στιγμή το ευρώ κυμαίνεται στα 1.14 usd/eur και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να είναι αρκετά υποτιμημένο ενώ εκτιμάται ότι θα εξακολουθήσει στα επόμενα χρόνια να διαμορφώνεται σε επίπεδα κάτω από 1.15 usd/eur. Οι βασικές αγορές όσον αφορά στη ζώνη του ευρώ αλλά και στην Κεντρική Ευρώπη και τα Βαλκάνια ευνοούνται από την υποτίμηση η οποία παρατηρείται στο ευρώ και τη χαμηλή τιμή η οποία παρατηρείται στο πετρέλαιο ενώ σημειώνεται ποσοτική ενίσχυση της ρευστότητας από την ΕΚΤ κάτι το οποίο ενισχύει τους ρυθμούς ανάπτυξης και αντίστοιχα το διαθέσιμο εισόδημα των πληθυσμών που επισκέπτονται τη χώρα μας.



Γράφημα 2. Συναλλαγματική ισοτιμία ευρώ και δολλαρίου από το 1999 έως το 2016 (ΣΕΤΕ, 2016).

Στον ελληνικό τουρισμό μένουν ικανοποιημένοι οι επισκέπτες από την παροχή υπηρεσιών στα ελληνικά ξενοδοχεία και αυτό κάνει την Ελλάδα έναν πολύ σημαντικό και διαχρονικό προορισμό σε σχέση με τους διεθνείς ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Παράλληλα πρέπει να πούμε ότι ο ελληνικός τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει αντιμετωπίσει μια σειρά προβλημάτων όσον αφορά στην ποιότητα στα περιφερειακά αεροδρόμια, στα λιμάνια και σ' ένα μεγάλο τμήμα στο οδικό του δίκτυο καθώς και σε ζητήματα τα οποία υπάγονται στα Υπουργεία. Από πολλές πλευρές το γεωπολιτικό περιβάλλον στη πολιτική της ανατολικής Μεσογείου έχει υποστεί μεγάλες αλλαγές και η κρίση η οποία παρατηρείται στις σχέσεις Ρωσίας και Τουρκίας έχει εκθετικές επιπτώσεις με αποτέλεσμα να ενισχύεται η τουριστική κίνηση της Ελλάδας.

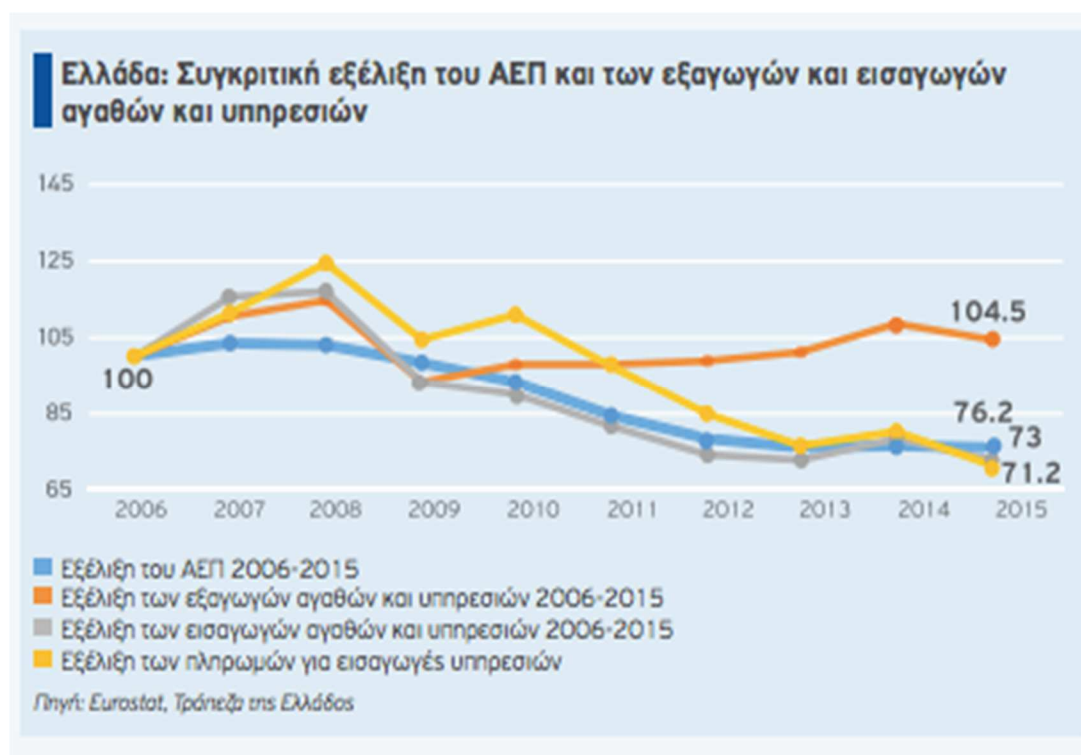
Αυτό παράλληλα όμως δεν έχει επαληθευτεί το τέταρτο τρίμηνο του 2015 που οι αφίξεις των τουριστών από άλλες χώρες σημειώθηκαν μειωμένες. Την ίδια στιγμή στιγμή λειτούργησε αρνητικά το προσφυγικό πρόβλημα για το 2015 και συνέχισε να επηρεάζει αρνητικά τις τουριστικές αφίξεις και το πρώτο τρίμηνο του 2016. Η χώρα μας επιδιώκει να αυξήσει τις αφίξεις και τα έσοδα της από τον εισερχόμενα και τον εσωτερικό τουρισμό κάτι το οποίο προσδιορίζεται κατά κύριο λόγο από τον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος καθώς αυξάνεται η προσφορά των ανταγωνιστικών τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα και σε μικρότερο βαθμό στις άλλες χώρες. Παράλληλα υπάρχει μεγαλύτερη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών οι οποίες σε περιόδους θετικής ανάπτυξης στην Ελλάδα είναι απεριόριστες έτσι ώστε οι τουρίστες να έχουν τη βέλτιστη δυνατή εμπειρία. Ειδικότερα η ζήτηση στις τουριστικές υπηρεσίες στη χώρα μας χαρακτηρίζεται από την επιχειρηματική λειτουργία των επιχειρήσεων με το βέλτιστο δυνατό τρόπο σε όλες τις επιμέρους τουριστικές περιοχές.

4.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οι σημαντικότεροι παράγοντες οι οποίοι έχουν συμβάλλει έτσι ώστε να αναπτυχθεί ο τουρισμός στη χώρα μας είναι η πορεία ανάπτυξης των επιχειρήσεων για την περίοδο 2013 έως 2015, κάτι το οποίο οφείλεται στις ευνοϊκές συνθήκες ανάπτυξης στις χώρες προέλευσης από τις οποίες έρχονται οι τουρίστες στην Ελλάδα καθώς και στις σημαντικές γεωπολιτικές εξελίξεις και τη βελτίωση της εικόνας της χώρας μας ως ασφαλούς προορισμού στο εξωτερικό.

Παράλληλα υπάρχει αλλαγή κατεύθυνσης της οικονομικής πολιτικής της Ελλάδας με εκ βαθέων μεταρρυθμίσεις σε όλους τους τομείς και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των κλάδων της

οικονομίας που παράγουν εμπορεύσιμα προϊόντα. Από την άλλη πλευρά, ένας αρνητικός παράγοντας για την ανάπτυξη του τουρισμού είναι η φορολογική επιβάρυνση όπως προαναφέρθηκε από τους έμμεσους αλλά και από τους άμεσους φόρους. Ως αποτέλεσμα των προαναφερθέντων, ο τουρισμός έχει συμβάλει θετικά στην αύξηση του Α.Ε.Π. το 2014 κατά 0,7% ενώ έχει παρατηρηθεί αύξηση των εσόδων από τον εξωτερικό τουρισμό κατά 1,45% με αύξηση της προστιθέμενης αξίας στον κλάδο του χονδρεμπορίου. Παράλληλα παρατηρείται βελτίωση στον κλάδο μεταφορών και παροχής υπηρεσιών καταλυμάτων και εστίασης με βάση τη συνολική αύξηση της άμεσης και της έμμεσης δαπάνης η οποία έχει προκληθεί στην Ελλάδα από τον τουρισμό.



Γράφημα 3. Εξέλιξη του ΑΕΠ και των εισαγωγών και εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών 2006 έως 2015 (ΣΕΤΕ, 2016).

Για το 2016 η ανάπτυξη του τουρισμού επηρεάστηκε σημαντικά από τους ίδιους παράγοντες που είχαν ευνοήσει τον τουρισμό και τα έτη 2013 - 2014 καθώς και το 2015. Η ανάπτυξη των οικονομιών των χωρών προέλευσης των ξένων τουριστών για τη χώρα μας το 2016 κυμάνθηκε στα ίδια επίπεδα με το 2015 ενώ για τα επόμενα έτη αναμένεται βελτίωση της κατάστασης γιατί στη Ρωσία όπως προαναφέρθηκε αυτή τη στιγμή υπάρχει πτώση του Α.Ε.Π. κατά - 1,8%. Η

ανάκαμψη βέβαια της τιμής του πετρελαίου σε επίπεδα κοντά στα 45 \$ ανά βαρέλι έχει συμβάλει στο να ανακάμψει το ρούβλι και να οδηγηθεί η χώρα σε μία καλύτερη πορεία συνολικά για την οικονομία της. Σημαντική είναι η αναπτυξιακή πορεία την οποία σημειώνουν οι χώρες της κεντρικής Ευρώπης και τα Βαλκάνια, ωστόσο υπάρχει σημαντική συμβολή στην προσέλκυση τουριστών το 2016 καθώς η χώρα μας θεωρήθηκε ασφαλής προορισμός σε μία εποχή έξαρσης τρομοκρατικών επιθέσεων σε πολλές χώρες της ανατολικής Μεσογείου.

Παράλληλα υπήρχαν σημαντικές προϋποθέσεις έτσι ώστε να περιοριστούν τα εσωτερικά προβλήματα τα οποία επηρέασαν αρνητικά τον τουρισμό το 2015. Από τα μέσα του Μαΐου του 2016 οι Έλληνες και ξένοι επιχειρηματίες εξέτασαν τη δραστηριοποίησή τους στη χώρα μας προσπαθώντας να κατανοήσουν πότε θα ολοκληρωθεί η αξιολόγηση του μνημονίου και της επιβάρυνσης που θα το ακολουθήσει.

Ωστόσο, παρ' όλα τα προβλήματα τα οποία σημειώθηκαν, υπήρξαν εισροές εισοδήματος από τη ναυτιλία αλλά και από τον τουρισμό και το πρόβλημα των προσφύγων και των παράνομων μεταναστών αντιμετωπίστηκε. Η ολοκλήρωση της αξιολόγησης και η εκταμίευση της δόσης είχαν ευνοϊκές επιπτώσεις για την ελληνική οικονομία και για τον τουρισμό στο υπόλοιπο του 2016 και το 2017. Παράλληλα το προσφυγικό πρόβλημα έθεσε υψηλού επιπέδου οργανωτικές και νομικές απαιτήσεις ενώ η δύσκολη αποτελεσματική διαχείριση έδωσε στην Ελλάδα ώθηση έτσι ώστε να γίνει κατανοητό ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό μοχλό ανάπτυξης. Οι απαιτήσεις και οι δυσκολίες αυτές αντιμετωπίστηκαν έγκαιρα και αποτελεσματικά ιδιαίτερα μετά από την ευρωπαϊκή συμφωνία με την Τουρκία και το δραστικό περιορισμό στις αφίξεις των μεταναστών. Έτσι οι προκλήσεις και τα προβλήματα αντιμετωπίστηκαν κατά τρόπο που να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές επιπτώσεις στον τουρισμό.

Οι εντυπωσιακές αυξήσεις των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα από όλες τις περιοχές προέλευσης οφείλεται στην ουσιαστική βελτίωση η οποία παρατηρήθηκε στην οικονομική κατάσταση και στο σημαντικό ρυθμό ανάπτυξης των οικονομιών στη ζώνη του ευρώ. Σημαντική ήταν επιπλέον η επίπτωση της βελτιωμένης ανάπτυξης των οικονομιών των γειτονικών χωρών στα Βαλκάνια αλλά και των χωρών της κεντρικής Ευρώπης όπως η Πολωνία και η Ουγγαρία. Από την άλλη πλευρά, οι αφίξεις από χώρες όπως η Βουλγαρία ήταν μία νέα πραγματικότητα η οποία δεν δικαιολογείται μόνο από την ικανοποιητική ανάπτυξη της οικονομίας της κατά το

2014 και 2015 αλλά και μία νέα πρακτική των κατοίκων αυτής της χώρας να επιλέγουν τη Βόρεια Ελλάδα για λίγες μέρες διακοπών μέσω του οδικού δικτύου.

Για τους Γερμανούς τουρίστες πρέπει να πούμε ότι αυτοί δαπάνησαν στην Ελλάδα του 2015 2.24 δισεκατομμύρια ευρώ και αυτό δείχνει ότι η δαπάνη των Γερμανών για τον τουρισμό στο εξωτερικό διαμορφώθηκε στο 69,5 δισεκατομμύρια ευρώ το 2015 και στα 70 δισεκατομμύρια ευρώ το 2016 ενώ το ποσό αυτό στην Ελλάδα άγγιξε το 3.2% του συνολικού ποσού.

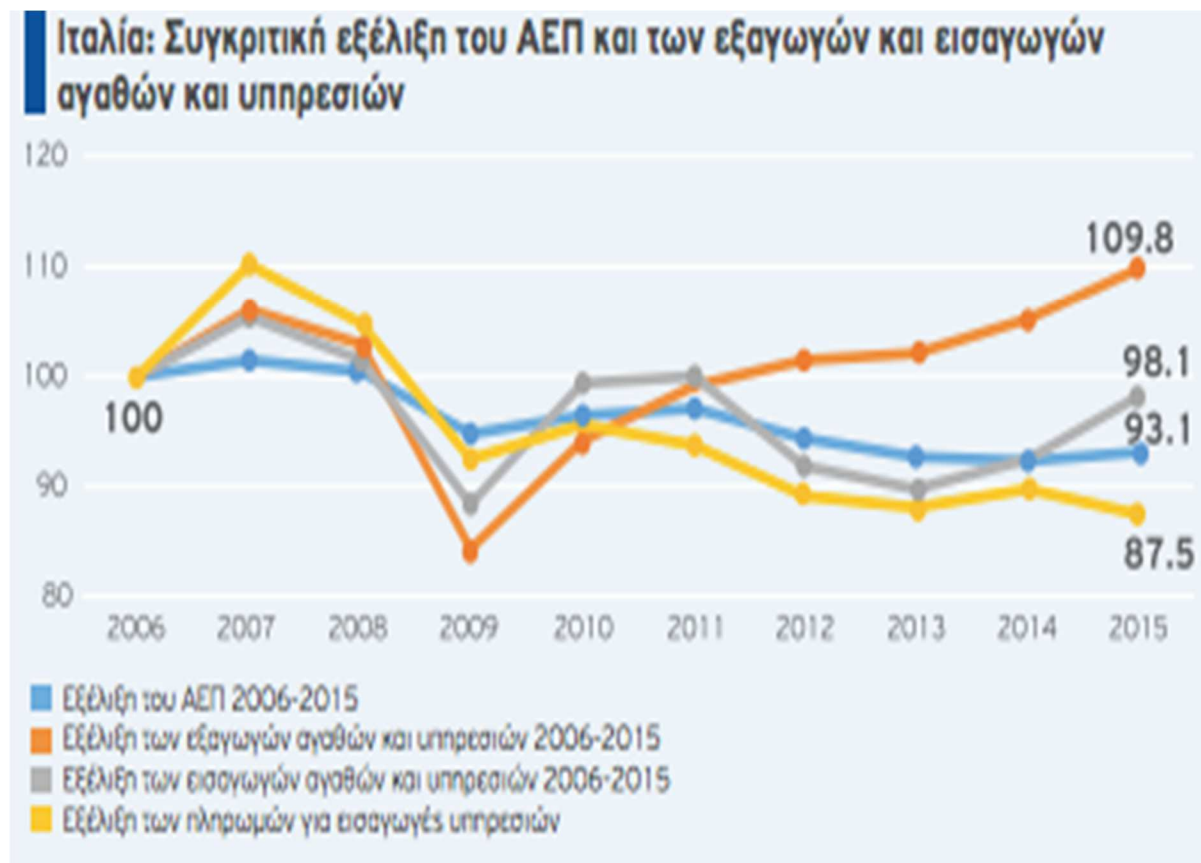
Η δυνατότητα της χώρας μας να προσελκύσει τουρίστες από τη Γερμανία αυξάνοντας τα έσοδα της εξαρτάται από την ανάπτυξη του διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος και από την ανταγωνιστική προσφορά υψηλής ποιότητας τουριστικών υπηρεσιών. Η προσφορά των τουριστικών υπηρεσιών παράλληλα διευκολύνεται από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που έχει η χώρα μας στον τομέα του τουρισμού. Η Γαλλία επίσης αποτελεί μια σημαντική πηγή τουρισμού καθώς η οικονομία της Γαλλίας προσφέρει στη χώρα μας το 6.8% των ξένων τουριστών τα τελευταία χρόνια και είναι σε μια σταθερή πορεία σχετικά χαμηλής ανάπτυξης με μέση ετήσια αύξηση του Α.Ε.Π. κατά 1% για την περίοδο 2009 έως 2015. Και στη Γαλλία όπως και στη Βρετανία ο μοχλός ανάπτυξης της οικονομίας είναι η αύξηση της ζήτησης μέσα από την πολιτική των μηδενικών επιτοκίων και την ποσοτική ενίσχυση της ρευστότητας στην εγχώρια οικονομία. Η μέση ετήσια αύξηση των εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών κατά τα έτη 2009 έως 2015 ήταν 4.7%, όσο δηλαδή ήταν και η συμμετοχή από εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών.



Γράφημα 4. Εξαγωγές και εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών σε δισεκατομμύρια ευρώ για τα έτη 2006 έως 2015 στη Γαλλία (ΣΕΤΕ, 2016).

Παράλληλα η οικονομία της Ιταλίας προσφέρει στην Ελλάδα το 5.8% των ξένων τουριστών οι οποίοι επισκέφτηκαν τη χώρα μας το 2015 και σημειώνουν πορεία ανάκαμψης για το 2016 κατά 0.8% με μέση ετήσια αύξηση του Α.Ε.Π. κατά την περίοδο 2009 έως 2015 αρνητική στο -0,3%. Η χώρα εφάρμοσε πρόγραμμα προσαρμογής κατά την περίοδο 2009 - 2015 κάτι το οποίο οδήγησε σε σημαντική μέση ετήσια αύξηση εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών κατά 4.5%. Το αποτέλεσμα είναι να υπάρχει ένα ισοζύγιο αγαθών και υπηρεσιών το οποίο ήταν ελλειμματικό κατά 31.6 δισεκατομμύρια ευρώ το 2010 και το οποίο μετατράπηκε σε σημαντικό πλεόνασμα ύψους 41 δισεκατομμυρίων ευρώ τα τελευταία έτη. Έτσι στην Ιταλία οι καθαρές εξαγωγές είχαν ως αποτέλεσμα να υπάρχει θετική επίπτωση στην ανάπτυξη με μία παράλληλη πολιτική μηδενικών επιτοκίων και ποσοτική ενίσχυση της ρευστότητας στην εγχώρια οικονομία, κάτι το οποίο είχε αντίκρουσμα και στον ελληνικό τουρισμό. Οι δαπάνες των κατοίκων της Ιταλίας ήταν μειωμένες το 2015 κατά 12.5% ενώ το Α.Ε.Π. της χώρας στην ίδια περίοδο ήταν μειωμένο κατά

-6.9%. Η αύξηση του Α.Ε.Π. της Ιταλίας αναμένεται να ανέλθει σε 1,1% το 2016 - 2017 και οι δαπάνες θα αυξηθούν κατά 1% ετησίως.



Γράφημα 5. Η συγκριτική εξέλιξη του ΑΕΠ σε σχέση με τις εισαγωγές – εξαγωγές στην Ιταλία (ΣΕΤΕ, 2016).

4.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ, ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Όσον αφορά στην οικονομία της χώρας μας, αυτή εμφανίζει μια πορεία σταθεροποίησης και ανάκαμψης μετά την ύφεση οποία παρατηρήθηκε κατά την περίοδο 2008 έως 2013 και την ανάκαμψη του Α.Ε.Π. κατά 0.7% το 2014. Παράλληλα σημειώθηκε μικρή πτώση κατά 0.2% το 2015.. Η μέση ετήσια πτώση του Α.Ε.Π. για την περίοδο 2009 έως 2015 ήταν 4.2% ενώ το

πρόγραμμα προσαρμογής το οποίο η χώρα μας ακολούθησε κατά την περίοδο 2010 - 2015 είχε ως αποτέλεσμα να παρατηρηθεί ετήσια αύξηση των εξαγωγών αγαθών κατά 4.8% παρά το γεγονός ότι υπήρχε πιστωτική ασφυξία στις ελληνικές επιχειρήσεις σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές της χώρας. Την ίδια περίοδο οι εισαγωγές αγαθών της κατέγραψαν ετήσια πτώση - 3.5% ενώ από την άλλη πλευρά οι εξαγωγές υπηρεσιών σημείωσαν ετήσια πτώση κατά 0.9% την περίοδο 2009 - 2015 δεδομένων των εισροών εισοδημάτων από τις διεθνείς μεταφορές. Παράλληλα οι πληρωμές για εισαγωγές υπηρεσιών σημείωσαν μέση ετήσια πτώση κατά 6.2% μέχρι το 2015 λόγω της πτώσης που παρατηρήθηκε στις εκροές εισοδημάτων στον τομέα της ναυτιλίας αλλά και τη μείωση των πληρωμών των εγχώριο κατοίκων για ταξίδια στο εξωτερικό και λοιπές υπηρεσίες.



Γράφημα 6. Εξέλιξη του ΑΕΠ στη χώρα μας από εισαγωγές – εξαγωγές κατά την περίοδο 2006 – 2015 (ΣΕΤΕ, 2016).



Γράφημα 7. Ταξιδιωτικές εισπράξεις και εισαγωγές – εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών από το έτος 2006 – 2015 (ΣΕΤΕ, 2016).

ΚΙΝΗΣΗ ΕΠΙΒΑΤΙΚΩΝ ΠΛΟΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑ-ΙΤΑΛΙΑ-ΕΛΛΑΔΑ						
	ΣΥΝΟΛΟ			ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΕΣ ΓΙΑ ΑΝΑΨΥΧΗ		
	2017	2016	%Δ	2017	2016	%Δ
Ιανουάριος	51.149	47.871	6,8%	23.017	21.501	7,0%
Φεβρουάριος	49.431	44.969	9,9%	19.772	19.786	-0,1%

Μάρτιος	77.155	67.101	15,0%	40.892	39.805	2,7%
Απρίλιος	105.460	85.109	23,9%	65.385	50.214	30,2%
Μάιος	84.346	83.409	1,1%	57.355	54.843	4,6%
Ιούνιος	119.456	104.754	14,0%	84.814	72.698	16,7%
Ιούλιος		218.705	- 100,0%		158.420	- 100,0%
Αύγουστος		282.557	- 100,0%		219.969	- 100,0%
Σεπτέμβριος		140.309	- 100,0%		98.798	- 100,0%
Οκτώβριος		95.818	- 100,0%		59.932	- 100,0%
Νοέμβριος		57.729	- 100,0%		27.574	- 100,0%
Δεκέμβριος		50.260	- 100,0%		23.120	- 100,0%
ΣΥΝΟΛΟ		1.278.591	- 100,0%		846.661	- 100,0%

Τρέχον έτος	486.997	433.213	12,4%	291.236	186.150	56,5%
--------------------	----------------	----------------	--------------	----------------	----------------	--------------

Πίνακας 1. *Ναυτιλιακή κίνηση 2017 στην Ελλάδα* (ΣΕΕΝ- Επεξεργασία SETE Intelligence, 2017).

Παράλληλα, από τον πίνακα 1 βλέπουμε ότι η ταξιδιωτική κίνηση για το έτος 2017 σημειώνει σημαντική αύξηση για τους μήνες από τον Μάιο έως και τον Αύγουστο 2017 κάτι το οποίο σημαίνει ότι έχει ενισχυθεί σε μεγάλο βαθμό η ναυτιλία για το τρέχον έτος και αναμένεται για το 2018 περαιτέρω αύξηση της τουριστικής κίνησης.

Στον πίνακα 2, δίνεται η διαχρονική εξέλιξη του ΑΕΠ από το 2010 έως και το έτος 2015.

Εξέλιξη του ΑΕΠ (σε σταθερές τιμές 2010) το 2015

	1ο δμνο 2014 Εκατ. €	1ο δμνο 2015 Εκατ. €	1ο δμνο %Δ	2ο δμνο Εκατ. €	2ο δμνο Εκατ. €	2ο δμνο %Δ
Συνολική Κατανάλωση	82.6	83.7	1.3%	85.1	84.4	-0.8%
Ιδιωτική Κατανάλωση	62.8	64.0	1.9%	64.9	64.1	-1.3%
Δημόσια κατανάλωση	19.7	19.6	-0.6%	20.2	20.3	0.5%
Επενδύσεις Παγίου Κεφαλαίου	10.0	10.5	5.4%	11.3	10.9	-3.5%
Κατοικίες	1.1	0.9	-20.0%	0.9	0.6	-26.5%
Λοιπές Κατασκευές	3.5	2.8	-20.6%	4.3	4.4	3.2%
Εξοπλισμός (μηχανολ. και μεταφ.)	4.0	5.4	35.0%	4.6	4.4	-5.7%
Λοιπές	1.4	1.5	6.7%	1.5	1.4	-2.0%
Μεταβολή Αποθεμάτων	1.27	0.39	-69.4%	-0.12	-2.3	1894.0%
Στατ. Διαφ.	-0.04	-0.01	-60.0%	0.35	0.5	29.2%
Εγχώρια Τελική Ζήτηση	92.6	94.2	1.7%	96.4	95.3	-1.1%
Εξαγωγές Αγαθών & Υπηρεσιών	24.4	25.3	3.4%	31.1	28.1	-9.4%
-Καθ. εισπράξεις από Μεταφ. (Ναυτιλία)	3.2	3.0	-7.5%	3.7	1.6	-56.9%
Εισαγωγές Αγαθών & υπηρεσιών	29.0	29.9	2.9%	31.4	26.4	-15.8%
Ισοζύγιο Αγαθών & Υπηρεσιών	-4.6	-4.6	0.4%	-0.3	1.7	-604.7%
ΑΕΠ, σταθερές τιμές αγοράς	89.2	89.9	0.83%	96.3	95.1	-1.21
Συμβολή στην αύξηση του ΑΕΠ						
Καθαρές Εξαγωγές			-0.02			2.13
-Εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών			-0.94			5.17
-Καθ. εισπράξεις από Μεταφ. (Ναυτιλία)						-2.18
Ιδιωτική κατανάλωση			1.33			-0.85
Δημόσια Κατανάλωση			-0.13			0.11
Επενδύσεις			0.60			-0.40
Κατοικίες			-0.58			-0.24
Λοιπές Κατασκευές			0.00			0.14
Εξοπλισμός (μηχανολ. και μεταφ.)			1.29			-0.28
Μεταβολή Αποθεμάτων			-0.99			-2.30
Στατ. Διαφ.			0.02			0.11
ΑΕΠ, σταθερές τιμές αγοράς			0.83			-1.21

Πίνακας 2. Διαχρονική εξέλιξη ΑΕΠ 2010 – 2015 (ΕΛΣΤΑΤ, 2016).

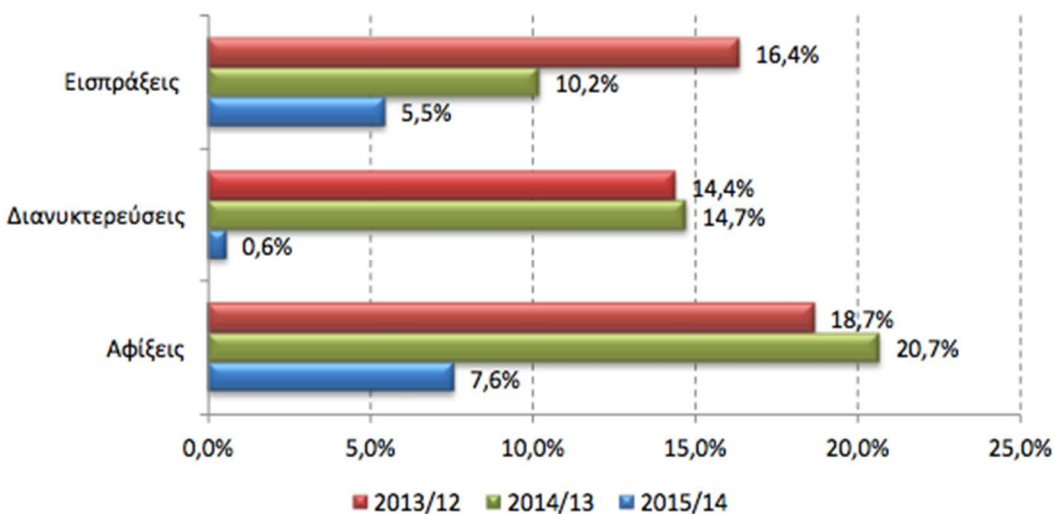
Ο δείκτης οικονομικού κλίματος της χώρας μας δείχνει ότι κατά τα προηγούμενα χρόνια υπήρξε πτώση και τον Ιανουάριο του 2016 ήταν 91.6 ενώ το Φεβρουάριο του ίδιου έτους ήταν 90.3 ενώ τον Απρίλιο 2016 παρουσίασε μία μικρή ανάκαμψη η οποία οφείλετο στην καθυστέρηση της αξιολόγησης και την πτώση του δείκτη εμπιστοσύνης των καταναλωτών. Παράλληλα ανακοινώθηκαν νέες φορολογικές επιβαρύνσεις κάτι το οποίο προκάλεσε ιδιαίτερη ανησυχία στους καταναλωτές.



Γράφημα 8. Δείκτης οικονομικού κλίματος από το Φεβρουάριο 2002 έως τον Απρίλιο 2016 (ΣΕΤΕ, 2016).

Γενικότερα, η Ελλάδα από το 2013 και ύστερα, άρχισε να διανύει μία πολύ καλή τουριστική περίοδο σημειώνοντας θετικές επιδόσεις στον τουρισμό ο οποίος συνεχίστηκε και τα επόμενα χρόνια δηλαδή το 2014 – 2015. Σύμφωνα με τα στοιχεία τα οποία δίνει η Τράπεζα της Ελλάδος,

το 2015 υπήρχε αύξηση της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης καθώς αυτή αυξήθηκε κατά 7.6% σε σχέση με το έτος 2014 ενώ στη χώρα μας κατέφτασαν 26.114 χιλιάδες ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο σε σχέση με το 2014 όπου την Ελλάδα επισκέφθηκαν 24.272 χιλιάδες ταξιδιώτες. Οι εισπράξεις από τους τουρίστες ήταν επίσης αυξημένες το ίδιο έτος με βάση τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος και η αύξηση άγγιξε το 5.5% έναντι της αύξησης 10.2% το 2014. Σημαντικές ήταν οι διανυκτερεύσεις τουριστών στη χώρα μας που κατέγραψαν οριακή αύξηση +0.6% το έτος 2015 με σύνολο 188.012 χιλιάδες. Το ίδιο έτος παρατηρήθηκε στασιμότητα στις διανυκτερεύσεις με ταυτόχρονη μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής που άγγιξε το 6.5%. Αυτό το νούμερο μεταφράζεται σε 7.2 διανυκτερεύσεις ανά άτομο κατά μέσο όρο. Η διαδικασία αυτή οδήγησε σταδιακά σε μείωση της δαπάνης ανά ταξίδι κατά 2% παρόλο που αυξήθηκε η δαπάνη ανά διανυκτέρευση και άγγιξε τα 75 ευρώ (ΙΤΕΠ, 2015). Για τα έτη 2014 – 2015 η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού δίνεται ακολούθως.



Γράφημα 9. Εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού (Εισπράξεις, διανυκτερεύσεις, αφίξεις).

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος. Επεξεργασία ΙΤΕΠ (2015).

4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ

Οι αλλαγές αυτές στα βασικά τουριστικά μεγέθη της Ελλάδας δείχνουν ότι έχει παρατηρηθεί μία επιβράδυνση όσον αφορά στο ρυθμό αύξησης στον ελληνικό τουρισμό η οποία θα αναλυθεί για το έτος 2017 στη συνέχεια.

Παρόλα αυτά, οι προβλέψεις υπήρξαν θετικές από τους τουριστικούς φορείς της χώρας μας αν και το προσφυγικό θέμα αποτέλεσε σημαντικό ανάχωμα μαζί με την οικονομική αστάθεια.

Παράλληλα, τα προηγούμενα έτη και ιδιαίτερα το 2015, οι τουριστικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά 5.2% ενώ οι εισπράξεις για λόγους σπουδών μειώθηκαν κατά 5.5% τον ίδιο χρόνο. Σε σχέση με το 2008, υπήρξαν σημαντικές μεταβολές στις ταξιδιωτικές αφίξεις με βάση το λόγο ταξιδιού καθώς κυρίως οι αφίξεις για λόγους αναψυχής άγγιξαν θετικό πρόσημο +28%. Παράλληλα οι αφίξεις για άλλους λόγους κατέγραψαν αρνητικές εξελίξεις.

Οι αφίξεις από ΗΠΑ, Βραζιλία και Καναδά ήταν για το 2015 αυτές οι οποίες σημείωσαν τα υψηλότερα ποσοστά δίνοντας μία δυναμική στον τουρισμό ιδιαίτερα για τη Βραζιλία και τον Καναδά που σημείωσε +25.1% σε σχέση με το προηγούμενο έτος που σημείωσε -22%.

Γενικότερα, αξίζει να αναφερθεί ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των τουριστικών ροών και από βαλκανικές χώρες καθώς και από χώρες της ανατολής αλλά και από τις ευρωπαϊκές χώρες που φτάνουν στη χώρα μας οδικά και αγγίζουν το 64% σε σχέση με το 1995 που ήταν στο 84%. Στην Ελλάδα φτάνουν τουρίστες από Βουλγαρία, ΠΓΔΜ, Σερβία κτλ. που την επισκέπτονται οδικά. Αντιθέτως, από τις χώρες της Ευρώπης και από τις υπόλοιπες χώρες του κόσμου παρατηρούνται περισσότερο αεροπορικές αφίξεις που αγγίζουν ποσοστά από 95% έως 100% (ΙΤΕΠ, 2015).

% Change		Athens	Thessa loniki	Rhode s	Kos	Karpa thos	Herak lion	Chani a	Corfu	Zakyn thos
Ιανουάρι ος	Janu ary	4,1%	14,7%	- 98,0%				- 14,5%		
Φεβρου άριος	Febr uary	-7,1%	17,0%	- 79,8%			504,3 %	- 21,0%		
Μάρτιος	Marc h	0,2%	5,8%	- 61,7%	- 100,0 %		- 62,9%	- 12,9%	125,8 %	-8,9%
Απρίλιο ς	April	23,4%	33,9%	30,9%	40,2%		33,5%	25,0%	22,3%	46,1%
Μάιος	May	2,6%	12,3%	2,6%	18,5%	- 10,8%	8,6%	2,4%	2,5%	23,1%
Ιούνιος	June	1,4%	19,8%	6,2%	23,7%	19,2%	12,1%	10,1%	6,6%	19,2%
Τρέχον έτος	Ytd	4,6%	17,8%	6,8%	22,5%	10,3%	12,9%	8,6%	6,7%	21,3%

Πίνακας 3. Αφίξεις αεροδρομίων 2017.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΣΕΤΕ για το 2017, στα βασικότερα αεροδρόμια της χώρας σημειώθηκαν σημαντικές μεταβολές σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Συγκεκριμένα, στο Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος σημειώθηκε αύξηση 4.1% για τον Ιανουάριο του 2017 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ το Φεβρουάριο η αύξηση ήταν -7.1% ανακάμπτοντας το Μάρτιο στο 0.2% και σημειώνοντας ένα θεαματικό 23.4% τον Απρίλιο το οποίο διαμορφώθηκε στο 2.6% το Μάιο. Για τον Ιούνιο το ποσοστό διαμορφώθηκε στο 1.4%. Από τα ποσοστά αυτά παρατηρούμε ότι οι περισσότερες αφίξεις σημειώθηκαν τον Απρίλιο που είναι ο μήνας που αρχίζει η ανοιξιάτικη περίοδος για την πρωτεύουσα (ΣΕΤΕ, 2017).

Παράλληλα, από τον πίνακα βλέπουμε ότι μεγαλύτερη ήταν η αύξηση τουριστών στη Θεσσαλονίκη για το τρέχον έτος ενώ σε άλλα μεγάλα αεροδρόμια όπως αυτό της Κω και της Ζακύνθου τα ποσοστά ήταν αντίστοιχα 22.5% και 21.3%.

Ένα σημαντικό στοιχείο το οποίο σημειώθηκε το 2017 είναι το γεγονός ότι για να ενισχυθεί ο τουρισμός από τις ΗΠΑ εντάχθηκαν στα δρομολόγια των αεροπλάνων απευθείας πτήσεις από ΗΠΑ για Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία τα οποία δίνει το Υπουργείο Τουρισμού καθώς οι Αμερικάνοι σε σχέση με τους Ευρωπαίους κάνουν υψηλότερες δαπάνες συμβάλλοντας στην Ελληνική οικονομία².

Το Υπουργείο σημειώνει ότι οι τουρίστες από Αμερική είναι πολύ σημαντικοί για την ελληνική οικονομία καθώς διαθέτουν υψηλό εισοδηματικό προφίλ εντασσόμενοι στον high end τουρισμό. Το γεγονός ότι οι Αμερικάνοι τουρίστες τα τελευταία χρόνια ενδιαφέρονται για τη χώρα μας, βασίζεται στην ισοτιμία όπως αυτή διαμορφώνεται μεταξύ δολλαρίου και ευρώ κάτι το οποίο ευνοεί το δολλάριο, δεδομένο το οποίο σημαίνει ότι μπορούν με λιγότερα έξοδα να απολαύσουν τις διακοπές τους. Μακροπρόσθεσμα αναμένεται να υπάρξει περαιτέρω κάμψη του ευρώ έναντι του δολλαρίου με αποτέλεσμα να σημειωθούν στα επόμενα χρόνια μεγαλύτερες αφίξεις στη χώρα μας από ΗΠΑ.

² <http://www.tastv.gr/article/1-ekatommyrio-toyristes-apo-ameriki-anamenontai-mesa-sto-2017>

Περιοχές Regions		Σύνολο (χωρίς Αθήνα)		
		Total (without Athens)		
		2017	2016	Δ2017/2016
Ιανουάριος	January	87.014	76.243	14,1%
Φεβρουάριος	February	82.512	70.710	16,7%
Μάρτιος	March	118.116	121.837	-3,1%
Απρίλιος	April	570.068	430.183	32,5%
Μάιος	May	1.488.856	1.380.829	7,8%
Ιούνιος	June	2.241.041	1.975.830	13,4%
Ιούλιος	July	0	2.637.847	-100,0%
Αύγουστος	August	0	2.581.941	-100,0%
Σεπτέμβριος	September	0	1.980.100	-100,0%
Οκτώβριος	October	0	895.121	-100,0%
Νοέμβριος	November	0	90.576	-100,0%
Δεκέμβριος	December	0	108.360	-100,0%
Τρέχον έτος	Ytd	4.587.607	4.055.632	13,1%

Πίνακας 4. Αφίξεις αεροδρομίων εκτός Αθηνών 2017.

Για τα αεροδρόμια εκτός Αθηνών, βλέπουμε ότι τον Ιανουάριο του 2017 σημειώθηκαν 87.014 αφίξεις σε σχέση με το έτος 2016 που σημειώθηκαν 76.243 αφίξεις, κάτι το οποίο οδήγησε σε αύξηση 14.1%. Τον Φεβρουάριο του 2017 σημειώθηκαν 82.512 αφίξεις ενώ παράλληλα το Φεβρουάριο του προηγούμενου έτους είχαν καταγραφεί 70.710 αφίξεις, γεγονός το οποίο αύξησε τον τουρισμό στις περιοχές εκτός Αθηνών κατά 16.7%. Αξιοσημείωτο είναι ότι η μεγαλύτερη αύξηση παρατηρήθηκε τον Απρίλιο του 2017 όπου και οι αφίξεις ήταν 570.068 σε σχέση με τον Απρίλιο του 2016 όπου οι αντίστοιχες αφίξεις ήταν 430.183 με εκρηκτική άνοδο της τάξης του 32.5%.

Χώρα συνήθους διαμονής	2017											
	Ιανο υάρι ος	Φεβρ ουάρι ος	Μάρ τιος	Απ ρίλι ος	Μά ιος	Ιού νιος	Ιού λιο	Αύγ ουστ ος	Σεπτέ μβριο	Οκτ ώβρι ος	Νοέ μβρι ος	Δεκέ μβρι ος
ΣΥΝΟΛΟ	62.6 11	82.20 9	14 0.8 73	286 .33 1	41 8.7 32	47 2.4 50	53 1.0 30					
ΕΥΡΩΠΗ	51.8 39	70.77 7	12 0.9 19	252 .19 0	38 1.9 35	41 8.4 48	45 9.2 02					
ΧΩΡΕΣ Ε.Ε.	35.6 85	52.87 0	95. 49 2	192 .46 1	25 5.4 31	26 0.0 44	29 6.9 38					
Βέλγιο	527	1.002	1.7 64	2.8 74	2.0 61	2.3 48	4.8 96					
Βουλγαρία	563	504	68 8	1.2 95	99 0	1.0 80	1.2 32					
Τσεχία	206	293	35 3	572	1.0 27	1.9 38	2.4 60					
Δανία	228	262	22 6	2.4 15	4.8 11	4.9 95	7.1 95					
Γερμανία	2.20 6	3.115	9.0 90	23. 903	21. 07	18. 36	19. 75					
Ελλάδα	8.46 0	10.82 8	13. 49 2	16. 266	14. 68	18. 18	15. 51 3					

Ισπανία	100	457	30 2	666	64 4	55 7	77 6					
Γαλλία	1.02 7	1.893	1.8 73	4.7 75	3.9 29	2.7 72	4.7 16					
Ιρλανδία	22	103	27 9	519	61 1	1.1 24	1.1 43					
Ιταλία	460	586	1.0 33	1.3 01	2.3 31	1.6 93	2.1 55					
Λετονία	45	460	48 8	485	42 1	47 9	49 7					
Λιθουανία	478	583	77 5	1.3 39	2.5 75	2.8 15	1.5 86					
Ουγγαρία	406	433	62 8	542	63 3	1.7 74	2.4 95					
Μάλτα	101	178	40 6	358	29 3	59 9	71 6					
Ολλανδία	299	486	1.1 21	4.1 70	4.9 06	3.9 79	4.9 12					
Αυστρία	341	658	2.4 93	5.3 31	2.7 89	4.2 68	6.2 09					
Πολωνία	1.06 2	1.115	2.0 02	4.4 21	6.5 69	8.4 71	7.7 77					
Ρουμανία	1.02 8	1.208	1.4 90	3.7 58	4.9 19	7.2 49	6.0 24					
Σλοβακία	42	93	13 0	263	23 7	2.4 54	3.1 07					
Φινλανδία	72	167	14 9	1.7 34	2.9 41	2.5 47	3.3 73					
Σουηδία	378	483	1.4 69	8.2 97	20. 37	21. 13	22. 62					

					9	6	1					
Ηνωμένο Βασίλειο	17.404	27.528	54.571	106.291	15.518	15.032	17.680					
Άλλες χώρες Ε.Ε.	229	435	671	887	1.589	687	897					
Άλλες Ευρωπαϊκές Χώρες	16.154	17.907	25.428	59.729	12.603	15.804	16.2264					
Ελβετία (περιλ. Λίχτενσταϊν)	277	613	1.643	5.581	5.551	6.685	9.165					
Νορβηγία	265	887	1.210	2.217	4.773	9.303	12.320					
Ρωσία	13.677	14.441	19.910	47.001	10.863	12.989	12.919					
Λευκορωσία	135	286	372	715	2.062	2.968	2.449					
Ουκρανία	1.130	1.167	1.724	3.159	4.666	7.382	6.801					
Σερβία	406	336	368	681	705	1.541	1.818					
Άλλες	264	177	201	375	683	635	593					
ΑΦΡΙΚΗ	417	581	806	1.040	1.762	1.867	2.238					
Νότιος	116	162	22	200	69	62	73					

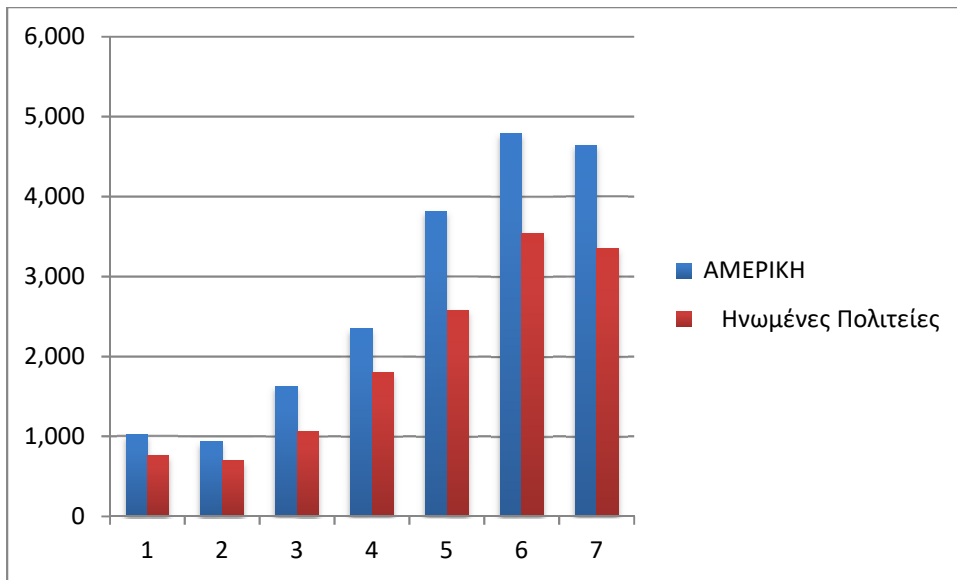
Αφρική			3		2	0	0					
Αίγυπτος	216	313	45 5	609	67 1	93 0	1.0 55					
Άλλες	85	106	12 8	230	40 0	31 7	45 3					
ΑΜΕΡΙΚΗ	1.02 0	935	1.6 30	2.3 45	3.8 16	4.7 91	4.6 41					
Ηνωμένες Πολιτείες	764	699	1.0 57	1.7 98	2.5 81	3.5 35	3.3 52					
Καναδάς	148	167	41 2	348	78 4	92 3	98 9					
Άλλες	108	70	16 1	199	45 0	33 3	30 0					
ΑΣΙΑ	8.89 1	9.700	17. 06 3	29. 814	29. 17 1	45. 24 6	62. 34 0					
Χώρες Κόλπου	1.43 9	1.715	1.9 83	3.0 75	2.1 59	4.7 67	5.3 67					
Κουβέιτ	100	124	11 2	118	16 9	36 5	22 3					
Μπαχρέιν	117	126	87	282	15 1	30 4	55 3					
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	770	982	1.2 73	1.5 16	1.2 97	2.6 54	3.2 78					
Σαουδική Αραβία	187	235	24 9	371	18 8	60 8	42 1					
Άλλες	266	248	26	789	35	83	89					

Χώρες Κόλπου			1		4	5	2					
Ιορδανία	268	237	36 8	636	78 0	1.4 72	1.1 80					
Ιράν	92	129	2.0 66	49	13 6	39 4	59 8					
Ισραήλ	5.24 1	5.595	9.9 83	21. 572	20. 71 2	28. 04 4	42. 50 5					
Λίβανος	1.07 5	1.227	1.7 11	3.1 55	3.2 08	8.0 10	10. 60 8					
Κίνα (συμπ. του Χονγκ Κονγκ)	238	203	27 9	288	25 0	58 7	43 3					
Άλλες	537	595	67 3	1.0 39	1.9 25	1.9 74	1.6 49					
ΩΚΕΑΝΙΑ	441	213	45 3	926	2.0 18	2.0 91	2.5 76					
Αυστραλία	431	166	45 3	877	1.7 06	1.8 62	2.4 52					
Άλλες	10	47	0	48	31 1	22 9	12 4					

Πίνακας 5. Χώρα συνήθους διαμονής.

Από τα διαθέσιμα στοιχεία τα οποία δίνει η ΕΛΣΤΑΤ (2017), για τους μήνες από Ιανουάριο έως και Ιούλιο του 2017, σημειώθηκαν συνολικά για τον Ιανουάριο 62.611 αφίξεις, τον Φεβρουάριο 82.209, το Μάρτιο 140.083, τον Απρίλιο 286.331, τον Μάιο 418.732, τον Ιούνιο 472.450 και τον Ιούλιο 531.030 αφίξεις. Παρατηρούμε ότι τα στοιχεία διαφέρουν από τα στοιχεία τα οποία έχουν καταγραφεί από τον ΣΕΤΕ (2017) και αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι στην ΕΛΣΤΑΤ γίνεται περαιτέρω επεξεργασία των στοιχείων μετά την αρχική καταγραφή. Βλέπουμε ότι κατά το μήνα Φεβρουάριο από την Ευρώπη καταφτάνουν στη χώρα μας 70.777 τουρίστες, ποσοστό σημαντικά αυξημένο σε σχέση με τους άλλους μήνες, ενώ αντίστοιχα, από τις χώρες της Ε.Ε. το ποσοστό το οποίο παρατηρείται ιδιαίτερα αυξημένο είναι το μήνα Μάρτιο όπου είναι 95.492 τουρίστες.

Οι επισκέπτες που προέρχονται από την Αμερική είναι 1.020 τον Ιανουάριο, το Φεβρουάριο 935, το Μάρτιο 1.630, τον Απρίλιο 2.345, τον Μάιο 3.816, τον Ιούνιο 4.791 και τον Ιούλιο 4.641. Το μεγαλύτερο ποσοστό καταγράφεται τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο που είναι η έναρξη της καλοκαιρινής περιόδου. Από τις ΗΠΑ καταγράφονται 764 τουρίστες τον Ιανουάριο, 699 το Φεβρουάριο, 1.057 το Μάρτιο, 1.798 τον Απρίλιο, 2.581 τον Μάιο, 3.535 τον Ιούνιο και 3.353 τον Ιούλιο. Τα ποσοστά είναι αντίστοιχα αυξημένα τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο που αποτελούν τους κατεξοχήν καλοκαιρινούς μήνες.



Γράφημα 10. Μηνιαία επισκεψιμότητα τουριστών από την Αμερική και τις Η.Π.Α.

Για τους ίδιους μήνες, από το διάγραμμα βλέπουμε ότι σε σχέση με την γενικότερη τάση της Αμερικής να παρουσιάζει αυξημένη επισκεψιμότητα τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο, η ίδια τάση ακολουθείται και από τους επισκέπτες των Ηνωμένων Πολιτειών.

4.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ, ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ ΔΑΠΑΝΗ

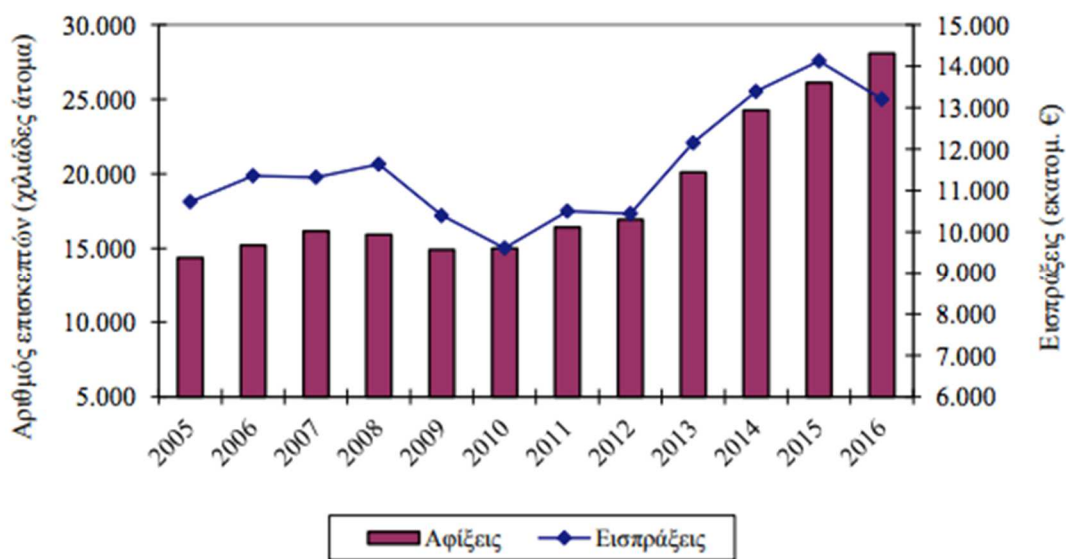
ΙΟΥΝΙΟΣ 2016 / ΙΟΥΝΙΟΣ 2017								
	Ιούνιος 2016				Ιούλιος 2017			
Χώρα συνήθους διαμονής	Αφίξεις	Μέση Διάρκεια Παραμονής	Δαπάνη (€)		Αφίξεις	Μέση Διάρκεια Παραμονής	Δαπάνη (€)	
			Κατά Κεφαλή	Κατά Ημέρα			Κατά Κεφαλή	Κατά Ημέρα
Σύνολο	413.14	9,3	728,53	78,34	472.450	9,3	734,89	79,02
Αυστρία	2.822	7,9	829,81	105,04	4.268	7,7	837,62	108,78
Βέλγιο	2.264	8,6	911,68	106,01	2.348	9,6	871,25	90,76
Γαλλία	3.434	8,1	830,59	102,54	2.772	8,7	789,18	90,71
Γερμανία	9.508	10,0	834,43	83,44	18.363	9,4	839,75	89,34
Δανία	3.851	7,6	556,81	73,26	4.995	7,7	542,31	70,43
Ελβετία (περιλ. Λίχτενσταϊν)	5.483	7,4	704,93	95,26	6.685	7,7	981,34	127,45
Ελλάδα	16.559	8,6	366,36	42,60	18.185	7,8	342,80	43,95

Ην. Πολιτείες Αμερικής	1.845	11,2	632,19	56,45	3.535	11,2	747,50	66,74
Ηνωμένο Βασίλειο	148.8 12	10,2	801,38	78,57	150.5 32	9,7	757,96	78,14
Ισραήλ	14.86 4	4,1	497,22	121,27	28.04 4	5,2	634,41	122,00
Ιταλία	1.870	4,4	482,45	109,65	1.693	8,9	626,60	70,40
Λίβανος	4.650	4,5	559,31	124,29	8.010	5,2	561,54	107,99
Νορβηγία	7.464	7,4	605,07	81,77	9.303	8,9	688,07	77,31
Ολλανδία	3.175	11,1	853,96	76,93	3.979	9,3	837,38	90,04
Ουκρανία	10.17 9	8,5	661,04	77,77	7.382	9,7	723,78	74,62
Πολωνία	5.300	7,6	569,80	74,97	8.471	8,2	532,21	64,90
Ρωσία	127.2 44	8,9	691,98	77,75	129.8 90	9,8	766,39	78,20
Σουηδία	16.86 0	7,5	569,36	75,91	21.13 6	8,6	624,43	72,61
Φινλανδία	2.181	7,8	581,51	74,55	2.547	8,7	563,47	64,77
Άλλες Χώρες	24.74 9	8,1	624,57	77,11	40.31 2	9,2	653,49	71,03

Πίνακας 6. Τουριστικές αφίξεις, μέση διάρκεια και κατά κεφαλή δαπάνη.

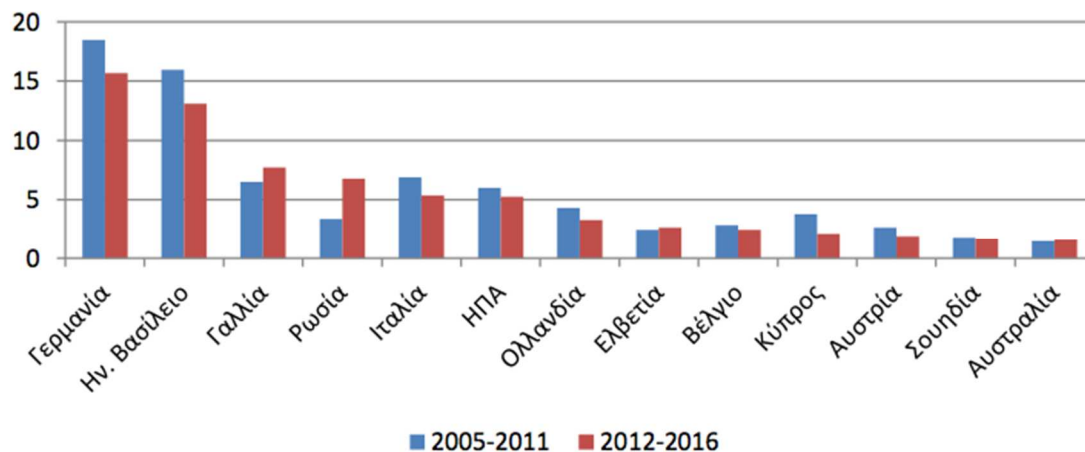
Από τον πίνακα βλέπουμε ότι σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (2017), παρατηρείται επίσης αυξημένη κατά κεφαλήν δαπάνη για τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο. Οι αφίξεις το μήνα Ιούνιο ανέρχονται σε 413.114 με μέση διάρκεια παραμονής 9.3 ημέρες. Για τους Αμερικάνους από τις Ηνωμένες Πολιτείες, οι ημέρες παραμονής είναι αυξημένες σε σχέση με το μέσο όρο και ανέρχονται σε 11.2 ημέρες καθώς όπως προαναφέρθηκε, υπάρχει σημαντική αύξηση του

δολλαρίου σε ισοτιμία σε σχέση με το ευρώ. Η κατά κεφαλήν δαπάνη ανά ημέρα για τους Αμερικάνους από τις ΗΠΑ είναι 56.45 ευρώ, σε σχέση με το μέσο όρο των συνολικών επισκεπτών που αγγίζει τα 78.34, δηλαδή είναι σχετικά χαμηλότερη. Τις αντίστοιχες μεγαλύτερες δαπάνες ανά ημέρα όπως αναφέρει η ΕΛΣΤΑΤ (2017) κάνουν οι Ιταλοί και οι Λιβανέζοι με ποσά που ανέρχονται σε 109.6 και 124.29 ευρώ κατά μέσο όρο αντίστοιχα. Αντίστοιχα, για το μήνα Ιούλιο, η μέση διάρκεια παραμονής είναι επίσης 9.3 ημέρες αλλά είναι ελαφρώς μεγαλύτερη η μέση ημερήσια δαπάνη που ανέρχεται σε 79.02 ευρώ. Σε σχέση με αυτό το ποσό, οι Αμερικάνοι από τις ΗΠΑ δαπανούν 66.74 ευρώ, ποσό μεγαλύτερο από αυτό του Ιουνίου, αν και σημαντικά μεγαλύτερα ποσά της τάξης των 127.4 ευρώ και των 122 ευρώ δαπανούν αντίστοιχα οι Ελβετοί και οι Ισραηλινοί.



Γράφημα 11. Διαχρονική εξέλιξη εισπράξεων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΙΝΕ ΓΣΕΕ (2016), για το έτος 2016, βλέπουμε ότι οι εισπράξεις το 2016 είναι σημαντικά αυξημένες από τον τουρισμό σε σχέση με τα προηγούμενα έτη παράλληλα με τις αφίξεις που σημειώνουν σημαντική αύξηση την τριετία 2014 – 2016.



Γράφημα 12. Συγκριτικό γράφημα εισερχόμενου τουρισμού ανά χώρα.

Από τα ίδια στοιχεία βλέπουμε ότι για τα έτη 2005 – 2011 ο τουρισμός από τις ΗΠΑ ήταν ελαφρώς πιο αυξημένος σε σχέση με την τετραετία 2012 – 2016, κάτι το οποίο έρχεται σε αντίθεση με τα προηγούμενα ευρήματα μας. Παρόλα αυτά, πρέπει να πούμε ότι στις εισπράξεις παρατηρείται μία σταθερή εποχικότητα. Για την περίοδο από το 2003 έως το 2016 οι εισπράξεις οι οποίες σημειώθηκαν κατέγραψαν 67% κατά το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου ενώ το τρίμηνο Απριλίου – Ιουνίου ανήλθαν στο 25% ενώ άγγιξαν το 8% το τρίμηνο Οκτωβρίου – Δεκεμβρίου. Τα στοιχεία τα οποία παραθέτει η INE ΓΣΕΕ (2016) έρχονται επίσης σε αντίθεση με τις προηγούμενες αναφορές μας που δείχνουν ότι υπάρχει αυξημένη εποχικότητα τους ανοιξιάτικους μήνες. Η εποχικότητα των εισπράξεων όπως αναφέρει η INE ΓΣΕΕ (2016) δεν παρουσιάζεται διαφοροποιημένη από το έτος 2012 και ύστερα κάτι το οποίο δεν δείχνει να υπάρχει δυναμική αύξηση των εισπράξεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ

5.1 ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΕΣ

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

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

Οι χρονοσειρές που μας ενδιαφέρουν στην παρούσα μελέτη είναι οι διακριτές. Αν λοιπόν έχουμε N διαδοχικές τιμές, τότε έχουμε μια χρονοσειρά x_1, x_2, \dots, x_N , όπου x_t είναι η παρατήρηση στο χρόνο t . Συνεπώς χρονοσειρά ονομάζουμε τη σειρά των τιμών που λαμβάνει μια μεταβλητή σε διαδοχικές χρονικές περιόδους. Ο χρόνος που μεσολαβεί μεταξύ δύο διαδοχικών παρατηρήσεων στις περισσότερες περιπτώσεις είναι σταθερής διάρκειας.

Μια χρονοσειρά εκφράζει την εξέλιξη ενός στοχαστικού συστήματος, ενός συστήματος δηλαδή με τυχαία συμπεριφορά, σε αντίθεση με αυτήν ενός προσδιοριστικού (deterministic) συστήματος, η οποία συνήθως περιγράφεται από ένα σύστημα διαφορικών εξισώσεων. Σύμφωνα με την Θεωρία των Στοχαστικών Ανελίξεων, η εξέλιξη ενός στοχαστικού συστήματος μπορεί να περιγραφεί πιθανοθεωρητικά μέσω μιας στοχαστικής ανέλιξης μονοδιάστατης ή πολυδιάστατης, δηλαδή μιας ακολουθίας τυχαίων μεταβλητών ή γενικότερα μιας οικογένειας τυχαίων μεταβλητών που ορίζεται πάνω σε ένα χώρο πιθανότητας.

Σκοποί της διαχρονικής ανάλυσης μιας μεταβλητής είναι:

- Η περιγραφή της μέχρι τώρα διαχρονικής εξέλιξης της
- Η πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς της

5.1.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ

Μια χρονοσειρά μπορεί να χαρακτηρίζεται από γραμμικότητα (linearity) ή μη-γραμμικότητα (nonlinearity). Η γραμμικότητα του συστήματος σημαίνει πως οι μεταβλητές του συστήματος αλληλεπιδρούν γραμμικά, δηλαδή αν θα εκφράζαμε το σύστημα με αναλυτική μορφή όλοι οι όροι θα ήταν γραμμικοί ως προς τις μεταβλητές του συστήματος. Σε αντίθετη περίπτωση το σύστημα είναι μη-γραμμικό. Για τη χρονοσειρά αυτό σημαίνει πως για ένα γραμμικό σύστημα ορίζουμε την εξέλιξη της χρονοσειράς ως γραμμικό συνδυασμό των προηγούμενων παρατηρήσεων της χρονοσειράς.

Είναι συχνό φαινόμενο στις χρονοσειρές η μέση τιμή τους να παρουσιάζει μια αυξητική, ή φθίνουσα, τάση ή/και να έχει εναλλαγές μεταξύ αυξητικών φάσεων και φθινουσών φάσεων, να παρουσιάζει δηλαδή μια κυκλικά επαναλαμβανόμενη δομή σε διαδοχικά χρονικά διαστήματα ή εποχές. Επίσης, από τη γραφική παράσταση μιας χρονοσειράς είναι δυνατόν να διαπιστώσουμε αν υπάρχουν “ιδιάζουσες” τιμές (outliers), τιμές δηλαδή που βρίσκονται σε προφανή απόκλιση από τις υπόλοιπες. Οι τιμές αυτές ενδέχεται να δημιουργήσουν σοβαρά προβλήματα στην μοντελοποίηση μιας χρονοσειράς και ως εκ τούτου χρειάζονται ειδική μεταχείριση αφού όμως πρώτα προσδιοριστεί το αίτιο το οποίο τις προκάλεσε.

Με τον όρο στασιμότητα (Stationarity) εννοούμε ότι οι διακυμάνσεις των τιμών της χρονοσειράς δε διαφοροποιούνται με το χρόνο. Μια μη στάσιμη χρονοσειρά μπορεί να έχει τάσεις (trends), δηλαδή αλλαγές στη μέση τιμή της με το χρόνο, μπορεί επίσης να παρουσιάζει περιοδικότητα (periodicity), που όταν αναφέρεται σε συγκεκριμένες περιόδους που σχετίζονται με φυσικές εποχές του έτους (μήνα, τρίμηνο, τετράμηνο) η οποία ονομάζεται και εποχικότητα (seasonality).

5.1.2 ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ

Οι τιμές των χρονοσειρών παρουσιάζουν κάποια χαρακτηριστικά που ονομάζονται συνιστώσες της χρονοσειράς. Αυτές είναι:

- Η τάση της χρονοσειράς, η οποία είναι η μακροχρόνια ομαλή κεντρική κίνηση, την οποία ακολουθεί η χρονοσειρά κατά τη χρονική περίοδο στην οποία εκτείνεται. Η τάση μπορεί να είναι ανοδική, καθοδική ή σύνθετη. Αν η κίνηση που ακολουθεί η χρονοσειρά είναι ευθεία παράλληλη προς τον άξονα του χρόνου, δηλαδή αν δεν παρουσιάζει τάση για αύξηση, μείωση ή σύνθετη πορεία, τότε η τάση θεωρείται ανύπαρκτη. Η τάση θεωρείται συνιστώσα ιδιαίτερης σημασίας. Λόγο του μακροχρόνιου χαρακτήρα της, η τάση δεν μπορεί να διακριθεί σαφώς αν τα διαθέσιμα στοιχεία δεν καλύπτουν σχετικά μακροχρόνιο διάστημα (συνήθως 10 χρόνια και άνω).

- Η κυκλικότητα, δηλαδή η συστηματική κύμανση η οποία δημιουργείται γύρω από την τάση και επαναλαμβάνεται με μικρή, μεγάλη ή πλήρη ομοιομορφία κατά περιόδους μεγαλύτερες του έτους. Αν η επανάληψη είναι απολύτως ομοιόμορφη και συμμετρική τότε η κίνηση ονομάζεται γνήσια κυκλική. Η τυπική κυκλική κύμανση ορίζεται από δύο κάτω σημεία καμπής (trough) και ένα άνω σημείο καμπής (peak), το οποίο χρονικά παρεμβάλλεται μεταξύ των κάτω σημείων καμπής. Η ανοδική εξέλιξη της κύμανσης μεταξύ του κάτω και του άνω σημείου καμπής ονομάζεται ανοδική φάση, ενώ η αμέσως επόμενη καθοδική εξέλιξη της κύμανσης μεταξύ του άνω σημείου καμπής και του κάτω σημείου καμπής που ακολουθεί, ονομάζεται καθοδική φάση της κύμανσης. Ο χρόνος μεταξύ δύο διαδοχικών κάτω ή άνω σημείων καμπής αποτελεί την περίοδο ή το χρονικό μήκος της κυκλικής κύμανσης.

- Η εποχική κύμανση (εποχικότητα), δηλαδή η περιοδική βραχυχρόνια κίνηση η οποία εκδηλώνεται και εξαντλείται πλήρως εντός του έτους και επαναλαμβάνεται σε όλες ανεξαιρέτως τις ετήσιες χρονικές περιόδους στις οποίες η χρονοσειρά παίρνει τιμές. Η εποχική συνιστώσα έχει περίοδο το έτος, καθώς εντός αυτού εξαντλεί όλες τις ανοδικές και καθοδικές κινήσεις της. Προφανώς η εποχική κύμανση υπάρχει μόνο στις χρονοσειρές που λαμβάνουν τουλάχιστον δύο τιμές εντός κάθε έτους.

- Η τυχαία κύμανση η οποία διαμορφώνεται ανεξαρτήτως του χρόνου. Η κύμανση αυτή ονομάζεται άρρυθμος παράγοντας, λόγω της τυχαίας συμπεριφοράς της. Ο άρρυθμος παράγοντας υπάρχει σε όλες τις χρονοσειρές, καθώς πέρα από τυχαίες επιδράσεις, οι τιμές των σειρών αυτών εμπεριέχουν και σφάλματα μετρήσεων, τα οποία στην πράξη
- είναι αναπόφευκτα.

5.1.3 ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΛΛΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ

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

- Ασυνήθιστα και σημαντικά γεγονότα

Υπάρχουν γεγονότα τα οποία δεν επαναλαμβάνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα αλλά επηρεάζουν τις τιμές των χρονοσειρών. Παραδείγματα τέτοιων γεγονότων αποτελούν νομισματικές και δημοσιονομικές μεταβολές (όπως η υποτίμηση εθνικού νομίσματος έναντι άλλων, φορολογικές μεταβολές), επαναστάσεις, πόλεμοι, σεισμοί και γενικά φυσικές καταστροφές, ειδικοί εορτασμοί. Οι επιδράσεις από τα γεγονότα αυτά ενδέχεται να διαρκούν μικρό χρονικό διάστημα ή μπορεί να διατηρούνται για χρόνια. Τέτοιες επιδράσεις δεν περιλαμβάνονται στη συνιστώσα της τάσης, καθώς είναι απρόβλεπτοι, απότομοι και σποραδικοί. Επίσης δεν περιλαμβάνονται στην κυκλική και εποχική κύμανση, καθώς είναι χρονικά άρρυθμοι. Τέλος επειδή οφείλονται σε γνωστές αιτίες και δεν υπάρχουν σε κάθε χρονοσειρά, δεν μπορούν να ενταχθούν ούτε στην κατηγορία του άρρυθμου παράγοντα.

- Μετακινήσεις ημερομηνιών μεγάλων εορτών

Κινητές γιορτές που δεν είναι σταθερές για όλα τα έτη έχουν επιδράσεις στις παρατηρήσεις των αντίστοιχων ημερομηνιών ή των γειτονικών τους. Για παράδειγμα, ο εορτασμός του Πάσχα που μεταφέρεται μεταξύ Απριλίου και Μαΐου επηρεάζει τον αριθμό των πωλήσεων τους μήνες αυτούς. Έτσι αν το Πάσχα μεταφερθεί το Μάιο οι πωλήσεις θα φαίνονται αυξημένες το Μάιο σε αντίθεση με την προηγούμενη χρονιά που ήταν αυξημένες τον Απρίλιο για τον ίδιο λόγο.

Αντίστοιχα επηρεάζεται και η τουριστική κίνηση λόγω κινητών εορτών και των αντίστοιχων διακοπών.

➤ Αριθμός ημερών αργίας κατά μήνα

Ο αριθμός των ημερών αργίας (Κυριακές και εορτασμοί) μεταβάλλεται μεταξύ των μηνών του έτους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επηρεάζονται κάποια μεγέθη, όπως για παράδειγμα η μηνιαία κίνηση των καταστημάτων, ο αριθμός των μετακινήσεων, ο αριθμός των τροχαίων ατυχημάτων και άλλα.

➤ Ο αριθμός ημερών κάθε μήνα

Για παράδειγμα ο αριθμός ημερών του Ιανουαρίου είναι περίπου κατά 10% μεγαλύτερος σε σχέση με αυτόν του Φεβρουαρίου για τα μη δίσεκτα έτη. Όμοια ο Ιούνιος έχει 30 μέρες ενώ ο Ιούλιος 31, μια διαφορά περίπου 3% που μπορεί να έχει ως συνέπεια διαφορά κατά περίπου 3% στην τουριστική κίνηση μεταξύ των δύο μηνών, ανεξάρτητα από άλλους παράγοντες οι οποίοι μπορεί να συντελούν σε διαφορά τουριστικής κίνησης για τους δύο αυτούς μήνες.

5.1.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ

Η στατιστική ανάλυση των χρονοσειρών αποβλέπει στην ποσοτική μέτρηση και το διαχωρισμό των συνιστωσών που την αποτελούν. Για τη μελέτη της χρονοσειράς, ο διαχωρισμός των συνιστωσών είναι απαραίτητος καθώς κάποιες πρέπει να αφαιρεθούν ή να μελετηθούν ξεχωριστά. Η αφαίρεση της τάσης είναι απαραίτητη όταν πρέπει να μελετηθεί η συμπεριφορά της χρονοσειράς χωρίς αυτήν. Η κυκλική συνιστώσα έχει ιδιαίτερη σημασία ειδικά όταν πρόκειται για οικονομική δραστηριότητα και συνηθίζεται να μελετάται ανεξάρτητα. Η αφαίρεση της εποχικότητας διευκολύνει τη σύγκριση τιμών μια χρονοσειράς (πχ. μηνιαίων παρατηρήσεων). Η μελέτη των συνιστωσών συμβάλλει στη μελέτη του παρελθόντος της χρονοσειράς, στην διερεύνηση των μελλοντικών προοπτικών, καθώς και στην αναδρομή στο άγνωστο παρελθόν της. Έτσι μπορούμε να προβλέψουμε τη συμπεριφορά μια χρονοσειράς και τα μεγέθη αυτά όπως θα διαμορφωθούν στο μέλλον.

Η ανάλυση των χρονοσειρών συνίσταται στον προσδιορισμό και την αξιολόγηση κάθε συνιστώσας της χρονοσειράς και την αξιοποίηση των συμπερασμάτων που προκύπτουν από τη μελέτη τους. Η διαδικασία που ακολουθείται αποτελείται από τα εξής βήματα:

- Προσδιορισμός μακροχρόνιας τάσης
- Προσδιορισμός εποχικότητας
- Απαλοιφή εποχικών κυμάνσεων
- Απαλοιφή τάσης
- Προσδιορισμός κυκλικών κυμάνσεων
- Απαλοιφή κυκλικών κυμάνσεων

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

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

5.2 ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, σκοπός της διαχρονικής ανάλυσης μιας μεταβλητής είναι η περιγραφή της μέχρι τώρα διαχρονικής εξέλιξής της και η πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς της. Το μήκος του διαστήματος μεταξύ της χρονικής στιγμής κατά την οποία γίνεται η πρόβλεψη και της χρονικής στιγμής στην οποία αναφέρεται η πρόβλεψη ονομάζεται χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης (time frame). Όσο μεγαλώνει το χρονικό πλαίσιο τόσο δυσκολότερη γίνεται η λήψη μιας πρόβλεψης ως προς την ακρίβεια της προβλεπτικής ικανότητας. Ανάλογα με το μήκος τους, τα χρονικά πλαίσια μπορούν να είναι: άμεσα (immediate) με μήκος μικρότερο από ένα μήνα, βραχυπρόθεσμα (short-term) με μήκος 1-3 μήνες, μεσοπρόθεσμα (medium-term) με μήκος 3 μηνών έως 2 έτη, και μακροπρόθεσμα (long-term) με μήκος άνω των 2 ετών. Οι μέθοδοι πρόβλεψης μέσω χρονοσειρών είναι περισσότερο

αποτελεσματικές όταν το περιβάλλον παραμένει σταθερό, καθώς βασίζονται στην υπόθεση ότι το μέλλον θα μοιάζει με το παρελθόν, γι' αυτό το λόγο χρησιμοποιούνται συνήθως για βραχυπρόθεσμες προβλέψεις.

5.3 Η ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΑΥΤΟΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ (autocorrelation function ACF)

Ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης είναι ένας στατιστικός δείκτης ο οποίος χρησιμοποιείται στην ανάλυση χρονοσειρών για τον καθορισμό της τυχειότητας ή μη της χρονοσειράς. Ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης r_k δείχνει την συσχέτιση της χρονοσειράς με τον εαυτό της. Ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης r_1 φανερώνει τον τρόπο με τον οποίο σχετίζονται διαδοχικές παρατηρήσεις της χρονοσειράς, ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης r_2 φανερώνει τον τρόπο με τον οποίο σχετίζονται παρατηρήσεις της χρονοσειράς που απέχουν δύο χρονικές περιόδους κ.ο.κ.. Η γραφική παράσταση των συντελεστών αυτοσυσχέτισης ονομάζεται συνάρτηση αυτοσυσχέτισης (autocorrelation function - ACF). Με τον υπολογισμό των συντελεστών αυτοσυσχέτισης, για διάφορες χρονικές υστερήσεις μιας χρονοσειράς, μπορούμε να ελέγξουμε αν είναι τυχαία τα δεδομένα, αν η χρονοσειρά είναι σταθερή και αν όχι ποια είναι η τάση της, αν υπάρχει εποχικότητα. Τυχαία χρονοσειρά θεωρείται η χρονοσειρά για την οποία κάθε παρατήρηση είναι ανεξάρτητη από οποιαδήποτε άλλη παρατήρηση της χρονοσειράς. Σε μία τυχαία χρονοσειρά το 95% των συντελεστών αυτοσυσχέτισης βρίσκονται στο διάστημα που ορίζεται από τις τιμές $\pm 1.96/\sqrt{n}$ όπου n είναι ο αριθμός των παρατηρήσεων της χρονοσειράς. Εάν υπάρχουν συντελεστές αυτοσυσχέτισης των οποίων οι τιμές βρίσκονται εκτός των παραπάνω ορίων (δηλαδή είναι στατιστικά διάφοροι του μηδενός) τότε υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα σε παρατηρήσεις της χρονοσειράς και η χρονοσειρά δεν μπορεί να θεωρηθεί τυχαία.

5.4 Η ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΜΕΡΙΚΩΝ ΑΥΤΟΣΥΣΧΕΤΙΣΕΩΝ (Partial autocorrelation function PACF)

Οι συντελεστές μερικής αυτοσυσχέτισης μετρούν το βαθμό της σχέσης μεταξύ των y_t και y_{t-k} όταν οι επιδράσεις όλων των άλλων χρονικών υστερήσεων 1,2,3, ...,k-1 έχουν αφαιρεθεί. Ο

συντελεστής μερικής αυτοσυσχέτισης τάξης k συμβολίζεται με α_k και μπορεί να υπολογισθεί εφαρμόζοντας τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την y_t και ανεξάρτητες μεταβλητές τις y_{t-1}, \dots, y_{t-k}

5.5 ΛΕΥΚΟΣ ΘΟΡΥΒΟΣ

Θεωρώντας διαδοχικά στοιχεία της χρονοσειράς ως τυχαίες μεταβλητές, η χρονοσειρά λέγεται ότι αποτελείται από ανεξάρτητες τυχαίες μεταβλητές με ίδια κατανομή (independent and identically distributed, iid) όταν οι τυχαίες μεταβλητές έχουν την ίδια κατανομή και είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους. Μια iid χρονοσειρά είναι εντελώς τυχαία και δεν περιέχει αυτοσυσχετίσεις (γραμμικές ή μη-γραμμικές), δηλαδή συσχετίσεις μεταξύ στοιχείων της χρονοσειράς. Μια iid χρονοσειρά λέγεται και λευκός θόρυβος (white noise). Αν τα στοιχεία της χρονοσειράς λευκού θορύβου ακολουθούν κανονική (Γκαουσιανή) κατανομή, τότε η χρονοσειρά λέγεται Γκαουσιανός λευκός θόρυβος (Gaussian white noise).

5.6 ΤΥΧΑΙΟΣ ΠΕΡΙΠΑΤΟΣ

Ο τυχαίος περίπατος (random walk) είναι μια μη-στάσιμη χρονοσειρά, όπου το κάθε στοιχείο της προκύπτει από το προηγούμενο με την πρόσθεση μιας τυχαίας τιμής, δηλαδή η χρονοσειρά είναι τυχαίος περίπατος αν $x_t = x_{t-1} + \varepsilon_t$, όπου ε_t είναι χρονοσειρά λευκού θορύβου.

Το όνομα υποδηλώνει ότι η χρονοσειρά παράγεται από την κίνηση κάποιου πάνω σε μια ευθεία γραμμή (στο \mathbb{R}), που σε κάθε χρονική στιγμή κάνει ένα τυχαίο βήμα μπρος ή πίσω ε_t από το σημείο που βρίσκεται x_{t-1} στο επόμενο x_t . Η χρονοσειρά τυχαίου περιπάτου είναι μη στάσιμη. Παίρνοντας τις πρώτες διαφορές, προκύπτει η στάσιμη χρονοσειρά του λευκού θορύβου.

5.7 Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ Box-Jenkins

Η προσέγγιση B-J στην ανάλυση χρονοσειρών ασχολείται με την αναγνώριση ενός ιδιαίτερου στατιστικού υποδείγματος το οποίο μπορεί να προσαρμοστεί σε μια δεδομένη χρονολογική σειρά. Η αναγνώριση του συγκεκριμένου υποδείγματος βασίζεται στην προσεκτική παρατήρηση των συναρτήσεων αυτοσυσχέτισης και μερικής αυτοσυσχέτισης της χρονοσειράς. Στη συνέχεια γίνεται αποτελεσματική εκτίμηση των τιμών των σχετικών παραμέτρων και τέλος εκτελούνται επαληθευτικές δοκιμές οι οποίες καθορίζουν αν το συγκεκριμένο υπόδειγμα είναι ικανοποιητικό ή όχι. Οι δοκιμές αυτές υποδεικνύουν και τον τρόπο με τον οποίο το υπόδειγμα πρέπει να τροποποιηθεί στην περίπτωση που δεν προσαρμόζεται ικανοποιητικά. Η διαδικασία επιλογής ενός υποδείγματος είναι μια διαδικασία δοκιμής και λάθους.

Η μέθοδος αναπτύχθηκε τη δεκαετία του 1960 με αποκορύφωμα την έκδοση της μελέτης “Time series Analysis, Forecasting and Control” το 1970 από τους καθηγητές Box και Jenkins, των οποίων το όνομα παρέμεινε και σαν όνομα της μεθόδου που πρότειναν στο βιβλίο τους. Από τότε πολλοί ερευνητές ασχολήθηκαν με την εμπειρική εφαρμογή και την επέκταση της μεθόδου σε πολυμεταβλητά υποδείγματα.

Η ανάγκη για γνώση υποδειγμάτων των οποίων τα διαγράμματα αυτοσυσχέτισης να μπορούν να αναγνωριστούν σχετικά εύκολα, συντέλεσε στη διαμόρφωση τριών στάσιμων στοχαστικών διαδικασιών που παρουσιάζουν ιδιαίτερη χρησιμότητα για τις χρονολογικές σειρές, οι οποίες προέκυψαν μέσω του συνδυασμού θεωρίας και εμπειρικής έρευνας. Αυτές είναι η αυτοπαλινδρομική (AR), η τεχνική του κινητού μέσου (MA) , και η μικτή διαδικασία (ARMA). Επίσης επειδή οι περισσότερες χρονοσειρές δεν είναι στάσιμες, υπάρχει ομάδα μη στάσιμων διαδικασιών οι οποίες μπορούν να μετασχηματιστούν σε στάσιμες μέσω φίλτρου που δεν εξαρτάται από το χρόνο. Οι διαδικασίες αυτές είναι αυτοπαλινδρομικές ολοκληρωμένες διαδικασίες κινητού μέσου. Η Box-Jenkins ARIMA (Auto-Regressive Integrated Moving Average) τεχνική δίνει μορφή υποδείγματος στην πιο γενική μορφή σε μια διακριτή χρονοσειρά, ως συνάρτηση αυτοπαλινδρομούμενων όρων, κινούμενου μέσου και μιας σταθεράς.

Περιλαμβάνει συγχρόνως στο εκτιμώμενο μοντέλο ένα τύπο εποχικού και ένα μη εποχικού παράγοντα και η γενική του μορφή συμβολίζεται ως

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

Όπου:

p: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα

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

q: η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα

P: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του εποχικού παράγοντα

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

Q: η τάξη κινούμενου μέσου του εποχικού παράγοντα

s: η εποχικότητα της χρονοσειράς

5.7.1 ΤΟ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ $ARIMA(p,d,q)$

Ένα υπόδειγμα $ARMA(p,q)$ που εφαρμόζεται σε μια ολοκληρωμένη(μη στάσιμη) σειρά τάξεως, ονομάζεται αυτοπαλίνδρομο ολοκληρωμένο υπόδειγμα κινητού μέσου τάξεως και συμβολίζεται ως $ARIMA(p,d,q)$. Συγκεκριμένα, οι τρεις μορφές των παραμέτρων αυτού του υποδείγματος είναι:

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

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

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

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως παριστάνονται με 3 συντελεστές, που ο καθένας τους περιγράφει τα υπο-μοντέλα που αναφέρθηκαν:

p: παράμετρος αυτοπαλινδρόμησης (AR), d: βαθμός διαφορικού μετασχηματισμού (I), q: τάξη μετακινούμενου μέσου (MA)

5.7.2 ΕΠΟΧΙΚΟ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ARIMA (SARIMA)

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

Ένα εποχικό ARIMA υπόδειγμα ορίζεται σαν ένα υπόδειγμα $ARIMA(p,d,q) \times (P,D,Q)$, όπου P είναι ο αριθμός των εποχικών αυτοπαλινδρομων όρων (SAR), D είναι ο αριθμός των εποχικών διαφορών και Q είναι ο αριθμός των εποχικών όρων κινητού μέσου (SMA).

5.8 ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ ΜΕ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ Box-Jenkins

5.8.1 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ

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

ταυτοποίηση (identification), την εκτίμηση (estimation), και το διαγνωστικό έλεγχο (diagnostic checking)

➤ 1° Στάδιο: Ταυτοποίηση

Στο στάδιο αυτό, επιλέγεται ένα δοκιμαστικό μοντέλο ικανό να δείξει αν υπάρχουν βασικά χαρακτηριστικά στη χρονοσειρά, όπως η τάση και η εποχικότητα. Επίσης γίνεται γραφική απεικόνιση της μεταβλητής της χρονοσειράς, όπως επίσης και απεικόνιση των συναρτήσεων συσχέτισης : Αυτοσυσχέτισης (Autocorrelation, ACF) και μερικής αυτοσυσχέτισης (Partial Autocorrelation, PACF). Στο στάδιο της ταυτοποίησης γίνεται η εξειδίκευση ενός ARIMA υποδείγματος με βάση τις πληροφορίες που παίρνουμε από το δείγμα. Καθορίζονται οι τιμές των p, d, q , δηλαδή, καθορίζεται ο αριθμός d των διαφορών που απαιτούνται για να μετατραπεί η σειρά σε στάσιμη αν δεν είναι, η τάξη p της αυτοπαλίνδρομης διαδικασίας και η τάξη q της διαδικασίας κινητού μέσου. Για να διαπιστωθεί αν η σειρά είναι στάσιμη ή όχι, εξετάζεται η συμπεριφορά της δειγματικής συνάρτησης αυτοσυσχέτισης. Αν οι αυτοσυσχετίσεις συγκλίνουν προς το μηδέν σημαίνει ότι η σειρά μάλλον είναι στάσιμη, ενώ αν οι αυτοσυσχετίσεις φθίνουν με αργό ρυθμό, είναι ένδειξη ότι η σειρά είναι μη στάσιμη και σ' αυτή την περίπτωση πρέπει να γίνει στάσιμη. Αν μια μεταβλητή χαρακτηρίζεται από τάση, ο μέσος και ίσως και η διακύμανσή της θα μεταβάλλονται με το χρόνο, πράγμα που σημαίνει ότι η σειρά δεν είναι στάσιμη. Σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιούνται πρώτες, δεύτερες κ.τ.λ. διαφορές για να μετατραπεί η σειρά σε στάσιμη. Με τη μέθοδο των διαφορών εξαλείφεται η τάση που υπάρχει σε μια χρονοσειρά, μέσω δημιουργίας μιας νέας χρονοσειράς από τις διαφορές μεταξύ διαδοχικών όρων. Όταν η τάση είναι γραμμική, η χρονοσειρά που παράγεται έχει μηδενική τάση. Όταν η τάση είναι πολυωνυμική, η διαδικασία των διαφορών μεταξύ διαδοχικών όρων επαναλαμβάνεται μέχρι η τάση να εξαλειφθεί πλήρως. Αφού η σειρά γίνει στάσιμη, προσδιορίζεται η τάξη του υποδείγματος ARIMA, δηλαδή προσδιορίζονται οι τιμές του p και του q . Ο προσδιορισμός τους βασίζεται στις δειγματικές απλές και μερικές αυτοσυσχετίσεις.

➤ 2° Στάδιο: Εκτίμηση

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

μοντέλου. Ακολουθεί λοιπόν η εκτίμηση των p παραμέτρων a_1, a_2, \dots, a_p της αυτοπαλίνδρομης διαδικασίας και των q παραμέτρων $\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_q$ της διαδικασίας κινητού μέσου.

➤ 3^ο Στάδιο: Διαγνωστικός έλεγχος

Διάγνωση στην οποία περιλαμβάνεται η εκτίμηση της ποιότητας του μοντέλου (υπόλοιπα και λάθη εκτίμησης), η διασταύρωσή του με νέα δεδομένα, καθώς και η τελική αποδοχή ή η απόρριψή του. Στο στάδιο αυτό γίνεται έλεγχος καλής προσαρμογής του υποδείγματος. Δηλαδή ελέγχεται το πόσο καλά ταιριάζει το υπόδειγμα με τα δεδομένα, καθώς μπορεί κάποιο άλλο υπόδειγμα ARIMA να προσαρμόζεται καλύτερα. Εφαρμόζονται στατιστικοί έλεγχοι για τη σημαντικότητα των παραμέτρων και τη συμπεριφορά των καταλοίπων και την τάξη του υποδείγματος. Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει τις διαδικασίες υπολογισμού διαστημάτων εμπιστοσύνης στις διαδικασίες πρόβλεψης, τον υπολογισμό του τυπικού σφάλματος και άλλων στατιστικών μεγεθών με σκοπό την ποσοτική εκτίμηση της σημαντικότητας των συντελεστών του μοντέλου, τον έλεγχο της κανονικότητας των υπόλοιπων (residuals).

5.8.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

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

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

$$\text{RMSE} = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^M (y_t^f - y_t^a)^2}{M}}$$

Όπου:

y_t^f : οι προβλεπόμενες τιμές

y_t^a : οι παρατηρούμενες τιμές

M: ο αριθμός των χρονικών περιόδων

- Μέσο απόλυτο σφάλμα (Mean Absolute Error):

$$\text{MAE} = \frac{1}{M} \sum_{t=1}^M |y_t^f - y_t^a|$$

- Μέσο απόλυτο ποσοστιαίο σφάλμα (Mean Absolute Percentage Error):

$$\text{MAPE} = \frac{1}{M} \sum_{t=1}^M \left| \frac{y_t^f - y_t^a}{y_t^a} \right|$$

Οι παραπάνω δείκτες ελέγχου της προβλεπτικής ακρίβειας του υποδείγματος, προκύπτουν από τη σύγκριση των αρχικών τιμών και των προβλεπόμενων τιμών της χρονοσειράς και χρησιμοποιούνται για να εξεταστεί κατά πόσο αξιόπιστα περιγράφεται η εξέλιξη της χρονοσειράς από τις διάφορες τεχνικές πρόβλεψης. Όσο μικρότερες είναι οι τιμές των παραπάνω δεικτών τόσο καλύτερη θεωρείται η πρόβλεψη.

5.8.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Για την επιλογή του κατάλληλου υποδείγματος υπάρχουν κάποια κριτήρια που χρησιμοποιούνται. Παρατηρούμε ότι αν αυξήσουμε την τάξη του υποδείγματος προσθέτοντας υστερήσεις είτε για το αυτοπαλίνδρομο τμήμα είτε για το τμήμα κινητού μέσου, θα μειώνεται το άθροισμα των τετραγώνων των καταλοίπων, αλλά ταυτόχρονα θα μειώνονται και οι βαθμοί ελευθερίας αφού εκτιμώνται περισσότερες παράμετροι.

Ένα από τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται είναι το κριτήριο πληροφοριών Akaike (Akaike Information Criterion) ή αλλιώς AIC.

$$\text{AIC} = \ln \frac{\sum \hat{\varepsilon}_t^2}{T} + \frac{2k}{T}$$

Όπου:

$\sum \hat{\varepsilon}_t^2$: ο άθροισμα των τετραγώνων των καταλοίπων

T: το πλήθος των παρατηρήσεων

k: το πλήθος των παραμέτρων που εκτιμούνται

Για τη μείωση του αθροίσματος των τετραγώνων των καταλοίπων επιβάλλεται κάποια ποινή που επιτυγχάνεται με την προσθήκη υστερήσεων.

5.8.4 ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ

Το διάστημα εμπιστοσύνης που μπορεί να διατυπωθεί γύρω από την προβλεπόμενη τιμή με βάση τη διακύμανση του σφάλματος πρόβλεψης. Έστω σ_h^2 η διακύμανση του σφάλματος πρόβλεψης. Τότε, το $a-1$ διάστημα εμπιστοσύνης για την πραγματική τιμή, h περιόδους μπροστά θα είναι:

$$\hat{y}_{T+h} - z_{a/2} \sigma_h \leq y_{T+h} \leq \hat{y}_{T+h} + z_{a/2} \sigma_h$$

Όπου

\hat{y}_{T+h} : η πρόβλεψη για h περιόδους μπροστά

Η διακύμανση είναι άγνωστη, οπότε θα βρούμε μια εκτίμησή της από το άθροισμα των τετραγώνων των καταλοίπων, η οποία θα είναι:

$$\hat{\sigma}^2 = \frac{\sum_{i=1}^T \hat{\epsilon}_i^2}{T - p - q}$$

Το διάστημα εμπιστοσύνης είναι ένα καλό κριτήριο σχετικά με την ακρίβεια της πρόβλεψης, δηλαδή, το πόσο κοντά βρίσκονται οι προβλεπόμενες τιμές που υπολογίστηκαν από το εκτιμημένο υπόδειγμα, με τις πραγματικές τιμές. Ένας άλλος τρόπος είναι να συγκρίνουμε τις προβλεπόμενες με τις πραγματικές τιμές για περίοδο για την οποία έχουμε στοιχεία.

5.8.5 ΈΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΟΙΠΩΝ

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

5.8.6 ΈΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΤΑΞΗΣ ΤΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Αυτός ο έλεγχος γίνεται με μια διαδικασία που ονομάζεται υπερπροσαρμογή (overfitting). Σύμφωνα με αυτή τη διαδικασία ο έλεγχος της καταλληλότητας του εκτιμημένου υποδείγματος γίνεται συγκρίνοντάς το με ένα άλλο υπόδειγμα μεγαλύτερης τάξης. Αν το εκτιμημένο υπόδειγμα είναι τελικά το καταλληλότερο για τα δεδομένα που έχουμε, δηλαδή αν περιγράφει τη διαδικασία από την οποία έχουν παραχθεί τα δεδομένα, οι επιπλέον συντελεστές στα μεγαλύτερα υποδείγματα θα πρέπει να μην είναι στατιστικά διαφορετικοί από το μηδέν. Αν αυτοί οι συντελεστές δεν είναι μηδέν, τότε θα υπάρχει κάποιο άλλο υπόδειγμα που να είναι πιο κατάλληλο για τα δεδομένα που διαθέτουμε, από το εκτιμημένο.

5.8.7 ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ ΚΑΙ ΣΦΑΛΜΑ

Με βάση το εκτιμημένο υπόδειγμα και τις υπάρχουσες πληροφορίες μέχρι τη χρονική περίοδο T , μπορεί να γίνει πρόβλεψη της τιμής της μεταβλητής Y για κάποια μελλοντική τιμή της, για την περίοδο $T+h$.

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

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

Όσο το κόστος προβλέψεων αυξάνεται, οι απώλειες λόγω αβεβαιότητας μειώνονται. Επειδή η διαδικασία πρόβλεψης ποτέ δεν απομακρύνει τελείως τον κίνδυνο, κρίνεται αναγκαίο στη διαδικασία για τη λήψη της πρόβλεψης να λαμβάνεται υπόψη η αβεβαιότητα που περικλείει η πρόβλεψη. Η πραγματική τιμή μια μεταβλητής εννοιολογικά συνδέεται με την πρόβλεψη σύμφωνα με τον παρακάτω τύπο:

Πραγματική τιμή = Τιμή πρόβλεψης(δεδομένου ότι η πρόβλεψη είναι σωστή) + προβλεπτικό λάθος(σφάλμα πρόβλεψης)

5.8.8 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ

Η μέθοδος B-J αποτελεί μια πολύ ισχυρή προσέγγιση στην επίλυση πολλών προβλεπτικών προβλημάτων. Παρέχει πολύ ακριβείς προβλέψεις χρονολογικών σειρών και διαθέτει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην κατασκευή υποδειγμάτων. Παρόλα αυτά παρουσιάζει κάποια μειονεκτήματα, όπως το μεγάλο αριθμό παρατηρήσεων που απαιτούνται για να είναι η πρόβλεψη αξιόπιστη. Επίσης δεν υπάρχουν συστηματικές μέθοδοι για την κατεύθυνση της αποτελεσματικότητας του υποδείγματος και αυτόματης ρύθμισης των τιμών των παραμέτρων στις μεταβολές της βασικής διαδικασίας όπως συμβαίνει σε άλλες μεθόδους (πχ. εκθετική ομαλοποίηση) Εκτός από τα παραπάνω, απαιτεί χρόνο και έμπειρο προσωπικό για την κατασκευή ενός ικανοποιητικού υποδείγματος. Παρόλα αυτά, τα υποδείγματα B-J παρουσιάζουν μεγαλύτερη προβλεπτική ακρίβεια σε σχέση με υποδείγματα άλλων μονομεταβλητών ή και πολυμεταβλητών προβλεπτικών μεθόδων, σύμφωνα με μελέτες όπου ελέγχεται η συγκριτική ακρίβεια προβλέψεων που προκύπτουν από τη μέθοδο B-J και άλλων προβλεπτικών μεθόδων. (D.J.Reid “A comparative study of time series prediction techniques on economic data”,1969, P.Newbold, C.W.J. Granger “Experience with forecasting univariate time series and the combination of forecasts”,1974)

Τέλος, τα προβλεπτικά μοντέλα που στηρίζονται στις χρονοσειρές έχουν ως δεδομένο την υπόθεση ότι το σχήμα της χρονολογικής εμφάνισης των τιμών της μεταβλητής που παρατηρήθηκαν στο παρελθόν, θα συνεχίσει να υφίσταται και στο μέλλον, ανεξάρτητα από τις

αλλαγές του περιβάλλοντος. Έτσι τα μοντέλα αυτά θα εξακολουθούν να δίνουν την ίδια πρόβλεψη ανεξάρτητα από τις μεταβολές του περιβάλλοντος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

6.1 ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΗ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ Η.Π.Α. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί από την έρευνα συνόρων που πραγματοποιεί η Τράπεζα της Ελλάδος σε συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), αφορούν τις μηνιαίες αφίξεις τουριστών από τις Η.Π.Α. στην Ελλάδα για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος 2006 έως Ιούνιος 2016. Τα εν λόγω αριθμητικά στοιχεία θα αποτελέσουν το σύνολο των παρατηρήσεων οι οποίες κατόπιν επεξεργασίας και μέσω της χρήσης του στατιστικού προγράμματος Statgraphics Centurion XVII, θα καταλήξουμε στο προκρινόμενο στατιστικό μοντέλο βάσει του οποίου θα πραγματοποιηθεί η πρόβλεψη για τους επόμενους 12 μήνες.

Αναλυτικότερα, η χρονοσειρά που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη των μηνιαίων αφίξεων Αμερικανών τουριστών αποτελείται από μηνιαίες παρατηρήσεις αφίξεων, κατά τη διάρκεια του διαστήματος μεταξύ του Ιανουαρίου του 2006 μέχρι και τον Ιούνιο του 2016. Τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν καλύπτουν μια περίοδο 10 ετών και 6 μηνών, συνολικά 126 μηνών. Βάσει των ως άνω στοιχείων και μέσω της χρήσης του στατιστικού προγράμματος Statgraphics Centurion XVII, θα πραγματοποιήσουμε ακολούθως την ανάλυσή τους με σκοπό την πρόβλεψη του αριθμού των αφίξεων των Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα για τους επόμενους 12 μήνες (Ιούλιος 2016 – Ιούνιος 2017), βασιζόμενος στο γεγονός πως για λόγους αξιοπιστίας η πρόβλεψη ιδανικά δε θα πρέπει να ξεπερνά το 10% των παρατηρήσεων (10%X126 μήνες \approx 12 μήνες).

Τα στοιχεία των αφίξεων τα οποία αποτελούν τις παρατηρήσεις και συνθέτουν τη χρονοσειρά που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη των μηνιαίων αφίξεων των Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα για τους επόμενους 12 μήνες (Ιούλιος 2016 – Ιούνιος 2017), παρουσιάζονται

συγκεντρωτικά και κατανεμημένα με βασικά κριτήρια το μήνα και το έτος στον πίνακα που ακολουθεί.

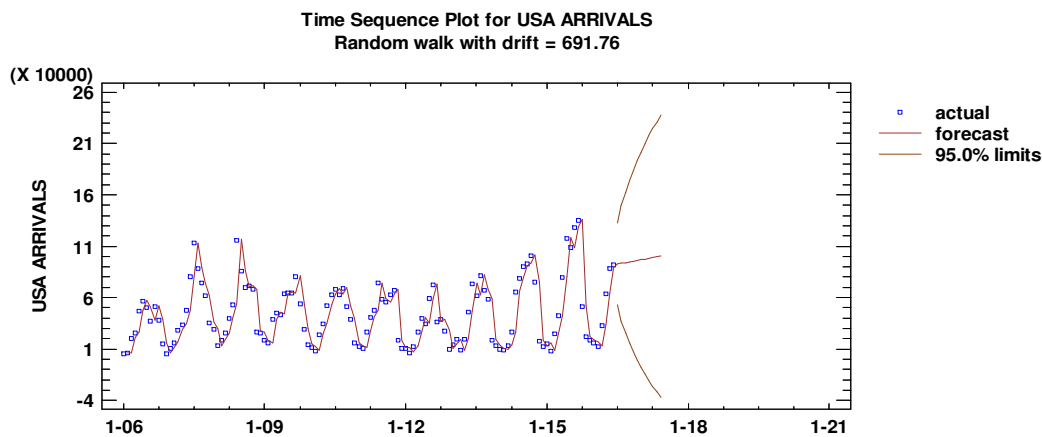
Πίνακας 7 - Μηνιαίες αφίξεις Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα (2006-2016)

Παρατηρήσεις 2006 – 2016	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ιανουάριος	5.524	10.819	12.903	18.134	11.339	12.755	10,695	13.939	9.902	15.413	16,161
Φεβρουάριος	5.864	15.901	18.560	15.578	7.787	10.601	6,171	19.015	8.660	7.753	12.300
Μάρτιος	20.495	28.136	25.170	38.442	23.731	26.599	12,630	8.424	13.310	24.532	33.016
Απρίλιος	25.937	33.818	40.112	45.339	34.703	41.039	26,737	19.293	26.089	42.112	63.557
Μάιος	46.971	47.260	53.230	43.388	52.493	47.316	40,058	45.953	65.726	79.731	88.382
Ιούνιος	56.524	80.025	115.923	63.310	62.902	73.782	34,496	73.387	78.991	117.383	91.994
Ιούλιος	50.679	112.829	85.694	64.862	67.913	58.079	58,762	62.103	90.433	108.277	-
Αύγουστος	37.204	88.137	70.094	64.058	63.054	55.373	72,225	81.083	92.777	128.313	-
Σεπτέμβριος	51.043	73.852	71.118	80.798	68.861	62.999	36,202	66.890	100.895	135.079	-
Οκτώβριος	37.830	62.181	67.763	53.864	51.290	66.959	38,463	58.466	74.737	51.148	-
Νοέμβριος	15.406	35.563	26.544	29.183	38.677	18.199	27,673	18.705	17.658	21.682	-
Δεκέμβριος	5.147	28.957	25.715	14.320	15.551	11.006	9,720	13.202	12.675	18.828	-
Σύνολο	358.624	617,478	612,825	531,276	498,301	484,707	373,831	480,460	591,853	750,250	305,411

6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑΣ ΤΑΣΗΣ

Βάσει της επισκόπησης του γραφήματος 13 που παρατίθεται ακολούθως, το σύνολο των 126 μηνιαίων παρατηρήσεων που αφορούν τις αφίξεις των Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος 2006 – Ιούνιος 2016 δεν παρουσιάζει διαχρονικά σύνθετη τάση. Για το διάστημα 2006 έως 2011 παρατηρούνται αρκετές διακυμάνσεις, ενώ για το διάστημα 2012 έως και το β' εξάμηνο του 2016 παρατηρείται μία ανοδική τάση γεγονός που υποδηλώνει τη συνεχώς αυξανόμενη άφιξη τουριστών από την Αμερική στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια των αντίστοιχων ετών.

Γράφημα 13 – Γράφημα χρονοσειράς



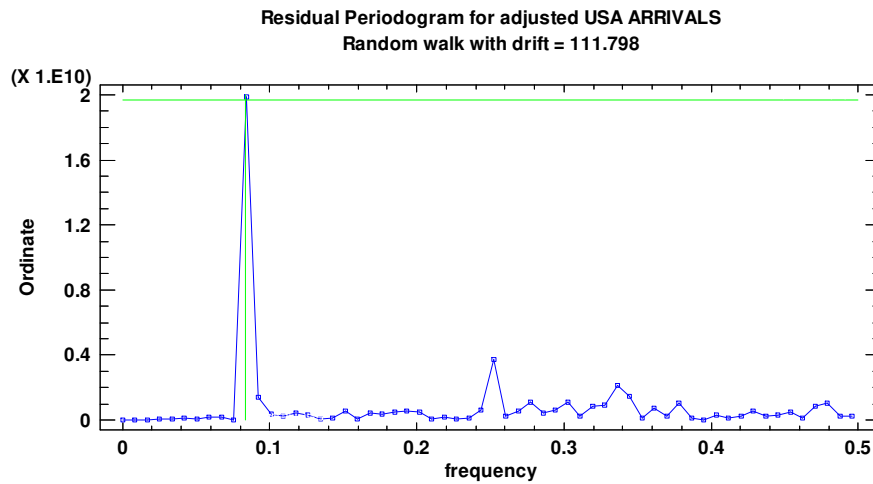
6.3 ΈΛΕΓΧΟΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ

Από το περιόδγραμμα (Residual Periodogram) βλέπε Διάγραμμα 6.3, και μέσω της χρήσης του τύπου: $T_{επιμημενη} = 1/s$, προκύπτει από τον υπολογισμό της παραμέτρου της εποχικότητας. Με s

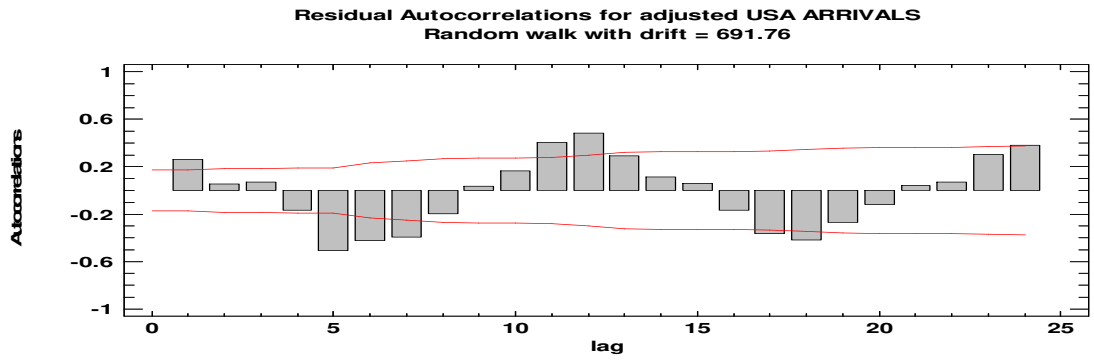
συμβολίζεται η εποχικότητα και η τετμημένη είναι αυτή του πρώτου μεγίστου που εμφανίζεται στο Περιοδόγραμμα που ακολουθεί.

Βάσει του γραφήματος 14, το πρώτο peak μετά την πρώτη περίοδο που αποτελεί την τετμημένη βρίσκεται στο 0,83 το οποίο ισούται με το $1/12=1/s$, συνεπώς $s=12$. Η χρονοσειρά ως εκ τούτου είναι εποχική με εποχικότητα 12 μηνών.

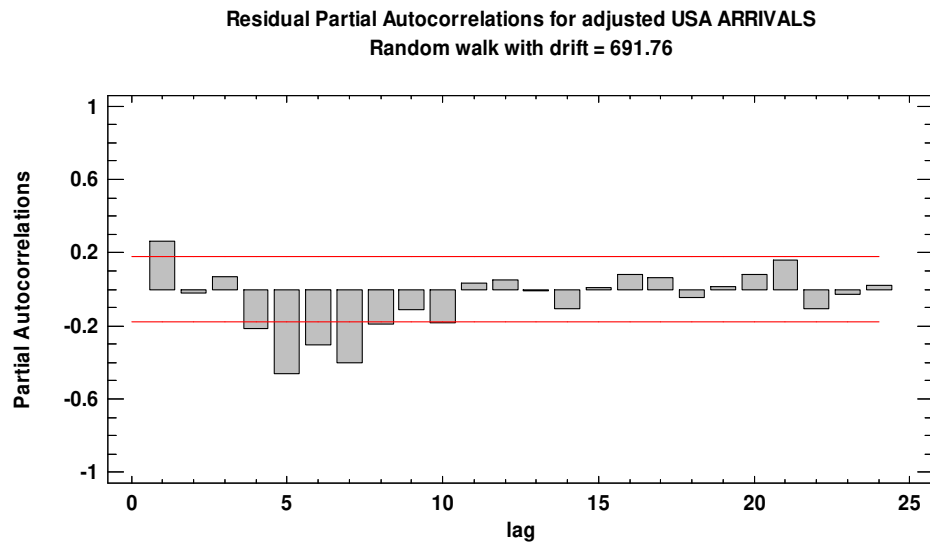
Γράφημα 14 – Περιοδόγραμμα καταλοίπων



Γράφημα 15 – Γράφημα αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων



Γράφημα 16 – Γράφημα μερικών αυτοσυσχετίσεων καταλοίπων



Παρατηρώντας τα διαγράμματα Residual Autocorrelations και Residual Partial Autocorrelations (βλ. Γράφημα 15 & 16) διαπιστώνουμε ότι οι μπάρες που προεξέχουν στο διάγραμμα Residual Autocorrelations είναι υποδηλώνουν τη ύπαρξη δωδεκάμηνης εποχικότητας.

6.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ

Κατόπιν του εντοπισμού της ύπαρξης δωδεκάμηνης εποχικότητας, δηλώθηκε μέσω του στατιστικού προγράμματος Statgraphics που χρησιμοποιήθηκε έτσι ώστε να εξαλειφθεί με σκοπό τη διευκόλυνση της σύγκρισης των τιμών της υπό μελέτης χρονοσειράς. Μέσω της παραπάνω διαδικασίας καθίσταται δυνατή η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων χωρίς την επίδραση της εποχικότητας προκειμένου να επιλεγεί το καταλληλότερο από τα πέντε ακόλουθα στατιστικά μοντέλα που θα παρέχει τα στοιχεία της πρόβλεψης:

1. (A) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0446
2. (B) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,9999 and beta = 0,0032
3. (C) Quadratic Exp. Smoothing with alpha = 0,0228
4. (D) Winter's Exp. Smoothing with alpha = 0,2045, beta = 0,1054, gamma = 0,2001
5. (E) ARIMA(1,0,0)x(2,1,0)₁₂ with constant

Πίνακας 8: Έλεγχοι καταλοίπων

<i>Model</i>	<i>RMSE</i>	<i>RUNS</i>	<i>RUNM</i>	<i>AUTO</i>	<i>MEAN</i>	<i>VAR</i>
(A)	30542.2	***	***	***	OK	OK
(B)	20102.0	OK	***	***	OK	OK
(C)	30534.1	***	***	***	OK	OK
(D)	14267.0	OK	*	OK	OK	OK
(E)	14062.6	OK	OK	OK	OK	OK

Ο πίνακας 9 συνοψίζει τα αποτελέσματα πέντε δοκιμών που διεξάγονται στα κατάλοιπα για να προσδιοριστεί ποιο από τα πέντε προαναφερθέντα μοντέλα παράγει τα κατάλληλα δεδομένα. Ένα OK σημαίνει ότι το μοντέλο περνάει τη δοκιμή. Το ένα * σημαίνει ότι αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%. Δύο ** σημαίνουν ότι αποτυγχάνει στο επίπεδο εμπιστοσύνης 99%. Τα τρία *** σημαίνουν ότι αποτυγχάνει στο επίπεδο εμπιστοσύνης 99,9%. Βάσει των αποτελεσμάτων του ελέγχου των καταλοίπων όπως αυτά παρουσιάζονται στον πίνακα 9.3.1, παρατηρείται ότι το στατιστικό μοντέλο που παράγει επαρκή δεδομένα είναι το μοντέλο (E). Το εν λόγω μοντέλο κατόπιν του σχετικού ελέγχου λαμβάνει 5 OK, συνεπώς το μοντέλο (E) ARIMA(1,0,0)x(2,1,0)₁₂ κρίνεται κατάλληλο για να χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη.

Πίνακας 9: Σύγκριση στατιστικών μοντέλων

<i>Model</i>	<i>RMSE</i>	<i>MAE</i>	<i>MAPE</i>	<i>ME</i>	<i>MPE</i>
(A)	30542.2	25295.6	106.313	2439.17	-70.1366
(B)	20102.0	14572.5	48.3765	-1582.49	-22.1102
(C)	30534.1	25271.3	108.353	1892.77	-73.5941
(D)	14267.0	10382.2	26.5291	987.696	-7.42765
(E)	14062.6	9877.46	29.5204	354.191	-10.0378

Στο πίνακα 9 απεικονίζονται τα αποτελέσματα όσον αφορά τις τιμές των στατιστικών σφαλμάτων. Παρατηρούμε ότι το μοντέλο με τη μικρότερη τετραγωνική ρίζα του μέσου τετραγώνου του σφάλματος (RMSE) καθώς και το μικρότερο μέσο απόλυτο σφάλμα (MAE) είναι το μοντέλο (E) ARIMA(1,0,0)x(2,1,0)₁₂

6.5 ΈΛΕΓΧΟΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΩΝ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Μεταβλητή: Αφίξεις Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα

Αριθμός παρατηρήσεων = 126

Σημείο έναρξης = 1/06

Χρονικό βήμα = 1.0 μήνας

Διάρκεια εποχικότητας = 12

Πίνακας 10: Έλεγχος παραμέτρων του μοντέλου $ARIMA(1,0,0) \times (2,1,0)_{12}$ με σταθερά

Parameter	Estimate	Std. Error	t	P-value
AR(1)	0.581727	0.0802799	7.24623	0.000000
SAR(1)	-0.602906	0.0985108	-6.1202	0.000000
SAR(2)	-0.315693	0.0976513	-3.23286	0.001618
Mean	2167.27	1783.21	1.21538	0.226824
Constant	1739.23			

Από τον πίνακα 10 παρατηρούμε ότι οι τιμές P είναι μικρότερες από το 0,05 γεγονός που υποδεικνύει ότι είναι στατιστικά σημαντικές. Η εκτιμώμενη τυπική απόκλιση του λευκού θορύβου εισόδου ισούται με 14310,5.

Βάσει και του ελέγχου των παραμέτρων του μοντέλου $ARIMA(1,0,0) \times (2,1,0)_{12}$ καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το εν λόγω μοντέλο αποτελεί το πλέον κατάλληλο, για τη διαδικασία της πρόβλεψης των μελλοντικών δεδομένων σχετικά με τις αφίξεις των Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα.

6.7 ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Χρησιμοποιώντας το στατιστικό μοντέλο $ARIMA(1,0,0) \times (2,1,0)_{12}$ το οποίο κατόπιν της σχετικής σύγκρισης που πραγματοποιήσουμε με άλλα στατιστικά μοντέλα κρίθηκε κατάλληλο καταλήξαμε στα ακόλουθα στοιχεία προβλέψεων που αφορούν τις μηνιαίες αφίξεις των Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα Ιανουάριος 2006 – Ιούνιος 2016. Τα στοιχεία της πρόβλεψης παρατίθενται στο πίνακα που ακολουθεί:

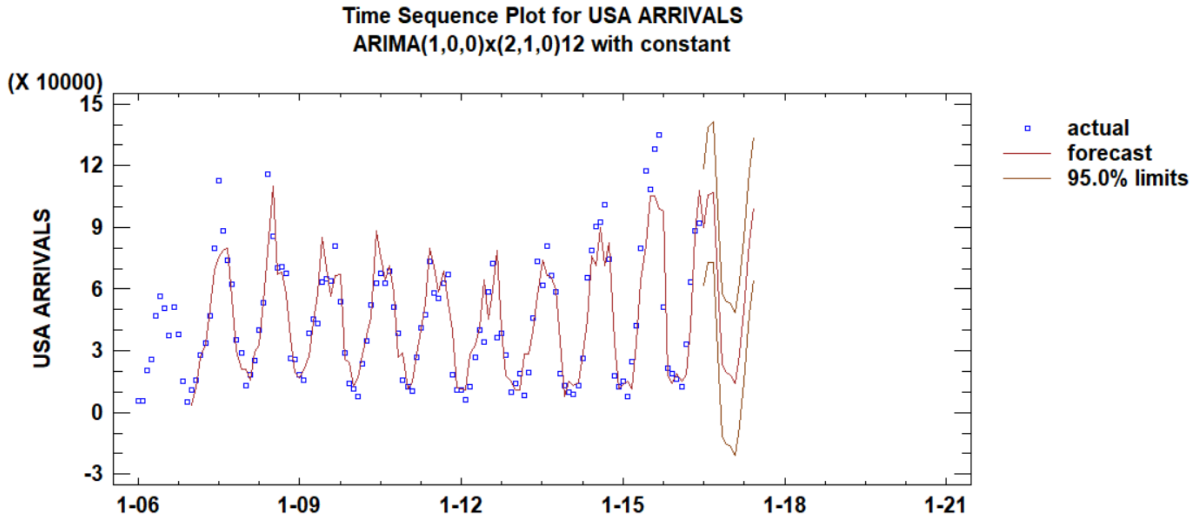
Πίνακας 11: Πρόβλεψη Αμερικανών αφίξεων τουριστών με τη χρήση του μοντέλου $ARIMA(1,0,0)x(2,1,0)_{12}$

Περίοδος	Πρόβλεψη	Κάτω όριο	Άνω όριο
7/16	90.039.2	61.679.1	118.399
8/16	105.787	72.977.7	138.597
9/16	106.981	72.796.1	141.165
10/16	63.861.1	29.223.7	98.498.5
11/16	23.436.0	-11.353.3	58.225.4
12/16	19.263.3	-15.577.3	54.103.9
1/17	18.024.0	-16.834.0	52.881.9
2/17	13.942.3	-20.921.5	48.806.1
3/17	28.481.0	-6.384.74	63.346.8
4/17	49.706.9	14.840.5	84.573.4
5/17	82.891.2	48.024.5	117.758
6/17	99.332.3	64.465.5	134.199

Πίνακας 12: Συγκριτικός πίνακας αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα 2016 – 2017

Μήνας	2015 - 2016	2016 -2017	Μεταβολή %
Ιούλιος	108.277	90.039	- 20,26 %
Αύγουστος	128.313	105.787	- 21,29 %
Σεπτέμβριος	135.079	106.981	- 26,26 %
Οκτώβριος	51.148	63.861	19,91 %
Νοέμβριος	21.682	23.436	7,48 %
Δεκέμβριος	18.828	19.263	2,26 %
Ιανουάριος	16.161	18.024	10,34 %
Φεβρουάριος	12.300	13.942	11,78 %
Μάρτιος	33.016	28.481	- 15,92 %
Απρίλιος	63.557	49.706	- 27,87 %
Μάϊος	88.382	82.891	- 6,62 %
Ιούνιος	91.994	99.332	7,39 %
Σύνολο	768.737	701.743	- 8,71 %

Γράφημα 17 - Χρονοσειρά πρόβλεψης αφίξεων Αμερικανών τουριστών στην Ελλάδα με διάστημα εμπιστοσύνης 07/2016 – 06/2017



Από την μελέτη των αποτελεσμάτων όπως αυτά παρουσιάζονται στους πίνακες 11 και 12 καθώς και στο γράφημα 17, διαπιστώνεται ότι σύμφωνα με την πρόβλεψη αναμένεται μείωση των συνολικών αφίξεων των Αμερικανών τουριστών σε ποσοστό 8,71% αναφορικά με το διάστημα Ιούλιος 2016 – Ιούνιος 2017 συγκριτικά με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα της προηγούμενης περιόδου (Ιούλιος 2015 – Ιούνιος 2017). Αναλυτικότερα η μεγαλύτερη μείωση σε σχέση με τη συγκρινόμενη αναμένεται στους μήνες Ιούλιο – Σεπτέμβριο 2016 – 2017 καθώς και τον Απρίλιο του 2017. Αξίζει να αναφερθεί ότι προβλέπεται να υπάρξει αξιοσημείωτη άνοδος στους μήνες του Οκτωβρίου, του Ιανουαρίου και του Φεβρουαρίου συγκριτικά με την προηγούμενη ελεγχόμενη περίοδο. Τέλος, οι μήνες Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος αναμένεται βάσει των αποτελεσμάτων της πρόβλεψης να παραμείνουν οι μήνες με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα από Αμερικανούς τουρίστες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός αποτελεί τον κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, με καθοριστική συμβολή στο Α.Ε.Π. της χώρας, καθώς και στον τομέα της απασχόλησης και των επενδύσεων. Σε παγκόσμιο επίπεδο ο τουριστικός κλάδος αποτελεί ένα από τους πλέον δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας ο οποίος συμβάλλει στην ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη. Ειδικότερα, η περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού θα μπορούσε να επιφέρει βελτίωση και άνοδο του βιοτικού επιπέδου ενώ θα μπορούσε ταυτόχρονα να οδηγήσει στη ανάπτυξη και άλλων τομέων όπως για παράδειγμα στο τομέα των μεταφορών μέσω της δημιουργίας νέων υποδομών. Η οικονομική κρίση την οποία διανύει η ελληνική οικονομία τα τελευταία καθιστά την ανάπτυξη του τουρισμού ακόμα πιο αναγκαία με στόχο την προσέλκυση και τη δημιουργία νέων επενδύσεων. Κάτι τέτοιο θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω της εκμετάλλευσης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Ελλάδα, τόσο από γεωμορφολογικής πλευράς αλλά και λόγω της πλούσιας πολιτισμικής κληρονομιάς την οποία διαθέτει.

Ειδικότερα στην παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα με έμφαση στους Αμερικανούς τουρίστες ενώ διενεργήθηκε και η ανάλυση του αριθμού των αφίξεων χρησιμοποιώντας στοιχεία αφίξεων τα οποία συγκεντρώθηκαν για τα έτη 2006 – 2016. Ταυτόχρονα πραγματοποιήθηκε και η πρόβλεψη των μελλοντικών αφίξεων και της εξέλιξης του Αμερικανικού εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα. Η προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών από τις Η.Π.Α., καθίσταται ιδιαίτερος σημαντική καθώς λόγω του μεγάλου ετήσιου όγκου εισερχόμενων τουριστών από την εν λόγω χώρα, μία ενδεχόμενη έστω και μικρής κλίμακας αύξηση θα μπορούσε να επιφέρει ευεργετικά αποτελέσματα στην ελληνικό τουρισμό. Συγκεκριμένα, η αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού από τις Η.Π.Α. θα βοηθούσε στην εξομάλυνση της εποχικότητας που επικρατεί στον τομέα του τουρισμού και στη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου. Επιπλέον, μία αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού από τις Η.Π.Α. θα επέφερε και αντίστοιχη αύξηση στα συνολικά έσοδα που απορρέουν από τον τουριστικό κλάδο ενώ θα αποτελούσε κίνητρο για τη δημιουργία νέων επενδύσεων και κατ' επέκταση νέων θέσεων εργασίας που θα οδηγούσαν στην μείωση της ανεργίας. Γίνεται κατανοητό λοιπόν ότι η

ανάπτυξη του τουρισμού θα επιφέρει θετικές επιπτώσεις στο σύνολο της οικονομίας, καθώς ο κλάδος του τουρισμού και οι υπηρεσίες που παρέχονται συνδέονται άμεσα με ένα ευρύτερο φάσμα δραστηριοτήτων οι οποίες απορρέουν από τον κλάδο των Εμπορίου, της Εστίασης, της Γεωργίας, των Κατασκευών κ.λ.π. Ωστόσο για την επίτευξη της τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να ακολουθηθούν μία σειρά από δράσεις. Αρχικά θα πρέπει να αναπτυχθεί η εξωστρέφεια και να προσελκυσθούν επενδύσεις, οι οποίες θα μπορούν να καλύψουν τη συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για τουριστικά καταλύματα και υπηρεσίες. Επιπλέον, τα ήδη υπάρχοντα τουριστικά καταλύματα θα πρέπει να βελτιωθούν έτσι ώστε να αυξήσουν τόσο τη δυνατότητα φιλοξενίας μεγαλύτερου όγκου τουριστών αλλά και την παροχή υψηλότερου επιπέδου τουριστικών υπηρεσιών με στόχο την ικανοποίηση των πελατών και τη δημιουργία επαναλαμβανόμενων πελατών. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο καθοριστική είναι και συμβολή του Ελληνικού κράτους. Θα πρέπει να δημιουργηθούν οι αντίστοιχες υποδομές οι οποίες θα οδηγούσαν στη αύξηση της τουριστικής κίνησης, ενώ η βελτίωση των αεροδρομίων, των λιμανιών και το οδικό δίκτυο κρίνεται αναγκαία και θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω της απορρόφησης και της αξιοποίησης ευρωπαϊκών κονδυλίων. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί και στην ορθή προβολή της εικόνας της χώρας μας στο εξωτερικό, ειδικά κατά τη παρούσα περίοδο που έχει επηρεαστεί αρνητικά λόγω της μεταναστευτικής κρίσης. Τέλος, θα πρέπει να παρασχεθούν τα ανάλογα φορολογικά κίνητρα που θα οδηγήσουν στην ενθάρρυνση για τη διενέργεια νέων επενδύσεων στον τουριστικό κλάδο με αποτέλεσμα τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος οι οποία θα επιφέρει την αύξηση και την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bhatia, A., K. Tourism Development: Principles and Practices. New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd., 2002.
- Doswell, Roger. Tourism: How effective management makes the difference. Oxford: Butterworth-Heinemann-Elsevier, 1998.
- Handszuh, H., F. «Is Tourism Fair? What the Figures Do Not Tell.» Στο Tourism Development: Growth, Myths and Inequalities, του/της Peter Burns και Marina Novelli, 31. cabi, 2008.
- Lickorish, L, και C Jenkins. Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική, 2004.
- Page, Stephen. Tourism Management - Managing for change. Burlington: Elsevier, 2007.
- UNWTO. «Tourism Highlights.» <http://publications.unwto.org/>. 2014.
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf
- William, R., και Valene L. Smith. «The Emergence of Alternative Forms of Tourism.» Στο Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism, του/της Valene L. Smith and William R. Eadington, σελ. 2-3. 1992.
- Williams, Stephen. Tourism Geography. London: Routledge Contemporary Human Geography Series, 1998.
- WTTC. «World Travel & Tourism Council.» Annual Economic Impact of Tourism & Travel 2013. 2013. http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf
- Ανδριώτης Κ. (2005). Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός. Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη.
- Βαρβαρέσος, Στέλιος. Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός, 2000.
- Βενετσανοπούλου Μ., (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ιστορική Εξέλιξη – Θεσμικό πλαίσιο, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks,

Ηγουμενάκης, Ν, Κ Κραβαρίτης,, και Π Λύτρας. Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks, 1999.

Ηγουμενάκης, Ν. Τουριστική Οικονομία. Αθήνα: Interbooks, 1997.

Ηγουμενάκης, Ν. Τουριστικό Μαρκετινγκ. Νέα Σμύρνη: Interbooks, 1999.

Λαγός, Δ.(2005).Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Μαυροδόντης, Θωμάς. Εισαγωγή στον Τουρισμό. Εκδόσεις Παπαζήση, 2006.

Ρούπας, Β. Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: ΟΕΔΒ, 1993.

Τσάρτας, Γ.(2005). Αειφορία και περιβάλλον: ο νησιωτικός χώρος στον 21ο αιώνα. Αθήνα: Σιδέρης.

Τσάρτας, Πάρις. Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: Εξάντας, 1996.

ΦΕΚ 155/30 Ιουλ 2014 τεύχος Α'

Χρυσόγελος, Ν. (2005). Η βιώσιμη ανάπτυξη των νησιών και ο ρόλος των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων, στο Τσάρτας, Γ (επιμ.), Ο Νησιωτικός Χώρος στον 21ο Αιώνα. Αθήνα Σιδέρης.

ΕΛΣΤΑΤ, (2017). <http://www.statistics.gr/>

ΙΤΕΠ, (2015). <http://www.itep.gr/gr/>

ΙΝΕ ΓΣΕΕ (2016). <http://www.gsee.gr/>

ΣΕΤΕ, (2017). <http://sete.gr/>

<http://www.tastv.gr/article/1-ekatommyrio-toyristes-apo-ameriki-anamenontai-mesa-sto-2017>