



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

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

ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ Β. ΚΟΜΠΟΡΟΖΟΥ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2012

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

Αικατερίνη Κομπορόζου

Περίληψη

Η Ιαπωνία εκτός από το γεγονός ότι είναι από μια από τις μεγαλύτερες οικονομίες στον κόσμο, είναι επίσης μια χώρα με μεγάλο μέγεθος εξερχόμενου τουρισμού, αποτελώντας σύμφωνα με στοιχεία του 2007, τη 2^η χώρα με τους περισσότερους εξερχόμενους τουρίστες μεταξύ των Ασιατικών χωρών, μετά την Κίνα, ενώ ήταν 15^η στην παγκόσμια κατάταξη. Βασικό χαρακτηριστικό του τουρισμού της χώρας αποτελεί το δυσανάλογο μέγεθος του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού της. Ο αριθμός εξερχόμενων τουριστών είναι περίπου 3,7 φορές μεγαλύτερος από τις αφίξεις στη χώρα, ενώ η ιαπωνική κυβέρνηση ενθαρρύνει τους κατοίκους να ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού. Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις χώρες της Ευρώπης που θα ήθελαν να επισκεφτούν οι Ιάπωνες και θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί την αύξηση των ταξιδιών των Ιαπώνων και τις νέες τάσεις στον τουριστικό κλάδο, για να προσελκύσει Ιάπωνες τουρίστες.

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει την Ιαπωνία και τις σχέσεις της με την Ελλάδα, να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά του εξερχόμενου τουρισμού της, να μελετήσει τις τάσεις και τη συμπεριφορά των Ιαπώνων τουριστών, να εντοπίσει τα προβλήματα και τις προοπτικές προσέλκυσής τους στην Ελλάδα και μέσω της επεξεργασίας δεδομένων, να προβλέψει τις αναμενόμενες αφίξεις Ιαπώνων τουριστών στη χώρα μας για το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012.

Η προσέλκυση Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα είναι σημαντική αφενός λόγω του γεγονότος ότι θα οδηγήσει σε αύξηση της τουριστικής κίνησης στη χώρα, καθώς ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστών είναι μεγάλος και η προσέλκυση ακόμα και του 1% εξ αυτών ισοδυναμεί με μεγάλο αριθμό τουριστών, και αφετέρου λόγω των μηνών που επιλέγουν να ταξιδεύουν οι Ιάπωνες, η προσέλκυσή τους θα συμβάλλει στην εξομάλυνση του εποχικού χαρακτήρα του Ελληνικού τουρισμού.

Οι συνολικές αναχωρήσεις των Ιαπώνων προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα από τον Οκτώβριο του 2011 έως το Σεπτέμβριο του 2012, αναμένεται να παρουσιάσουν μικρή αύξηση σε σχέση με τις αναχωρήσεις του αντίστοιχου διαστήματος της προηγούμενης χρονιάς, ενώ οι αφίξεις των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα για το ίδιο διάστημα αναμένεται να μειωθούν. Η Ελλάδα θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί την αύξηση των ταξιδιών των Ιαπώνων και με τη λήψη κατάλληλων μέτρων και ενεργειών, ο αριθμός των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα θα μπορούσε να αυξηθεί σημαντικά.

Ευχαριστίες

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

Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Μ. Σφακιάνακη, για την καθοδήγηση και την πολύτιμη βοήθεια που προσέφερε στη διεξαγωγή της παρούσας μελέτης.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω την Τράπεζα της Ελλάδος για την παροχή των απαραίτητων στοιχείων.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την υποστήριξη κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

Κατάσταση Πινάκων

Πίνακας 1: Εξωτερικό Εμπόριο Ιαπωνίας	6
Πίνακας 2: Κύριοι οικονομικοί δείκτες για τα έτη 2005-2008	8
Πίνακας 3: Εμπορικό ισοζύγιο Ιαπωνίας – Ε.Ε. για τα έτη 2004-2009	55
Πίνακας 4 : Διμερές Εμπόριο Ιαπωνίας – Ελλάδας (2005-2009)	64
Πίνακας 5: Ελληνικές εξαγωγές παρασκευασμάτων λαχανικών και φρούτων στην Ιαπωνία	65
Πίνακας 6: Δαπάνη του ΕΟΤ στην Ιαπωνία (1991-1995)	67
Πίνακας 7: Αφίξεις Ιαπώνων τουριστών σε γειτονικές χώρες (2005-2007)	68
Πίνακας 8: Άμεσες Ιαπωνικές επενδύσεις σε εκατομμύρια δολάρια (1982-1991)	69
Πίνακας 9: Διεθνής Τουρισμός της Ιαπωνίας 1996-2010 (σε εκατομμύρια)	74
Πίνακας 10: Αφίξεις τουριστών στην Ιαπωνία (1990-2010)	77
Πίνακας 11: Αφίξεις τουριστών στην Ιαπωνία ανά Ήπειρο και Αιτία ταξιδιού το 2010	78
Πίνακας 12: Εξερχόμενοι Ιάπωνες τουρίστες (2000-2010)	84
Πίνακας 13: Επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών σε χώρες της Ασίας (2000-2010)	86
Πίνακας 14: Επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών σε χώρες της Β. Αμερικής (2000-2010)	86
Πίνακας 15: Επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών σε χώρες της Ευρώπης (2005-2009) ..	98
Πίνακας 16: Δημοτικότητα χωρών του εξωτερικού σύμφωνα με τις απόψεις Ιαπώνων τουριστών	104
Πίνακας 17 : Ετήσιες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα και εισπράξεις (2003-2010) ..	107
Πίνακας 18: Μεριδίο αγοράς του Ελληνικού τουρισμού βάσει των τουριστικών εισπράξεων (2007-2010)	107
Πίνακας 19: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2010	108
Πίνακας 20: Δείκτες απόδοσης της Ελλάδας και των Ανταγωνιστών για το 2010	110
Πίνακας 21: Αφίξεις στην Ελλάδα συγκριτικά με την Ευρώπη και Παγκοσμίως (1950-2010)	111

Πίνακας 22: Μεριδίο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας (2003-2010)	118
Πίνακας 23: Ετήσια δαπάνη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα (2003-2010)	121
Πίνακας 24: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων	143
Πίνακας 25: Έλεγχοι καταλοίπων	144
Πίνακας 26: Έλεγχος παραμέτρων του μοντέλου $ARIMA(3,0,3) \times (2,1,1)_{12}$ με σταθερά	145
Πίνακας 27: Πρόβλεψη Ιαπώνων εξερχόμενων τουριστών με τη χρήση του $ARIMA(3,0,3) \times (2,1,1)_{12}$ με σταθερά	145
Πίνακας 28: Συγκριτικός πίνακας αναχωρήσεων Ιαπώνων τουριστών προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα Οκτώβριος 2010- Σεπτέμβριος 2011 και πρόβλεψης αναχωρήσεων της επόμενης χρονιάς.	146
Πίνακας 29: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων	149
Πίνακας 30: Διαγνωστικοί Έλεγχοι καταλοίπων	150
Πίνακας 31: Έλεγχος παραμέτρων του μοντέλου $ARIMA(4,1,0) \times (2,1,2)_6$ με σταθερά	150
Πίνακας 32: Πρόβλεψη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα με τη χρήση του $ARIMA(4,1,0) \times (2,1,2)_6$ με σταθερά	151
Πίνακας 33: Σύγκριση των προβλέψεων με τις αφίξεις της προηγούμενης χρονιάς ..	152

Κατάσταση Γραφημάτων

Γράφημα 1: Εισαγωγές Ελληνικού ελαιόλαδου στην Ιαπωνία (2003-2009)	65
Γράφημα 2: Συνολική δαπάνη ΕΟΤ στην Ιαπωνία (1991-1995)	68
Γράφημα 3: Διαχρονική πορεία του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας	75
Γράφημα 4: Αφίξεις τουριστών ανά χώρα (2008)	76
Γράφημα 5: Διαχρονική τάση Ιαπώνων τουριστών (σε χιλιάδες άτομα)	82
Γράφημα 6: Παγκόσμιος τουρισμός ανά χώρα προέλευσης(2007) (σε χιλιάδες άτομα)	83
Γράφημα 7: Τάση του εξερχόμενου τουρισμού προς τις κύριες περιοχές προορισμού (1985-1994)	85
Γράφημα 8: Γεωγραφική κατανομή Ιαπώνων τουριστών (1995-2000)	85
Γράφημα 9: Προτιμώμενοι προορισμοί των Ιαπώνων για μελλοντικό ταξίδι (2000)	87
Γράφημα 10: Σκοπός Ταξιδιού ανά γεωγραφική περιοχή (2000)	88
Γράφημα 11: Μέσο μετακίνησης ταξιδιού	90
Γράφημα 12: Διάκριση Ιαπώνων τουριστών με κριτήριο το φύλο	92
Γράφημα 13: Διάκριση Ιαπώνων τουριστών με κριτήριο την ηλικία	92
Γράφημα 14: Διάκριση Ιαπώνων τουριστών με κριτήριο τον τρόπο που επιλέγουν να ταξιδέψουν	93
Γράφημα 15: Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή ενός προορισμού	94
Γράφημα 16: Παράγοντες που αποθαρρύνουν την επιλογή ενός προορισμού	94
Γράφημα 17: Τουριστική δαπάνη Ιαπώνων τουριστών	96
Γράφημα 18: Αφίξεις στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης (2005-2010)	113
Γράφημα 19: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων στην Ελλάδα 2010	114
Γράφημα 20: Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό κάθε χώρας για το 2010	116
Γράφημα 21: Ποσοστό εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα με βάση τη χώρα προέλευσης για το 2010	117
Γράφημα 22: Τουριστική κίνηση από την Ιαπωνία στην Ελλάδα για το 2010	119

Γράφημα 23: Ετήσιο μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό της Ιαπωνίας ανά 10.000 Ιάπωνες (2003-2010)	120
Γράφημα 24: Γράφημα Χρονοσειράς Ιαπώνων εξερχόμενων τουριστών	141
Γράφημα 25: Γράφημα Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών	142
Γράφημα 26: Γράφημα Μερικών Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών	142
Γράφημα 27: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών	143
Γράφημα 28: Γράφημα Χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα	147
Γράφημα 29: Γράφημα Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα	147
Γράφημα 30: Γράφημα Μερικών Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα	148
Γράφημα 31: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα	148

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	I
Ευχαριστίες	II
Κατάσταση Πινάκων	III
Κατάσταση Γραφημάτων.....	V
Εισαγωγή.....	1
Κεφάλαιο 1^ο Μια γνωριμία με την Ιαπωνία	4
1.1 Το γεωγραφικό πλαίσιο.....	4
1.2 Η Οικονομία.....	6
1.3 Ο Τουρισμός.....	8
1.4 Πολιτισμικές αξίες	9
1.5 Ιαπωνική Μυθολογία.....	10
1.6 Η Θρησκεία και η επιρροή του Κομφουκιανισμού	11
1.7 Κοινωνικοί Παράγοντες που οδήγησαν στην ανάπτυξη.....	12
1.8 Η επίδραση των ξένων χωρών	13
1.9 Ο σύγχρονος τρόπος ζωής.....	15
1.10 Η Ιαπωνία μετά το σεισμό του 2011	16
Κεφάλαιο 2^ο Η πορεία της Ιαπωνίας ως σήμερα	18
2.1 Η Ιαπωνία πριν από 1600.....	18
2.2 Η περίοδος Νάρα (710-784).....	19
2.3 Η περίοδος Heian (794-1185).....	19
2.3.1 Πρόωρη Heian, 794-887	20
2.3.2 Η περίοδος 887-967.....	21
2.3.3 Η περίοδος 967-1068.....	21
2.3.4 Το Insei, 1068-1185	21
2.4 Η Μεσαιωνική Ιαπωνία	22
2.4.1 Kamakura bakufu (1185–1333).....	23
2.4.2 Η περίοδος Muromachi (1336–1467).....	24
2.4.3 Η περίοδος Sengoku (1467-1568)	24
2.4.4 Περίοδος Momoyama (1573–1603)	25

2.5 Η περίοδος Tokugawa (1603–1868)-Περίοδος Edo	26
2.6 Η περίοδος Meiji (1868–1912)	29
2.7 Α' και Β' Παγκόσμιος Πόλεμος και η μεταπολεμική περίοδος (1945–1952)	34
2.8 Η περίοδος 1952-1990.....	37
2.9 Από το 1990 έως σήμερα.....	45
Κεφάλαιο 3^ο Διμερείς σχέσεις Ευρωπαϊκής Ένωσης- Ιαπωνίας.....	50
3.1 Πολιτικές και πολιτισμικές σχέσεις.....	50
3.2 Οικονομικές-Εμπορικές σχέσεις.....	51
Κεφάλαιο 4^ο Διμερείς σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας.....	57
4.1 Πολιτικές σχέσεις	57
4.2 Πολιτισμικές σχέσεις	59
4.3 Οικονομικές σχέσεις.....	62
4.3.1 Οικονομικές συμφωνίες.....	62
4.3.2 Εμπορικές σχέσεις.....	63
4.3.3 Ναυτιλία	66
4.3.4 Τουρισμός.....	67
4.3.5 Επενδύσεις	69
4.3.5.α Ιαπωνικές επενδύσεις στην Ελλάδα.....	69
4.3.5.β Ελληνικές επενδύσεις στην Ιαπωνία	71
Κεφάλαιο 5^ο Η Ιαπωνία και ο Τουρισμός.....	73
5.1 Μορφές τουρισμού.....	73
5.2 Ο Διεθνής τουρισμός της Ιαπωνίας	74
5.3 Εισερχόμενος τουρισμός Ιαπωνίας	75
5.4 Αρμόδιοι φορείς τουριστικής πολιτικής.....	78
5.5 Στρατηγική ανάπτυξης του εισερχόμενου Ιαπωνικού τουρισμού	79
Κεφάλαιο 6^ο Ο Εξερχόμενος τουρισμός της Ιαπωνίας	81
6.1 Παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση	81
6.2 Χαρακτηριστικά του Εξερχόμενου Τουρισμού της Ιαπωνίας.....	82
6.2.1 Η Επιλογή Προορισμού	84
6.2.2 Σκοπός του Ταξιδιού.....	87

6.2.3 Εποχικότητα και τάση	89
6.2.4 Τρόπος μετακίνησης	90
6.2.5 Διάρκεια Παραμονής	90
6.2.6 Χαρακτηριστικά Ιαπώνων τουριστών	91
6.2.7 Τρόπος ταξιδιού.....	92
6.2.9 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή ενός προορισμού	93
6.2.10 Τουριστική δαπάνη	95
6.3 Η επιλογή της Ευρώπης ως τουριστικού προορισμού.....	98
6.3.1 Μέσα επιρροής στην επιλογή της Ευρώπης ως τουριστικού προορισμού	99
6.3.2 Διάρκεια παραμονής στην Ευρώπη	100
6.3.3 Τρόπος ταξιδιού στην Ευρώπη	100
6.3.4 Η Ευρώπη ως προορισμός μελλοντικού ταξιδιού, προτιμώμενες χώρες και πόλεις	101
6.3.5 Προϋποθέσεις για την επιλογή Ευρωπαϊκής χώρας ως προορισμό ..	102

Κεφάλαιο 7° Ο Ελληνικός εισερχόμενος τουρισμός και οι Ιάπωνες τουρίστες στην Ελλάδα..... 105

7.1 Η Σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα.....	105
7.2 Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουρισμού	109
7.3 Η ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού	111
7.4 Η Εποχικότητα του Ελληνικού τουρισμού	114
7.5 Το μερίδιο αγοράς του ελληνικού τουρισμού	116
7.6 Οι Ιάπωνες τουρίστες στην Ελλάδα	118
7.6.1 Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας	118
7.6.2 Η Τουριστική Δαπάνη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα.....	121
7.6.3 Προβλήματα και προοπτικές προσέλκυσης Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα	121

Κεφάλαιο 8° Πρόβλεψη αφίξεων με τη χρήση χρονοσειράς..... 124

8.1 Χρονοσειρές	124
8.1.1 Χαρακτηριστικά χρονοσειρών	125
8.1.2 Συνιστώσες χρονοσειρών	125
8.1.3 Επιδράσεις άλλων παραγόντων στη συμπεριφορά των χρονοσειρών.....	127
8.1.4 Στατιστική ανάλυση χρονοσειρών	128

8.2 Το χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης	129
8.3 Η συνάρτηση αυτοσυσχέτισης (autocorrelation function ACF)	129
8.4 Η συνάρτηση μερικών αυτοσυσχετίσεων (Partial autocorrelation function PACF).....	130
8.5 Λευκός θόρυβος	130
8.6 Τυχαίος περίπατος.....	131
8.7 Η προσέγγιση Box-Jenkins	131
8.7.1 Το Υπόδειγμα ARIMA(p,d,q)	133
8.7.2 Εποχικό υποδείγμα ARIMA (SARIMA).....	133
8.8 Ανάλυση χρονοσειρών με τη μέθοδο Box-Jenkins	134
8.8.1 Τα στάδια της μεθόδου	134
8.8.2 Αξιολόγηση υποδείγματος.....	135
8.8.3 Επιλογή κατάλληλου υποδείγματος	136
8.8.4 Διάστημα εμπιστοσύνης της πρόβλεψης.....	137
8.8.5 Έλεγχος των καταλοίπων	138
8.8.6 Έλεγχος της τάξης του υποδείγματος.....	138
8.8.8 Μειονεκτήματα της μεθόδου.....	140
8.9 Πρόβλεψη αναχωρήσεων Ιαπώνων τουριστών προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012	141
8.10 Πρόβλεψη αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012.....	146
Κεφάλαιο 9° Συμπεράσματα- Προτάσεις	154
Βιβλιογραφία.....	161
Ηλεκτρονικές πηγές.....	164

Εισαγωγή

Η Ιαπωνία αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες οικονομίες στον κόσμο. Συγκεκριμένα, είναι η τρίτη μεγαλύτερη οικονομία σε αγοραστική δύναμη, τέταρτος μεγαλύτερος εξαγωγέας στον κόσμο και πέμπτος μεγαλύτερος εισαγωγέας. Όπως τα προϊόντα της εξαγονται στον υπόλοιπο κόσμο, κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και με τους ίδιους τους Ιάπωνες που ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού. Η Ιαπωνία αποτελεί χώρα με μεγάλο μέγεθος εξερχόμενου τουρισμού αλλά και τουριστικής δαπάνης. Παρατηρείται ότι τα ταξίδια των Ιαπώνων προς χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν σημαντικά κατά τις δεκαετίες 1970,1980, μια τάση που διατηρείται έως σήμερα. Σύμφωνα με στοιχεία του Ιαπωνικού Οργανισμού τουρισμού, οι Ιάπωνες που ταξίδεψαν στο εξωτερικό για το 2010 έφτασαν τους 16.637.224.

Στόχος της διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει την Ιαπωνία και τις σχέσεις της με την Ελλάδα, να προσδιορίσει τα χαρακτηριστικά του εξερχόμενου τουρισμού της, να μελετήσει τις τάσεις και τη συμπεριφορά των Ιαπώνων τουριστών, να εντοπίσει τα προβλήματα και τις προοπτικές προσέλκυσής τους στην Ελλάδα και μέσω της επεξεργασίας δεδομένων, να προβλέψει τις αναμενόμενες αφίξεις Ιαπώνων τουριστών στη χώρα μας για το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012.

Η παρούσα μελέτη αποτελείται από εννέα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη αναφορά στα βασικά χαρακτηριστικά της Ιαπωνίας σαν χώρα και της κοινωνίας της. Παρουσιάζεται η οικονομία, ο πολιτισμός και οι αξίες της κοινωνίας, ο σύγχρονος τρόπος ζωής και αναφέρεται η σημασία της επίδρασης των ξένων χωρών στην ανάπτυξή της.

Στην ανάπτυξη της Ιαπωνίας συντέλεσαν κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες, όπως το εκπαιδευτικό σύστημα, οι αξίες, η οικογένεια και η κουλτούρα του εργασιακού περιβάλλοντος. Η πορεία της χώρας έως σήμερα και ο τρόπος με τον οποίο μετατράπηκε από μια χώρα αγροτική σε βιομηχανική παρουσιάζεται με μια ιστορική αναδρομή στο δεύτερο κεφάλαιο.

Στο τρίτο κεφάλαιο προσδιορίζονται οι πολιτικές, οικονομικές και οι πολιτισμικές σχέσεις της Ιαπωνίας με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι σχέσεις της Ιαπωνίας με την Ελλάδα επισφραγίζονται από μια σειρά συμφωνιών, που διευκολύνουν την εμπορική

συνεργασία των δύο χωρών και ενδυναμώνονται μέσω της επιδίωξης ανάπτυξης επιχειρηματικών ευκαιριών και από τις δύο πλευρές, καθώς και μέσω πολιτιστικών εκδηλώσεων, στις οποίες επισημαίνονται τα σημεία σύγκλισης των δύο πολιτισμών, παρά τη διαφορετικότητά τους, όπως αναλύεται στο τέταρτο κεφάλαιο.

Βασικό χαρακτηριστικό του διεθνούς τουρισμού της Ιαπωνίας, είναι το δυσανάλογο μέγεθος του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού της. Η ιαπωνική κυβέρνηση κάνει προσπάθειες να προσελκύσει τουρίστες από άλλες χώρες, ενώ ταυτόχρονα ενθαρρύνει τους κατοίκους να ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται συγκριτικά τα μεγέθη του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού της χώρας και γίνεται εστίαση στον εισερχόμενο και τη στρατηγική ανάπτυξής του.

Οι αναχωρήσεις τουριστών από την Ιαπωνία προς χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν σημαντικά κατά τις δεκαετίες 1970,1980 και η τάση αυτή διατηρείται ως σήμερα. Η συμπεριφορά των Ιαπώνων τουριστών διαφέρει από αυτή των Ευρωπαίων και των Αμερικανών τουριστών, γεγονός που οφείλεται στην κουλτούρα, στις συνήθειες και τις ιδιαιτερότητες της Ιαπωνικής κοινωνίας. Τα μεγέθη και τα χαρακτηριστικά του εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας προσδιορίζονται στο έκτο κεφάλαιο. Παρατίθενται οι κύριες χώρες προτίμησης, παρουσιάζονται αποτελέσματα ερευνών σχετικά με τις προϋποθέσεις που πρέπει να έχει μια χώρα για επιλέξουν να την επισκεφτούν οι Ιάπωνες και αναλύεται η επιλογή της Ευρώπης ως τουριστικός προορισμός.

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες δραστηριότητες της παγκόσμιας οικονομίας και ως εκ τούτου λειτουργεί ως παράγοντας τόνωσης της οικονομικής δραστηριότητας. Αποτελεί μια από τις κυριότερες πηγές συναλλάγματος και εισροής κεφαλαίων και συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη και στην απασχόληση. Στο έβδομο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα μεγέθη και στην ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουρισμού, καθώς και στη σημασία του για τη χώρα. Επίσης, γίνεται ανάλυση των αφίξεων και της δαπάνης των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα, του μεριδίου αγοράς της χώρας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας, καθώς και των προβλημάτων και οι προοπτικών που υπάρχουν σχετικά με την προσέλκυση Ιαπώνων τουριστών στη χώρα.

Στο όγδοο κεφάλαιο περιλαμβάνεται η θεωρητική προσέγγιση των χρονοσειρών, τα χαρακτηριστικά τους και η ανάλυσή τους, η περιγραφή της μεθόδου που

χρησιμοποιείται για την προβλεπτική διαδικασία, η πρόβλεψη συνολικών εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών και Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012 και η ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Τέλος, στο ένατο κεφάλαιο διατυπώνονται τα συμπεράσματα σχετικά με τον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας και τις προοπτικές προσέλκυσης Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα, καθώς και προτάσεις για την αύξηση του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΠ

Κεφάλαιο 1^ο Μια γνωριμία με την Ιαπωνία

1.1 Το γεωγραφικό πλαίσιο

Η Ιαπωνία είναι χώρα της Ανατολικής Ασίας, η οποία είναι γνωστή και ως Νιχόν (Nihon) ή Νιππόν (Nippon), που σημαίνει Χώρα του Ανατέλλοντος Ηλίου καθώς το όνομά της είναι συνδυασμός δύο ιδεογραμμάτων, που σημαίνουν ήλιος και αρχή. Εκτείνεται σε μεγάλο μέρος του Ιαπωνικού Αρχιπελάγους, στον βορειοδυτικό Ειρηνικό Ωκεανό και κατά μήκος των ακτών της Ρωσίας και της Κορέας, από τις οποίες χωρίζεται από τη Θάλασσα της Ιαπωνίας.

Αποτελείται από τέσσερα μεγάλα νησιά, Χοκκάιντο, Σικόκου, Κιούσου και Χονσού, τα οποία συνοδεύονται επίσης από χιλιάδες μικρότερα. Τα 7000 νησιά, που εκτείνονται σε απόσταση περίπου 3000 χιλιομέτρων, αποτελούν μια περιοχή εδάφους 377.899 τετραγωνικών χιλιομέτρων. Από αυτή την έκταση το 67% περίπου είναι ακατοίκητα βουνά και δάση, 13% καλλιεργήσιμο έδαφος και 7% δρόμοι, ποταμοί, κανάλια και λίμνες. Μόνο το 4,7% της συνολικής έκτασης είναι κατοικήσιμο. Οι αστικές περιοχές, ειδικά στην κεντρική Ιαπωνία, είναι σχετικά πυκνοκατοικημένες με περίπου 43% του πληθυσμού να ζει στα 50 χιλιόμετρα των τριών αστικών κέντρων του Τόκιο, της Οζάκα και του Νάγκουα. Εάν εξαιρέσουμε την περιοχή της Οκίναβα σχεδόν το 54% του πληθυσμού ζει στο 1,7% της έκτασης.



Μπορεί η χώρα να μην είναι πυκνοκατοικημένη, αλλά κάποιες περιοχές της είναι και αυτό οδηγεί σε προβλήματα κοινωνικής φύσεως. Τα πιο χαρακτηριστικά είναι η έλλειψη

επαρκούς αριθμού κατοικιών στις αστικές περιοχές και σαν συνέπεια αυτού ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα αποτελεί ο μεγάλος χρόνος που χρειάζεται για την κάλυψη των αποστάσεων μεταξύ της κατοικίας και του χώρου εργασίας. Τα σπίτια είναι πολύ μικρότερα σε μέγεθος από αυτά των δυτικών χωρών. Συγκεκριμένα ο μέσος χώρος που αντιστοιχεί σε κάθε άτομο σε τετραγωνικά μέτρα για την Ιαπωνία είναι 33 ενώ για τις ΗΠΑ είναι 60. Το κόστος κατοικίας σε αστική περιοχή είναι πολύ υψηλό.

Η μεγαλύτερη πόλη της Ιαπωνίας και πρωτεύουσα είναι το Τόκιο, το οποίο αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες πόλεις του κόσμου με περισσότερους από 12.500.000 κατοίκους. Η Γιοκοχάμα βρίσκεται σε απόσταση 35 χιλιομέτρων και έχει περισσότερους από 3 εκατομμύρια κατοίκους. Οι 11 μεγαλύτερες ιαπωνικές πόλεις είναι: Tokyo (12.059.000), Yokohama (3.426.000), Osaka (2.598.000), Nagoya (2.171.000), Sapporo (1.822.000), Kobe (1.493.000), Kyoto (1.464.000), Fukuoka (1.290.000), Kawasaki (1.208.000), Hiroshima (1.113.000), και Kitakyushu (1.020.000). (<http://www.iaponia.org>)



Η Ιαπωνία είναι ένα νησιωτικό κράτος του οποίου η ταυτότητα βασίζεται στην απομόνωση από την υπόλοιπη ασιατική περιοχή. Η απομόνωση αυτή ορίζεται και γεωγραφικά μέσω φυσικών εμποδίων (πχ. χωρίζεται από την Κορέα από τα στενά the Straits of Tsushima) που δυσχεραίνουν την αλληλεπίδραση της χώρας με γειτονικές χώρες, γεγονός που οδηγεί σε μικρές ομοιότητες, όπως επίσης και τροποποίηση και προσαρμογή των ξένων ιδεών στα μέτρα της Ιαπωνικής κοινωνίας. (Curtis Andressen,2002)

Ο πληθυσμός, βάση στοιχείων του 2010, είναι 127.360.000 κάτοικοι, ενώ το προσδόκιμο ζωής στο σύνολο του πληθυσμού υπολογίστηκε το 2010 στα 82,17 χρόνια (78,87 για τους άνδρες και 85,66 για τις γυναίκες. (<http://www.iaponia.org>))

1.2 Η Οικονομία

Η Ιαπωνία αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες οικονομίες στον κόσμο, με ολικό ΑΕΠ για το 2010, 5.390,897δισ. δολάρια και κατά κεφαλή 42.325 δολάρια. Είναι η τρίτη μεγαλύτερη οικονομία σε αγοραστική δύναμη, τέταρτος μεγαλύτερος εξαγωγέας στον κόσμο και ο πέμπτος μεγαλύτερος εισαγωγέας. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται ότι το ισοζύγιο κλίνει υπέρ της Ιαπωνίας καθώς η αξία των εξαγωγών είναι μεγαλύτερη από αυτή των εισαγωγών.

Πίνακας 1: Εξωτερικό Εμπόριο Ιαπωνίας

Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών-Στατιστική Υπηρεσία Ιαπωνίας

(σε δισ. Γιεν)	2005	2006	2007	2008	2009
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	65.656,5	75.246,1 (515,185)	83.931,4 (520,512)	81.018,0 (531,796)	54.182,3 (415,680)
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	56.949,3	67.344,2 (461,083)	73.135,9 (453,562)	78.954,7 (518,253)	51.377,6 (394,162)
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ	8.707,2	7.901,9	10.795,5	2.063,3	2.804,73

Σε παρένθεση οι τιμές σε δισ. Ευρώ (μετατροπή Γιεν/Ευρώ με μέση ισοτιμία έτους)

Η Ιαπωνία αύξησε την υπεροχή της στην ευρύτερη περιοχή αλλά και παγκοσμίως κατά την μεταπολεμική περίοδο, επιτυγχάνοντας την εικοσαετία 1960-1980 έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης στον κόσμο (μέση τιμή περιόδου 8%). Χαρακτηρίστηκε η πρώτη χώρα που από «αναπτυσσόμενη» κατάφερε να χαρακτηριστεί «αναπτυγμένη» επιτυγχάνοντας συγχρόνως να αποτελεί τη δεύτερη ισχυρότερη οικονομία του πλανήτη (1969) μετά τις ΗΠΑ. Η περίοδος της ραγδαίας οικονομικής ανάπτυξης στην Ιαπωνία (1950-1980) οφείλεται κυρίως στις βιομηχανίες του δευτερογενούς τομέα, όπως χαλυβουργία, ναυπηγία, αυτοκινητοβιομηχανία και βιομηχανία ηλεκτρικών ειδών. Η ανατίμηση του γιεν που άρχισε το 1985, έδωσε το

έναυσμα σε πολλές ιαπωνικές βιομηχανίες να μετατοπίσουν την παραγωγή στο εξωτερικό.

Μετά την πρώτη πετρελαϊκή κρίση του 1973, ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης της Ιαπωνίας μειώθηκε από το 10% στο 3,6% .Η δεύτερη πετρελαϊκή κρίση του 1979 έδωσε την αφορμή για αναδιάρθρωση της Ιαπωνικής βιομηχανίας. Το 1998 σημείωσε αρνητικούς ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης .Τα αίτια ήταν κυρίως η μειωμένη ζήτηση από το εξωτερικό λόγω της Ασιατικής κρίσης, μειωμένη παραγωγή λόγω χαμηλότερων επενδύσεων, μειωμένο εισόδημα και μειωμένη καταναλωτική δύναμη. Η χώρα κατάφερε να βγει από την μακροχρόνια κρίση και από τον Φεβρουάριο 2002 έως και τον Οκτώβριο 2007 η οικονομία είχε αυξητικούς ρυθμούς ανάπτυξης. (Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών υποθέσεων Τόκυο,2010)

Σήμερα 5% του ενεργού πληθυσμού απασχολείται σε βιομηχανίες του πρωτογενούς τομέα (γεωργία, κλπ.), 30% σε βιομηχανίες του δευτερογενούς τομέα και 65% στις υπηρεσίες και άλλες βιομηχανίες του τριτογενούς τομέα. Οι βιομηχανίες ηλεκτρικών ειδών και οι αυτοκινητοβιομηχανίες καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών. Η Ιαπωνία εξαρτάται από τις εισαγωγές για την προμήθεια τροφίμων, καθώς το ποσοστό αυτότητας είναι χαμηλό, με μόλις 13% του εθνικού εδάφους να χρησιμοποιείται για καλλιέργειες. Ως νησιωτική χώρα που περιβάλλεται από θάλασσα, βασικό στοιχείο της διατροφής του κόσμου είναι τα ψάρια και τα θαλασσινά. Η Ιαπωνία είναι τρίτη σε όλον τον κόσμο, μετά την Κίνα και το Περου στο συνολικό ετήσιο αλιευτικό όγκο.(<http://www.gr.emb-japan.go.jp>)

Κύρια συστατικά της οικονομικής ανάπτυξης της Ιαπωνίας υπήρξαν οι επενδύσεις σε παραγωγικές μονάδες, η εφαρμογή αποτελεσματικών και παραγωγικών βιομηχανικών μεθόδων, το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης του εργατικού δυναμικού, οι καλές σχέσεις εργαζομένων – διοίκησης, η πρόσβαση σε καινοτόμες τεχνολογίες, οι επενδύσεις στην έρευνα και ανάπτυξη, η αυξανόμενη εξωστρέφεια των εμπορικών επιχειρήσεων και το μέγεθος της εγχώριας αγοράς με καταναλωτές υψηλού εισοδηματικού επιπέδου που έδωσε στις Ιαπωνικές επιχειρήσεις ένα πλεονέκτημα ως προς το μέγεθος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και επιδιώξεών τους εντός και εκτός χώρας. (Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών υποθέσεων Τόκυο,2010)

Οι εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και ιδιαίτερα στις οικονομίες των ΗΠΑ, Ε.Ε. και Κίνας (δηλαδή των τριών μεγαλύτερων εμπορικών εταίρων της Ιαπωνίας), έχουν καταλυτική επίδραση στην ανάκαμψη της ιαπωνικής οικονομίας.

Πίνακας 2: Κύριοι οικονομικοί δείκτες για τα έτη 2005-2008

Πηγή: Πρωθυπουργικό Γραφείο «Εθνικοί Λογαριασμοί», Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας, Κεντρική Τράπεζα Ιαπωνίας, Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκυο

	2005	2006	2007	2008
ΑΕΠ (πραγματικό, σε τρις Γιεν)	536,76	547,70	560,51	556,65
Πραγματική αύξηση ΑΕΠ (%)	1,9	2,4	2,1	-1,8
Αριθμός Ανέργων (.000)	2.940	2.750	2.570	2.650
Ποσοστό Ανεργίας (%)	4,43	4,13	3,85	3,99
Εμπορικό ισοζύγιο (σε δισ. Γιεν)	8.707	7.902	10.796	2.064
Αξία εξαγωγών ως % ΑΕΠ	14,9	16,7	18,4	18,5

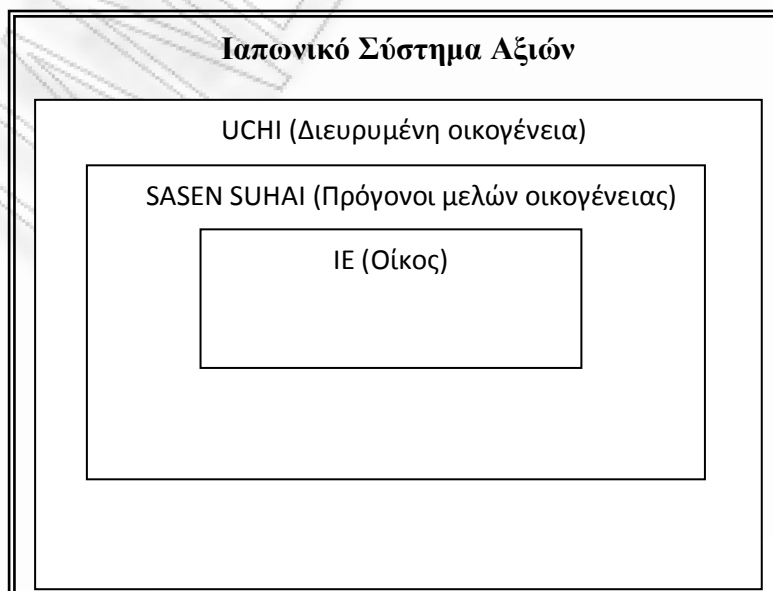
1.3 Ο Τουρισμός

Όπως τα προϊόντα της Ιαπωνίας εξάγονται στον υπόλοιπο κόσμο, κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και με τους ίδιους τους Ιάπωνες που ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού. Οι αναχωρήσεις τουριστών από την Ιαπωνία προς χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν σημαντικά κατά τις δεκαετίες 1970, 1980 και η τάση αυτή διατηρείται ως σήμερα. Πάνω από 17 εκατομμύρια Ιάπωνες ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 2000, το 80% αυτών ως τουρίστες. Οι Ιάπωνες τουρίστες χαρακτηρίζονται από την έλλειψη της ικανότητας να έρχονται σε επαφή με τους τοπικούς κατοίκους και τις κουλτούρες των χωρών που επισκέπτονται, διατηρώντας την ιδιαιτερότητά τους, έχοντας το ρόλο του παρατηρητή και όχι του συμμετέχοντα. Το γεγονός αυτό μπορεί να είναι αποτέλεσμα του τρόπου ζωής των Ιαπώνων και της εργασίας που δεν τους επιτρέπει να ταξιδεύουν για μεγάλα χρονικά διαστήματα, ώστε να έχουν το χρόνο να προσαρμόζονται στην κουλτούρα της χώρας που επισκέπτονται, αλλά και η ίδια η νοοτροπία τους και ο χαρακτήρας της Ιαπωνικής κοινωνίας που εστιάζει στην κουλτούρα, την παράδοση και την αφοσίωση στα ιδανικά της χώρας. (Curtis Andressen, 2002)

1.4 Πολιτισμικές αξίες

Κατά το δυτικό σύστημα αξιών, η έννοια του ατόμου και της ατομικής ευθύνης έχουν διαμορφωθεί από τις αρχές του κλασσικού ελληνικού και ρωμαϊκού πολιτισμού και την επίδραση της χριστιανικής και ιουδαϊκής θρησκείας. Έτσι έχει προκύψει μια ιδεολογία σχετικά με το άτομο, τα δικαιώματά του, τα ιδανικά της δημοκρατίας. Σύμφωνα με το δυτικό σύστημα αξιών, το άτομο ανδρώνεται από ομάδες αναφοράς με κύρια την οικογένειά του. Η μεγάλη διαφορά με το σύστημα αξιών της Ιαπωνίας είναι ότι στην Ιαπωνία το άτομο δεν υπάρχει παρά μόνο σε σχέση με κάποιες ομάδες. Κύριο σημείο αναφοράς είναι το *ie*, δηλαδή ο οίκος, που αποτελεί την κύρια διοικητική μονάδα, τον ηθικό άξονα αναφοράς, που μέσα από αυτό το άτομο λαμβάνει κοινωνική ταυτότητα. Ο επικεφαλής του σπιτιού είναι υπεύθυνος για την εξάσκηση της λατρείας των προγόνων της οικογένειας (*sasen suhai*). Μέσω αυτής καλλιεργείται η αίσθηση της οικογενειακής συνέχειας. Μετά τον οίκο και τα μέλη του, υπάρχει το *uchi* που είναι η διευρυμένη οικογένεια, το οποίο περιλαμβάνει τους συγγενείς, τους υπηρέτες και τους προστατευόμενους.

Αυτό το σύστημα αξιών δεν ενθαρρύνει καμία εκδήλωση ατομικότητας και καλλιεργεί την ταύτιση του ατόμου με πολλές ταυτόχρονα ομάδες. Προς αυτή την κατεύθυνση συμβάλλει η εκπαίδευση, η κοινωνική πίεση αλλά και η ιαπωνική γλώσσα. Η κοινωνική οργάνωση είναι επίσης αυστηρού ιεραρχικού τύπου και πατερναλιστική. Βασίζεται στη σχέση πατέρα-παιδιού, ενισχύοντας το υπόδειγμα εργοδότη-εργαζόμενου με ένα γενικότερο μοντέλο σχέσης ανάμεσα σε προϊστάμενους και υφιστάμενους που ανταλλάσσουν ταυτόχρονα προστασία και αφοσίωση. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)



1.5 Ιαπωνική Μυθολογία

Κατά την ιαπωνική μυθολογία, ο κόσμος ήταν μια χαστική μάζα με μορφή αυγού και δεν υπήρχε διαχωρισμός μεταξύ ουρανού και γης. Βαθμιαία το καθαρότερο μέρος έγινε ο ουρανός ενώ το βαρύτερο έγινε η γη. Μεταξύ του ουρανού και της γης προέκυψαν τα θεία όντα. Μετά από καιρό μεταξύ του ουρανού και γης προέκυψε η θεότητα. Ακολούθησαν άλλες 7 θεότητες, σημαντικότερες των οποίων ήταν ο Izanagi και η Izanami (που συμβόλιζαν το αρσενικό και θηλυκό αντίστοιχα). Λέγεται ότι στάθηκαν στην γέφυρα του ουρανού και ανακάτευαν με μια λόγχη τον ωκεανό. Στάζοντας νερό από την άκρη της λόγχης δημιουργήθηκε ένα νησί στο οποίο εγκαταστάθηκαν. Μετά από καιρό αποφάσισαν να γίνουν σύζυγοι. Από την Izanami γεννήθηκαν τα νησιά, οι θάλασσες, οι ποταμοί, τα φυτά και δέντρα. Ο ίδιος ο Izanagi γέννησε την Amaterasu, τη θεά ήλιο. Αυτή ήταν τόσο όμορφη, που αποφάσισε να τη στείλει στον ουρανό για να φωτίζει για πάντα τη γη. Από τον Izanagi επίσης γεννήθηκε ο θεός των φεγγαριών Tsukiyomi. Εστάλη επίσης στον ουρανό, αλλά είχε διαφωνίες με την Amaterasu και έτσι χωρίστηκαν από τη μέρα και τη νύχτα ώστε να μην βλέπονται. Το επόμενο παιδί ήταν ο Susano-Wo, (ο ωκεανός ή θεός της θύελλας), ο οποίος ήταν σκληρός και είχε επιθετική συμπεριφορά. Λόγω της επιθετικής συμπεριφοράς του, λέγεται ότι η Amaterasu μετά από διαφωνία μαζί του, κρύφτηκε σε μια σπηλιά και βύθισε τον κόσμο στο σκοτάδι. Οι υπόλοιποι θεοί ταραχτήκαν από το γεγονός αυτό και για να τη δελεάσουν να βγει, τοποθέτησαν ένα ιερό δέντρο έξω από τη σπηλιά, στα κλαδιά του οποίου έβαλαν ένα καθρέφτη και ένα κόσμημα. Η Amaterasu δε βγήκε. Σύμφωνα με το μύθο, μία θεά προκάλεσε το γέλιο των υπόλοιπων και αυτό την περιέργεια της Amaterasu και έτσι βγήκε και γέμισε πάλι τον κόσμο με φως. Μετά το γεγονός αυτό ο Susano-Wo διώχθηκε από τον ουρανό, που ήταν ο κόσμος των θεών.

Σύμφωνα με μια έκδοση της ιστορίας αυτής, οι πρώτοι κάτοικοι της Ιαπωνίας ήταν λάτρεις της θεάς ήλιου, και ακολουθούσαν διάφορες ιεροτελεστίες κατά τη διάρκεια του χειμώνα, με σκοπό την επιστροφή του ήλιου. Σε αυτό το μύθο βασίζεται μια εκδοχή για την ονομασία της χώρας, σύμφωνα με την οποία προέρχεται από την Κινέζικη λέξη Jih-ren που σημαίνει «το μέρος απ' όπου προέρχεται ο ήλιος» και ως εκ τούτου «η χώρα του ανατέλλοντος ηλίου». Στη μυθολογία αποδίδεται επίσης η ύπαρξη των θεοτήτων και πνευμάτων (kami) που αποτελούν τον πυρήνα της θρησκείας Shinto της Ιαπωνίας που σημαίνει «ο δρόμος των θεών». (Curtis Andressen,2002)

Για τη δημιουργία της Ιαπωνίας υπάρχουν αρκετοί μύθοι. Ένας από αυτούς υποστηρίζει ότι τα νησιά της Ιαπωνίας προήρθαν από τα δάκρυα μιας θεάς που έπεσαν στον Ειρηνικό Ωκεανό. (U.Haak ,R.Haak, 2008)

1.6 Η Θρησκεία και η επιρροή του Κομφουκιανισμού

Οι δύο κυριότερες θρησκείες στην Ιαπωνία είναι ο Βουδισμός και ο Σιντοϊσμός. Ο Βουδισμός αρχικά εμφανίστηκε στην Ινδία και διαδόθηκε στην Ιαπωνία τον 6^ο αιώνα. Ο Σιντοϊσμός μπορεί να συνυπάρχει χωρίς πρόβλημα με άλλες θρησκείες, όπως ο Βουδισμός, δεδομένου ότι πολλοί Ιάπωνες να ακολουθούν και τα δύο δόγματα ταυτόχρονα.

Ο Σιντοϊσμός είναι μια θρησκεία ανιμιστική, που πρωτοεμφανίστηκε τον 8^ο αιώνα, σύμφωνα με την οποία οι θεϊκές δυνάμεις εκφράζονται από εκδηλώσεις της φύσης και υπάρχουν στους ανθρώπους και στα φυσικά αντικείμενα. Τα πνεύματα και οι άνθρωποι συνυπάρχουν στον ίδιο κόσμο, γεγονός που ενισχύει την πεποίθηση ότι τα πνεύματα των προγόνων περιβάλλουν τους ζωντανούς και ερμηνεύει την έλλειψη φόβου στο θάνατο, που επιδεικνύουν οι Ιάπωνες. Σύμφωνα με τον Σιντοϊσμό όλα αποτελούνται από πνεύμα (kami). (Hane Mikiso, Perez Louis, 2009)

Ο φυσικός κόσμος είναι χωρισμένος σε πέντε τμήματα που καθένα κυβερνάται από τα κατάλληλα πνεύματα. Το υψηλότερο επίπεδο είναι αυτό του ουρανού(Takamanohara) όπου εδρεύουν πολλά από τα σημαντικότερα πνεύματα. Το δεύτερο τμήμα είναι η γη και κάτω από αυτήν είναι το τρίτο, το βασίλειο των νεκρών και των κακών πνευμάτων (Yomi no Kuni). Το τέταρτο τμήμα αποτελούν οι ωκεανοί (Watatsumi no Kuni) στο οποίο υπάρχουν διαφόρων ειδών πλάσματα. Τέλος το πέμπτο βρίσκεται κάπου στη θάλασσα και αποτελεί μια ουτοπική περιοχή, στην οποία η κάτοικοί της δεν γερνούν, ούτε πεθαίνουν. Η σημαντικότητα της αγροτικής παραγωγής και της βιομηχανίας φαίνεται και μέσα από τη θρησκεία, καθώς στον Σιντοϊσμό υπάρχει θεά της γεωργίας και βιομηχανίας (Toyoke). (Delmer Brown, 1993)

Οι κομφουκιανικές ιδέες ήρθαν στην Ιαπωνία στην αρχή του πέμπτου αιώνα. Είναι μια φιλοσοφία ηθικής συμπεριφοράς και κοινωνικής σταθερότητας, η οποία εστιάζει στα καθήκοντα ,την υπακοή και το σεβασμό στις σχέσεις προϊσταμένου και υφισταμένου. Ο σεβασμός και η πίστη στους ανωτέρους κυριαρχούν. Αυτή η φιλοσοφία είχε τεράστιο

αντίκτυπο στον τρόπο με τον οποίο η ιαπωνική κοινωνία είναι δομημένη, από την οικογένεια, στον τρόπο κυβέρνησης, στον εργασιακό χώρο και τον τρόπο που λειτουργούν οι ιαπωνικές επιχειρήσεις. Ο κομφουκιανισμός ασκεί επίδραση στην ιαπωνική κοινωνία με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, από την εποχή της φεουδαρχίας μέχρι σήμερα. (Curtis Andressen,2002)

Η διδασκαλία του Κομφούκιου περιλαμβάνει μια σειρά από μαθήματα πρακτικής ηθικής χωρίς ιδιαίτερο θρησκευτικό περίβλημα. Κάποιες από τις αρχές σχετίζονται με:

- τις επιδιώξεις του ατόμου, οι οποίες πρέπει να είναι η ανάπτυξη ικανοτήτων, η εκπαίδευση, η σκληρή δουλειά, η υπομονή και η λιτότητα σχετικά με την κατανάλωση υλικών αγαθών
- τη συμπεριφορά προς τρίτους, η οποία καθορίζεται από το πώς το ίδιο το άτομο επιθυμεί να του φερθούν
- την οικογένεια, στην οποία κάθε άτομο δεν αντιμετωπίζεται σαν ξεχωριστή οντότητα αλλά ως μέλος της. Τα νεότερα μέλη εκπαιδεύονται να ελέγχουν και να περιορίζουν τον εαυτό τους και να υπερβαίνουν τον ατομισμό τους για την επίτευξη αρμονίας στην οικογένεια.
- Τη σταθερότητα της κοινωνίας, η οποία βασίζεται σε άνισες σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων. Αναπτύσσονται πέντε κύριες σχέσεις: άρχοντας-υπόδουλος, πατέρας-γιος, μεγάλος-μικρός αδερφός, άνδρας-γυναίκα, παλιός φίλος-νέος φίλος, οι οποίες βασίζονται στην αμοιβαιότητα και τις συμπληρωματικές υποχρεώσεις (πχ. προστασία, φροντίδα-σεβασμός, υπακοή) . (Παναγιωράκης, Μουρδουκούτας,1999)

1.7 Κοινωνικοί Παράγοντες που οδήγησαν στην ανάπτυξη

Βασικοί κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες που συντέλεσαν στην ανάπτυξη της Ιαπωνίας είναι το εκπαιδευτικό σύστημα, οι αξίες, η οικογένεια, και η κουλτούρα του εργασιακού περιβάλλοντος. Η διαφορά της με τη Δύση έγκειται στο βαθμό δέσμευσης που συνδέει το άτομο με την οικογένεια, το εκπαιδευτικό σύστημα και την εργασία.

Το εκπαιδευτικό σύστημα προωθεί την ομοιογένεια, την οργάνωση, τη θέσπιση και επίτευξη στόχων, την υπευθυνότητα την άρτια εκπαίδευση με στόχο τη δημιουργία μελλοντικών εργαζόμενων σε ιαπωνικές επιχειρήσεις. Η ομοιογένεια που ενθαρρύνει και υπάρχει στο εκπαιδευτικό σύστημα, χρησιμοποιώντας μεθόδους όπως η ίδια

αντιμετώπιση όλων των μαθητών, δημιουργώντας την αίσθηση κοινότητας αλλά και η ομοιογένεια μεταξύ των σχολείων ως προς τον τρόπο λειτουργίας, το πρόγραμμα και τη νοοτροπία, αποτελεί τη βάση της ομοιογένειας της Ιαπωνικής κοινωνίας.

Οι αξίες και ο ρόλος της οικογένειας όπως περιγράφηκαν παραπάνω διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην Ιαπωνική κοινωνία. Οι νεότεροι οφείλουν σεβασμό στα μεγαλύτερα μέλη της οικογένειας και δέχονται από αυτά προστασία. Το άτομο προσδιορίζεται μέσω της οικογένειας και η δράση του καθορίζεται από αυτήν. Σε αυτό συντέλεσε και η επίδραση της θρησκείας και του Κομφουκιανισμού, του οποίου το σύστημα αξιών έχει επηρεάσει το άτομο και στο χώρο εργασίας.

Το ιδιαίτερο ιαπωνικό σύστημα εργασίας που δεσμεύει το άτομο ισόβια στην εργασία του, έχει ως αποτέλεσμα την αφοσίωση του εργαζόμενου στην εργασία του και στην εταιρία που έχει προσληφθεί. Έτσι δημιουργείται από την επιχείρηση στον εργαζόμενο η αίσθηση ότι ανήκει κάπου, δέσμευση, αφοσίωση και τον ενθαρρύνει να λειτουργεί σε κλίμα ομαδικότητας και να είναι παραγωγικός. Ακριβώς επειδή το άτομο δεσμεύεται να εργάζεται μόνιμα στην εταιρία που το προσλαμβάνει, η διαδικασία επιλογής του απαιτεί σχολαστικότερη εξέταση ως προς την εκπαίδευσή του, την ηθική του, την οικογένεια, τις αξίες του και άλλους παράγοντες. Έτσι το εργατικό δυναμικό προκύπτει μετά από προσεκτική επιλογή ώστε να έχει τα προσόντα που είναι απαραίτητα για να είναι παραγωγικό. (Nathan Glazer, 1976)

1.8 Η επίδραση των ξένων χωρών

Η Ιαπωνία γεωγραφικά ενώ παρομοιάζεται συχνά με τα Βρετανικά Νησιά ως προς την απομόνωση σε σχέση με τις γύρω χώρες, εκείνα είναι σχετικά κοντά στην ηπειρωτική Ευρώπη, ενώ η Ιαπωνία είναι εντελώς απομονωμένη και για να βγει από την απομόνωση θα έπρεπε να το θέλει και να το επιδιώξει. Με αυτά τα δεδομένα θα περίμενε κανείς ο ενδημισμός να υπερισχύσει του εξωτισμού. Παρόλα αυτά ένας Ιάπωνας ιστορικός δήλωσε: «Από όλα τα στοιχεία του πολιτισμού μας που φαίνονται ακραιφνώς ιαπωνικά, δεν υπάρχει ούτε ένα που να μην έχει έρθει από έξω». (Fernand Braudel, 1963)

Η Ιαπωνία δεν ήταν πάντα κλειστή και απομονωμένη από τις γειτονικές χώρες. Αντιθέτως πολλά χαρακτηριστικά του Ιαπωνικού πολιτισμού προέρχονται από άλλους

πολιτισμούς παρόλο που δεν έχουν διατηρηθεί αυτούσια, αλλά έχουν τροποποιηθεί και προσαρμοστεί στην κουλτούρα της Ιαπωνικής κοινωνίας. Η πολιτισμική βάση της Ιαπωνίας έχει τις ρίζες της σε επιδράσεις κυρίως από την Κίνα και σε μικρότερο βαθμό από την Κορέα. Οι επιδράσεις αυτές ξεκίνησαν από τον 6^ο αιώνα με τη διάδοση και καλλιέργεια του ρυζιού, την επεξεργασία βαμβακιού και μεταξιού, την αρχιτεκτονική, τη γραφή που βασίζεται σε ιδεογράμματα, την καλλιγραφία, το Βουδισμό, τον Κομφουκιανισμό (από το 15^ο μ.Χ. αιώνα), τη θρησκεία Ζεν (εισάγεται στην Ιαπωνία το 12^ο αιώνα), το Σιντοϊσμό. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Η Ιαπωνία άρχισε να αναπτύσσεται κάτω από το φως της επιρροής του κινεζικού πολιτισμού. Η Κίνα θα δώσει στο αρχιπέλαγος ακόμα και το όνομά του «Χώρα του Ανατέλλοντος Ηλίου», στα κινεζικά Τζέ-πέν, στα Ιαπωνικά Νιπόν, σύμφωνα με τον τρόπο που προφέρουν οι Ιάπωνες τα ίδια ιδεογράμματα. Ο πρώτος σινοϊαπωνικός πολιτισμός αποτελεί τη χρυσή εποχή της αρχαίας Ιαπωνίας. Στο διάστημα αυτό τα πάντα είναι πολιτισμικά δάνεια. (Fernand Braudel, 1963)

Το άνοιγμα στη Δύση έκλεισε το 1637 ως αποτέλεσμα ενός κινήματος Χριστιανών της περιοχής του Nagasaki. Οι χριστιανοί αντιμετώπιζονταν ως η εμπροσθοφυλακή των ευρωπαϊκών δυνάμεων που απέβλεπαν στον αποικισμό της Ιαπωνίας και την καταπάτηση της εθνικής της ανεξαρτησίας. Από το 1639 απαγορεύτηκε στους Ιάπωνες να έχουν επαφή με τους ξένους, επιδιώκοντας την εξασφάλιση της ανεξαρτησίας της χώρας. Στο τέλος του 18^{ου} αιώνα οι Ρώσοι αρχικά προσπάθησαν να καθιερώσουν εμπορικές επαφές με την Ιαπωνία, χωρίς όμως ιδιαίτερη επιτυχία. Ακολούθησαν άλλα ευρωπαϊκά κράτη και στη συνέχεια Αμερικανοί κατά το 19ο αιώνα. Η Ιαπωνία αναγκάστηκε να ανοίξει τα σύνορά της το 1853. Καθοριστική περίοδος για τη χώρα ήταν η περίοδος Μείτζι, κατά την οποία προκειμένου να διασφαλιστεί η ανεξαρτησία από τους Ευρωπαίους και τους Αμερικανούς και να καθιερωθεί η Ιαπωνία ως σεβαστό έθνος στον κόσμο, προσπάθησε να κλείσει το χάσμα με τις δυτικές δυνάμεις οικονομικά και στρατιωτικά και πραγματοποίησε δραστικές μεταρρυθμίσεις σε όλους σχεδόν τους τομείς. Η μεγάλη οικονομική ανάπτυξη της Ιαπωνίας όπως τη γνωρίζουμε σήμερα, συντελέστηκε σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα, δεδομένων των σημαντικών καταστροφών που είχαν συμβεί στη χώρα κατά τη διάρκεια του Β' παγκοσμίου πολέμου, όπως θα αναλυθεί στο επόμενο κεφάλαιο.

1.9 Ο σύγχρονος τρόπος ζωής

Η υπερβολική εκβιομηχάνιση της κοινωνίας, η ερήμωση της υπαίθρου έναντι των πόλεων, η χρήση της τεχνολογίας, η αλλαγή στην ιδεολογία της οικογένειας και ο νέος ατομιστικός τρόπος ζωής οδήγησαν σε αλλαγές από το 1970 ως σήμερα. Αρχικά η οικογένεια έχει μειωθεί αριθμητικά και η σχέση υποτέλειας που υπήρχε στο παραδοσιακό οικογενειακό σύστημα έχει αντικατασταθεί με μία πιο ισότιμη και δημοκρατική. Στη σύγχρονη Ιαπωνία ο μέσος πολίτης καθοδηγείται στις αποφάσεις του και από ατομικά κριτήρια και όχι μόνο συλλογικά όπως στο παρελθόν. Παρά τη βελτίωση του επιπέδου ζωής, οι Ιάπωνες αντιμετωπίζουν κάποια προβλήματα. Κάποια απ' αυτά είναι η απόρριψη των ηλικιωμένων, η γήρανση του πληθυσμού και η έλλειψη στέγης και σύγχρονης δημόσιας υποδομής. Η τεχνολογική πρόοδος και το γεγονός ότι οι νέοι είναι πιο παραγωγικοί και εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, συμβάλλουν στην απομόνωση των ηλικιωμένων. (Kingston Jeff, 2011)

Η Ιαπωνία αποτελεί σήμερα την πλέον ηλικιακά γερασμένη χώρα στον κόσμο. Ο μέσος όρος ζωής αυξήθηκε στα 77 χρόνια, ενώ οι γεννήσεις έχουν μειωθεί σημαντικά. Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι Ιάπωνες που ζουν σε μεγάλα αστικά κέντρα είναι το πρόβλημα στέγης. Η υψηλή αξία κατοικίας στις πόλεις οδηγεί πολλούς να επιλέγουν τα προάστια για να κατοικούν, γεγονός που επιβαρύνει το χρόνο μετάβασης στις εργασίες τους. Η έλλειψη επαρκούς δημόσιας υποδομής δυσχεραίνει το πρόβλημα με κυκλοφοριακά προβλήματα, μόλυνση του αέρα, ηχορρύπανση. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Το ζήτημα της ποιότητας ζωής απασχολεί τα τελευταία χρόνια την Ιαπωνική κοινωνία. Το 1996 ο Gavan McCormack στο *The Emptiness of Japanese Affluence*, έθεσε το ερώτημα εάν οι Ιάπωνες είναι φτωχοί άνθρωποι σε μια πλούσια χώρα. Στη σύγχρονη Ιαπωνία πέρα από την παραγωγικότητα, προτεραιότητα αποτελεί η βελτίωση της ποιότητας ζωής και η ικανοποίηση προσωπικών επιθυμιών και επιδιώξεων. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής ενισχύει την ανάπτυξη υλιστικής καταναλωτικής κοινωνίας. (Curtis Andressen, 2002)

1.10 Η Ιαπωνία μετά το σεισμό του 2011

Λόγω της γεωγραφικής ιδιομορφίας της χώρας, οι σεισμοί είναι συχνό φαινόμενο στην Ιαπωνία με καταστροφικές συνέπειες. Τα τελευταία χρόνια οι ισχυρότεροι που έπληξαν τη χώρα ήταν τον Ιούλιο του 1993, τον Ιανουάριο του 1995, τον Οκτώβριο του 2004 και το Μάρτιο του 2011. Ο ισχυρός σεισμός 9,0 βαθμών Ρίχτερ και το τσουνάμι που έπληξαν τις βορειοανατολικές ακτές της Ιαπωνίας το 2011, προκάλεσαν το θάνατο πολλών ανθρώπων, αλλά και σοβαρές υλικές ζημιές στις επαρχίες Μιγιάγκι, Φουκουσίμα, Τσίμπα, Ιβάτε και Τόκιο. Θεωρείται η μεγαλύτερη καταστροφή που έχει πλήξει τη χώρα τη μεταπολεμική περίοδο. Μετά την έκρηξη στη Φουκουσίμα, η περιοχή σε ακτίνα αρκετών χιλιομέτρων κηρύχθηκε σε κατάσταση ανάγκης, καθώς τα επίπεδα ραδιενέργειας που κατέγραψαν οι μετρήσεις ήταν πολύ πιο πάνω από τα επιτρεπτά όρια. Λόγω του γεγονότος αυτού, σημαντικό πλήγμα έχουν υποστεί οι εξαγωγές, κυρίως αγροτικών προϊόντων που παράγονται στη χώρα.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις το οικονομικό κόστος της ζημιάς στην Ιαπωνία φτάνει στα 4,6 δισεκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, η Ιαπωνία θα χρειαστεί 5 χρόνια για να αποκαταστήσει την οικονομία της μετά τον σεισμό. Κατά την ίδια πηγή, εξαιτίας του σεισμού, υπήρξε πτώση του ΑΕΠ κατά 4%. Στόχος της στρατηγικής ανάπτυξης της χώρας είναι η ανάπτυξη των σχέσεων της με άλλες χώρες. Το άνοιγμα αυτό θα γίνει με μείωση των εμπορικών φραγμών και των περιορισμών που δυσχεραίνουν τις ξένες επενδύσεις, έτσι ώστε η χώρα να είναι προσιτή για νέες επενδύσεις και εμπορικές συμφωνίες που θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη της οικονομίας της. Σημαντική βαρύτητα δίνεται στο εκπαιδευτικό σύστημα που αποτελούσε πάντα σημαντικό τομέα για την Ιαπωνία, καθώς και στην προσέλκυση ικανών εργαζόμενων και ξένων φοιτητών στη χώρα. (OECD Economic surveys, Japan, 2011)

Ο σεισμός και το τσουνάμι που χτύπησαν την Ιαπωνία το Μάρτιο του 2011 ήταν η μεγαλύτερη καταστροφή που χτύπησε τη χώρα μετά το σεισμό Kobe του 1995 και αναμένεται να έχει επιπτώσεις τόσο στον εισερχόμενο όσο και στον εξερχόμενο τουρισμό. Σαν προορισμός αντιμετωπίζεται πλέον με επιφυλακτικότητα και φόβο από τους τουρίστες, ειδικότερα περιοχές που βρίσκονται κοντά στην περιοχή της πυρηνικής καταστροφής. Επίσης επηρεάστηκε και η τουριστική κίνηση των ίδιων των Ιαπώνων, παρόλο που γενικά σαν λαός ενθαρρύνεται και επιδιώκει να ταξιδεύει. Αναμένεται μια πτώση κατά 10% στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας μετά το σεισμό για το 2011,

όπως είχε παρατηρηθεί και παλιότερα στις αναχωρήσεις, σε προηγούμενες αντίστοιχες περιόδους κρίσης. (European Travel Commission, European Tourism 2011, Trends and Prospects,2011)

Το Δεκέμβριο του 2011 η ιαπωνική κυβέρνηση ανακοίνωσε ότι η οικονομία της χώρας ανακάμπτει, παρά τις δυσκολίες που παρουσιάζονται λόγω των συνεπειών του σεισμού. Παρόλα αυτά υπάρχουν σημαντικές επιρροές που δυσκολεύουν την άνοδο της οικονομίας, όπως περιορισμοί στην παροχή ηλεκτρισμού, συνέπειες του πυρηνικού ατυχήματος, επιρροές από τις οικονομίες των γύρω χωρών και η κρίση χρέους της Ευρωζώνης. Ο δείκτης ανεργίας για το Νοέμβρη του 2011 ήταν 4,5%. Το ισχυρό γεν έναντι άλλων νομισμάτων εξακολουθεί να αποτελεί κινητήριο παράγοντα για ταξίδια των Ιαπώνων στις χώρες του εξωτερικού, ενώ αποτελεί αποθαρρυντικό παράγοντα για ταξιδιώτες που θα ήθελαν να επισκεφτούν την Ιαπωνία. Εκτός αυτού, η υψηλή αξία του γεν αποτελεί αρνητικό παράγοντα για την βιομηχανία που βασίζεται κυρίως στις εξαγωγές. (<http://www.tourism.jp/english/statistics/market.php>)

Κεφάλαιο 2° Η πορεία της Ιαπωνίας ως σήμερα

«Θαρρώ δεν υπάρχει χώρα στον κόσμο που να θυμίζει πως θα ήταν η αρχαία Ελλάδα, στις πιο λαμπρές της στιγμές. Όπως στην αρχαία Ελλάδα, όμοια κι εδώ, στην παλιά Ιαπωνία, όση ακόμη ζει, και το παραμικρό που βγαίνει από τα χέρια του ανθρώπου και χρησιμεύει στην καθημερινή ζωή του είναι έργο τέχνης, καμωμένο με αγάπη και χάρη.»

Καζαντζάκης, Ταξιδεύοντας Ιαπωνία-Κίνα

2.1 Η Ιαπωνία πριν από 1600

Η Νεολιθική περίοδος της Ιαπωνίας έχει ονομαστεί και εποχή του Πηλού, λόγω των κεραμικών και των ειδωλίων που χαρακτήρισαν την εποχή. Η περίοδος αυτή χωρίζεται σε δύο υποπεριόδους, την περίοδο Τζόμον και την περίοδο Γιαγιόι. Η περίοδος Τζόμον ξεκινά το 10.000 πΧ και φτάνει ως τον 3° πΧ αιώνα. Οι προϊστορική περίοδος του ιαπωνικού πολιτισμού χωρίζεται στις εξής περιόδους:

- Παλαιολιθική εποχή (Ιαπωνία) 30.000-10.000 πΧ
- Εποχή Τζόμον 10.000 πΧ-3ο πΧ αιώνας
- Εποχή Γιαγιόι 3ος πΧ.αιώνας- 3ος/4ος αιώνας
- Εποχή Κοφούν 3ος/4ος αιώνας-7ος αιώνας

Την παλαιολιθική περίοδο ακολούθησε η περίοδος Jo-mon, η οποία ξεκινάει με την πρώτη εμφάνιση της αγγειοπλαστικής 16.500 έτη πριν. Το Jo-mon διαιρείται σε 6 υποπεριόδους. Λόγω της μακροχρόνιας διάρκειας της περιόδου και της γεωγραφικής ποικιλομορφίας του ιαπωνικού αρχιπελάγους, δεν είναι περίεργο που κατά την περίοδο εκείνη παρατηρείται μεγάλη ποικιλομορφία στον πολιτισμό κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Η εμφάνιση της γεωργίας στην Ιαπωνία, περίπου το 400 π.Χ. χαρακτηρίζει την αρχή της περιόδου Yayoi .Η επόμενη περίοδος Kofun αρχίζει με την κατασκευή μεγάλων αναχωμάτων ενταφιασμών. Η περίοδος Shellmound άρχισε περίπου το 300 πΧ και συνεχίστηκε μέχρι την αρχή της περιόδου Gusuku. Ακολούθησαν οι περίοδοι Satsumon (650-1200) και Ainu (1200-1868).Ο παραδοσιακός ιαπωνικός πολιτισμός βασίστηκε στη γεωργία. Στα κύρια νησιά, η καλλιέργεια εισήχθη στην περίοδο Yayoi. (Tsutsui William,2007)

2.2 Η περίοδος Νάρα (710-784)

Κατά το 710 μ.Χ. η πρώτη μόνιμη ιαπωνική πρωτεύουσα εγκαθίσταται στη Νάρα, μια πόλη που διαμορφώθηκε σύμφωνα με κινεζικά πρότυπα. Η πρώτη πρωτεύουσα χτίζεται μεταξύ 708 και 712. Το σχέδιό της μιμείται την αυτοκρατορική κινέζικη πόλη Chang-an. Η περίοδος του Νάρα μπορεί να θεωρηθεί ως γέφυρα μεταξύ της περιόδου καθιέρωσης του ιαπωνικού κράτους, όπου καθορίζονται τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της ιαπωνικής κοινωνίας, και της κουλτούρας της περιόδου Heian (784-1185), μιας περιόδου ανάπτυξης του ιαπωνικού πολιτισμού. Το σύστημα διακυβέρνησης της χώρας την περίοδο αυτή ήταν ιδιαίτερα συντηρητικό. (Curtis Andersen, 2002)

Στην πρωτεύουσα χτίστηκαν μεγάλα βουδιστικά μοναστήρια, τα οποία απέκτησαν σε σύντομο διάστημα ισχυρή πολιτική επιρροή. Για να προστατευτεί η θέση του αυτοκράτορα και της κυβέρνησης, η πρωτεύουσα μετακινήθηκε προς το Ναγκαόκα το 784 από τον αυτοκράτορα Kammu, και στη συνέχεια στο Χεϊάν (σημερινό Κιότο), που σημαίνει «πρωτεύουσα της αιώνιας ηρεμίας», το 794, όπου έμεινε για πάνω από χίλια χρόνια, μέχρι το 19^ο αιώνα που μετακινήθηκε στο Τόκυο. Η νέα πρωτεύουσα, όπως και η Νάρα, είναι χτισμένη σύμφωνα με κινεζικά πρότυπα.

Το πρόβλημα με τον καθορισμό μιας ημερομηνίας για την αρχή της περιόδου Heian σχετίζεται με την πολυπλοκότητα των πολιτικών προβλημάτων και την κατασκευή της πόλης προς το τέλος του όγδοου αιώνα. Ο αυτοκράτορας Kammu αποτελεί ίσως τον ισχυρότερο αυτοκράτορα στην ιαπωνική ιστορία. Η εγκατάλειψη της πρωτεύουσας Νάρα μετά από μόλις εβδομήντα έτη ήταν μια αντίδραση ενάντια στη βαθιά επιρροή της βουδιστικής ιεροσύνης στην περιοχή, όπως επίσης υπήρξαν και πολιτικοί λόγοι. (Tsutsui William, 2007)

2.3 Η περίοδος Heian (794-1185)

Η περίοδος Heian μπορεί να χαρακτηριστεί ως χρυσός αιώνας στην Ιαπωνική ιστορία. Ενώ η Ευρώπη μόλις έβγαινε από τους σκοτεινούς αιώνες και η Κίνα αντιμετώπιζε αναταραχές λόγω της δυναστικής αλλαγής, ο πολιτισμός της Ιαπωνίας παρουσίαζε άνθιση και αναπτυσσόταν με έναν χαρακτηριστικό ιαπωνικό τρόπο. (Curtis Andersen, 2002)

Η περίοδος Heian αποτελεί την κλασσική περίοδο της Ιαπωνίας, όπου η δικαστική εξουσία ήταν κυρίαρχη και ο αριστοκρατικός πολιτισμός άκμασε. Η περίοδος Heian είναι η μακρύτερη περίοδος της ιαπωνικής ιστορίας, που καλύπτει σχεδόν 400 έτη. Σε αντίθεση με τις περιόδους που ακολούθησαν, όπου σημαντική ήταν η δύναμη των πολεμιστών, κατά την περίοδο αυτή, η εξουσία ασκήθηκε από την πρωτεύουσα Heian, από μια ομάδα αριστοκρατών που ασκούσαν εξουσία υπό την αιγίδα του αυτοκράτορα.

Η ονομασία «Heian», που σημαίνει «ειρήνη» και «ηρεμία», εκφράζει αλλαγές σε πολιτιστικό επίπεδο καθώς επίσης και σε πολιτικό. Ανάπτυξη παρουσίασαν πολλοί τομείς όπως η, λογοτεχνία, η τέχνη, και η Βουδιστική σκέψη. Χαρακτηριστικό της περιόδου είναι η μείωση της κινεζικής επιρροής, η οποία παρόλα αυτά παρέμεινε αισθητή. Πολλές από τις εισαγόμενες ιδέες σταδιακά εθνικοποιήθηκαν. Η περίοδος αρχίζει με μια προσπάθεια ανανέωσης του εισαγόμενου συστήματος διοίκησης που βασίζεται στο κινεζικό γραφειοκρατικό πρότυπο. Την περίοδο Heian η Ιαπωνία χαρακτηρίζεται από μια επιστροφή τις τοπικές παραδόσεις. Καθώς τις προηγούμενες περιόδους η Κινεζική επιρροή ήταν σημαντική όχι μόνο στο γραφειοκρατικό τρόπο διοίκησης αλλά και στη γλώσσα, την τέχνη, την αρχιτεκτονική και τον βουδιστικό και κομφουκιανιστικό τρόπο σκέψης. Έτσι ο πολιτισμός έγινε περισσότερο «Ιαπωνικός» καθώς οι ξένες επιρροές προσαρμόστηκαν στην Ιαπωνική κουλτούρα. (Tsutsui William,2007)

2.3.1 Πρόωρη Heian, 794-887

Η πρώτη περίοδος, πρόωρη περίοδος Heian, καλύπτει περίπου τα πρώτα 100 έτη της περιόδου. Θεωρείται συχνά ως επέκταση της περιόδου του Νάρα, δικαιολογημένα καθώς ο αυτοκράτορας Kammu έζησε στις τρεις πρωτεύουσες: Νάρα, Ναγκαόκα, Heian. (Tsutsui William,2007)

Στην πρόωρη περίοδο Heian στη χώρα κυβερνούσε ο αυτοκράτορας Kanmu για 30 χρόνια, σύμφωνα με τον Κινέζικο συγκεντρωτικό τρόπο διοίκησης. Ο αυτοκράτορας επέβαλλε διάφορα μέτρα σημαντικότερα εκ των οποίων θεωρούνται τα φορολογικά. Οι υψηλοί φόροι οδήγησαν στην εξασθένηση πολλών αγροτών, που αναγκάστηκαν να πουλήσουν τις ιδιοκτησίες τους και να γίνουν μισθωτοί μεγαλύτερων γαιοκτημόνων. Σταδιακά, με το πέρασμα του χρόνου, η πολιτική δύναμη μετατοπίστηκε από την κεντρική κυβέρνηση στους μεγάλους γαιοκτήμονες. (Curtis Andrsersen, 2002)

2.3.2 Η περίοδος 887-967

Η δεύτερη υποπερίοδος της περιόδου Heian είναι μια περίοδος 80 ετών κατά την οποία οι αυτοκράτορες Uda και Daigo ασκούσαν σημαντική δύναμη. Βασική ημερομηνία της περιόδου αποτελεί το έτος 894, κατά το οποίο αποφασίστηκε να σταματήσουν οι αποστολές στην Κίνα που για πολλά χρόνια αποτελούσε πηγή νέων ιδεών, πολιτικής, κοινωνικής και πολιτισμικής ανάπτυξης. Σημαντική για το πολιτικό προσκήνιο αποτελεί η αναπτυσσόμενη δύναμη της οικογένειας Φουτζιβάρα η οποία ασκούσε σημαντική επιρροή στην πολιτική σκηνή της περιόδου.

2.3.3 Η περίοδος 967-1068

Η τρίτη υποπερίοδος των χρόνων Heian είναι η περίοδος περίπου 100 ετών τα οποία αντιπροσώπευαν το αποκορύφωμα της δύναμης Fujiwara. Η κλασική περίοδος Heian τερματίστηκε, για πολλούς λόγους, όπως η μακροχρόνια διαμάχη για εξουσία μεταξύ της κεντρικής κυβέρνησης και της περιφέρειας. Σταδιακά η δύναμη της κεντρικής κυβέρνησης άρχισε να εξασθενίζει. Ένας δεύτερος λόγος είχε σχέση με τη γη και την καλλιέργειά της, που αποτελούσε βασική μονάδα πλούτου και επομένως και δύναμης. Άλλη πηγή δύναμης ήταν ο βουδισμός, ο οποίος συνέχισε να ακμάζει κατά τη διάρκεια της περιόδου Heian, και συνδέθηκε περισσότερο με το Shinto, που αποτελούσε την Ιαπωνική θρησκεία. (Curtis Andersen, 2002)

2.3.4 Το Insei, 1068-1185

Τα τελευταία 120 έτη της περιόδου Heian αναφέρονται ως insei, και χαρακτηρίζονται από το πέρασμα της δύναμης στα χέρια τριών διαδοχικών αυτοκρατόρων. Ξεκίνησε με τον αυτοκράτορα Go-Sanjo, το 1068, που από την μητέρα του προερχόταν από την οικογένεια Fujiwara. Ένα άλλο κύριο χαρακτηριστικό της εποχής ήταν η αύξηση της δύναμης των πολεμιστών στην ειρηνική πρωτεύουσα Heian. Οι Σαμουράι ήταν στην υπηρεσία υψηλότερων αυλικών, και ήταν πολεμιστές που παρείχαν στρατιωτική προστασία στο κράτος. Δύο μεγάλες ομάδες πολεμιστών Taira και Minamoto, είχαν μεγάλη πολιτική επιρροή, πρώτιστα ασκώντας εξουσία στην περιφέρεια και

παρέχοντας στρατιωτική υποστήριξη στην υψηλότερη αριστοκρατία. (Tsutsui William,2007)

Στις αστικές περιοχές, ειδικά στην πρωτεύουσα, οι φρουρές που υπηρετούσαν ως προστάτες των αριστοκρατικών οικογενειών αλλά και ως αστυνομία, εξελίσσονταν σε πολεμιστές. Τοπικοί ηγέτες, αριστοκράτες και ιερείς έπρεπε να προστατεύσουν τα κτήματά τους από τους ληστές και κάποιες φορές από την κεντρική κυβέρνηση, έτσι και σε αυτές τις περιπτώσεις προέκυψαν πολεμιστές για να παρέχουν αυτές τις υπηρεσίες.

Μερικές οικογένειες που εστίασαν ιδιαίτερα στην ανάπτυξη της στρατιωτικής δύναμης τους, με τον καιρό αποτέλεσαν ισχυρές περιφερειακές δυνάμεις. Αυτές οι ομάδες σταδιακά διαμόρφωσαν τη βάση της πρόωρης μορφής των samurai. Κάποιοι από αυτούς προέρχονταν από αριστοκρατικές οικογένειες. Δύο από τις μεγαλύτερες οικογένειες πολεμιστών της εποχής ήταν οι Taira και οι Minamoto. Η αποδυναμωμένη κεντρική κυβέρνηση εξαρτήθηκε από τη στρατιωτική δύναμη αυτών των οικογενειών.

Οι δύο αυτές οικογένειες διεξήγαγαν πόλεμο μεταξύ τους με απώτερο σκοπό την υπεροχή και τον πολιτικό και οικονομικό έλεγχο της χώρας. Ο πόλεμος αυτός που είναι γνωστός ως πόλεμος Γκεμπέι, διήρκεσε από το 1180 ως το 1185. Η οικογένεια Μιναμότο έβαλε τέλος στην υπεροχή της Τάιρα και ο Μιναμότο Γιοριτόμο έγινε ο ουσιαστικός και αδιαφιλονίκητος ηγέτης. Η ήττα της Taira στη μάχη Dannoura στον τρίτο μήνα του 1185 αποτέλεσε το τέλος όχι μόνο της επιρροής της οικογένειας Taira, αλλά και της περιόδου Heian. (Curtis Andersen, 2002)

2.4 Η Μεσαιωνική Ιαπωνία

Ως Μεσαίωνας ορίζεται το χρονικό διάστημα από το 12^ο ως το 16^ο αιώνα, το οποίο καλύπτει μια περίοδο περίπου 400 ετών. Το διάστημα αυτό περιλαμβάνει υποπεριόδους που βασίζονται στις πολιτικές αλλαγές, και είναι οι Kamakura (ονομασία που προέρχεται από μια πόλη) και η Muromachi ή Ashikaga (προέρχεται από πόλη και μια οικογένεια). Τη δεκαετία του 1180 η παραδοσιακή αριστοκρατική ολιγαρχία έχασε τη δυνατότητα να ελέγχει την τάξη των πολεμιστών. (Tsutsui William,2007)

2.4.1 Kamakura bakufu (1185–1333)

Υπάρχουν διάφορες πτυχές στον τρόπο με τον οποίο η κυβέρνηση ήταν δομημένη αυτήν την περίοδο. Από τη μία πλευρά γίνεται χρήση παλαιότερων πρακτικών, σύμφωνα με τις οποίες η αυτοκρατορική οικογένεια διατηρείται άθικτη ως σύμβολο απόλυτης εξουσίας, ενώ από την άλλη η πραγματική εξουσία ασκείται στο παρασκήνιο. Η κυβέρνηση του αυτοκράτορα Yoritomo ήταν γνωστή ως bakufu, και είχε στρατιωτική προέλευση. Δεν έδρευε στο Κιότο, που παρέμεινε η επίσημη πρωτεύουσα, αλλά στη μικρή πόλη Kamakura, κοντά στο Τόκιο. (Curtis Andersen, 2002)

Το bakufu Kamakura ιδρύθηκε από έναν πολεμιστή. Ακόλουθοι και υποστηρικτές της ομάδας αυτής ήταν η τάξη των πολεμιστών της ανατολικής Ιαπωνίας. Η κύρια διοικητική της δραστηριότητά περιλάμβανε την εποπτεία των ακολούθων σχετικά με το καθήκον φρουράς, την επιβεβαίωση των δικαιωμάτων που είχαν στη γη, και την παροχή των νομικών μηχανισμών με τους οποίους οι πολεμιστές να μπορούν να υπερασπίσουν τα συμφέροντά τους. Το bakufu ήταν επανδρωμένο από τους επαγγελματίες και αστούς γραφειοκράτες. (Huffman James, 2010)

Ο Yoritomo συνέχισε να χρησιμοποιεί τον ίδιο τρόπο διοίκησης και διατηρούσε τις σχέσεις του με τους υποτελείς του, για να συντηρήσει την εξουσία του και την ειρήνη στην επαρχία. Οι υποτελείς ήταν γνωστοί όπως *gokenin* και οι πολεμιστές που τους υπηρετούσαν ονομάζονταν *saburahi* που σημαίνει «αυτοί που υπηρετούν» και εξελίχθηκε στο γνωστό όρο *samurai*. Το κύριο καθήκον των *saburahi* ήταν να υπηρετούν τους αριστοκράτες, μειώνοντας έτσι τη δύναμη του αυτοκράτορα που έγινε απλά ένα σύμβολο χωρίς πραγματική δύναμη. Ο κώδικας της συμπεριφοράς που ήταν αναπτυγμένος μεταξύ των *samurai* ήταν γνωστός ως *bushido* που σημαίνει «ο δρόμος του πολεμιστή», και περιλάμβανε στοιχεία του Κομφουκιανισμού, του Βουδισμού και του Shinto. Η μεγάλη σημασία του Βουδισμού απεικονίζεται στη δημιουργία ενός τεράστιου αγάλματος του Βούδα από χαλκό στην Kamakura το 1252. Η περίοδος Kamakura αποτέλεσε την αρχή διάφορων νέων βουδιστικών ομάδων, όπως ο βουδισμός Zen που ασκήθηκε πρώτα από τους Σαμουράι, στον οποίο δίνεται σημασία στην πειθαρχία και την αυστηρότητα, που αποτελούν βάση του κώδικα των πολεμιστών. (Curtis Andersen, 2002)

2.4.2 Η περίοδος Muromachi (1336–1467)

Το bakufu Muromachi υπό την εξουσία της οικογένεια Ashikaga έδρευε στην πρωτεύουσα προκειμένου να μπορεί να ελέγχει την αυτοκρατορική οικογένεια και την πολιτική νομιμότητα. Ως προς τη γραφειοκρατία το bakufu Muromachi έμοιαζε με το bakufu Kamakura. Καθιέρωσε μια λειτουργική διοίκηση, με εξουσία σε δικαστικά και άλλα γραφειοκρατικά θέματα. Πολιτικά, το bakufu Muromachi διέφερε ελαφρώς από το bakufu Kamakura, στο γεγονός ότι χρησιμοποίησε διάφορες οικογένειες σε σημαντικές θέσεις. (Tsutsui William,2007)

Δύο ήταν οι θρησκευτικές παραδόσεις στη μεσαιωνική Ιαπωνία. Η πρώτη ήταν η ψυχολατρευτική πίστη Shinto («ο δρόμος των Θεών») και η δεύτερη ήταν η Βουδιστική παράδοση που εισήχθη αρχικά στην Ιαπωνία μέσω της κορεατικής χερσονήσου τον 6^ο αιώνα . Επιρροή του Βουδισμού στον ιαπωνικό πολιτισμό παρουσιάστηκε και από την Κίνα τον 9^ο αιώνα μέσω των εσωτερικών σχολείων και τους 13^ο και 14^ο αιώνα μέσω του Zen. (Tsutsui William,2007)

Ο Βουδισμός αποτέλεσε ένα στοιχείο της δομής της ιαπωνικής θρησκείας. Ο Σιντοϊσμός(Shinto) και ο Βουδισμός συνυπάρχουν χωρίς προβλήματα και τα δύο δόγματα αλληλοσυμπληρώνονται καθώς καθένα επικεντρώνεται σε διαφορετικές πτυχές της ζωής του ανθρώπου. Ο Βουδισμός σχετίζεται πρώτιστα με την ηθική συμπεριφορά, μέσω κανόνων που οδηγούν στη φώτιση, και με το θάνατο. Το Shinto, με τις θεότητές του, επικεντρώνεται σε καθημερινά θέματα. Αποτελεί ψυχολατρευτική θρησκεία, υποστηρίζοντας ότι όλα τα φυσικά αντικείμενα έχουν πνευματική υπόσταση και δεν περιλαμβάνει ή υπονοεί κανένα ουσιαστικό ηθικό κώδικα. Δίνει μεγάλη σημασία στη φύση, τις φυσικές καταστροφές και τους εποχικούς κύκλους. (Curtis Andersen, 2002)

2.4.3 Η περίοδος Sengoku (1467-1568)

Η περίοδος Sengoku χαρακτηρίζεται από τις προσπάθειες για δύναμη ανάμεσα στις φεουδαρχικές οικογένειες. Υπήρξε σημαντική ανάπτυξη της οικονομίας παρά τις δυσκολίες της εποχής. Επειδή η επιβίωση εξαρτήθηκε από τη στρατιωτική δύναμη, υπήρχε κίνητρο για να προωθηθεί η οικονομική επέκταση. Νέοι τύποι ρυζιών, αύξηση

της καλλιέργειας και βελτιώσεις στις γεωργικές τεχνικές οδήγησαν σε υψηλότερη παραγωγή. Μεγαλύτερες εκτάσεις γης ήταν καλλιεργημένες σε σχέση με προηγούμενες περιόδους. Έτσι αναπτύχθηκε η οικονομία, το εσωτερικό εμπόριο, αλλά και το εμπόριο με την Κίνα και την Κορέα. Η Ιαπωνία εξήγαγε ξίφη και χαλκό και δημιουργήθηκαν κάποιες βιομηχανίες. (Curtis Andersen, 2002)

2.4.4 Περίοδος Momoyama (1573–1603)

Οι τρεις σημαντικοί ηγέτες της περιόδου ήταν οι Oda Nobunaga (1534-82) , Toyotomi Hideyoshi (1536-98) και Tokugawa Ieyasu (1542-1616), οι οποίοι έφεραν διαφορετικά χαρακτηριστικά στην ηγεσία τους, οδήγησαν στην ενοποίηση της Ιαπωνίας κάτω από ισχυρή φεουδαρχική ηγεσία.

Η ηγεσία Nobunaga έκανε το πρώτο βήμα προς την ενοποίηση της Ιαπωνίας. Έγιναν διοικητικές αλλαγές, διευκολύνθηκε το εμπόριο μέσω της κατάργησης τελωνειακών δασμών και δημιουργήθηκαν περισσότεροι δρόμοι.

Ο Hideyoshi ήταν γνωστός ως λαμπρός ηγέτης, ικανός να κερδίσει οπαδούς και να δημιουργεί συμμαχίες. Δημιούργησε διάφορες συμμαχίες που χρησιμοποιήθηκαν και αργότερα από τον Tokugawa Ieyasu, για να παγιώσει τη δύναμή του. Ένα από τα μέτρα που έλαβε ήταν να δημευθούν τα όπλα έτσι ώστε μόνο οι samurai να έχουν πρόσβαση σε αυτά. Αυτή η κίνηση ουσιαστικά έγινε για να μειωθούν οι εξεγέρσεις των αγροτών. Έκανε επίσης την κοινωνική κινητικότητα δύσκολη καθώς ήταν ευκολότερο να ελέγξει τους ανθρώπους, οι οποίοι δεν θα μπορούσαν να αλλάξουν κοινωνικές τάξεις. Από το 1591 ο Hideyoshi είχε όλη την φεουδαρχική Ιαπωνία κάτω από τον έλεγχό του.

Ένα πρόβλημα που είχε να αντιμετωπίσει ο Hideyoshi ήταν η αυξανόμενη δημοτικότητα του Χριστιανισμού, ο οποίος έφθασε στην Ιαπωνία το 1549. Η αρχική στάση του Hideyoshi ήταν να ακολουθηθεί την πολιτική του Nobunaga, δηλαδή να δεχτεί το χριστιανισμό, αποβλέποντας σε μια αύξηση του εμπορίου, αλλά ήταν ανησυχητική η δύναμη που μπορεί να είχε μια θρησκεία που δεν συνδεόταν με την ιαπωνική παράδοση και ως εκ τούτου ήταν απειλητική για την εξουσία του. Ο χριστιανισμός ήταν επίσης η θρησκεία των τεχνολογικά προηγμένων ξένων χωρών, και

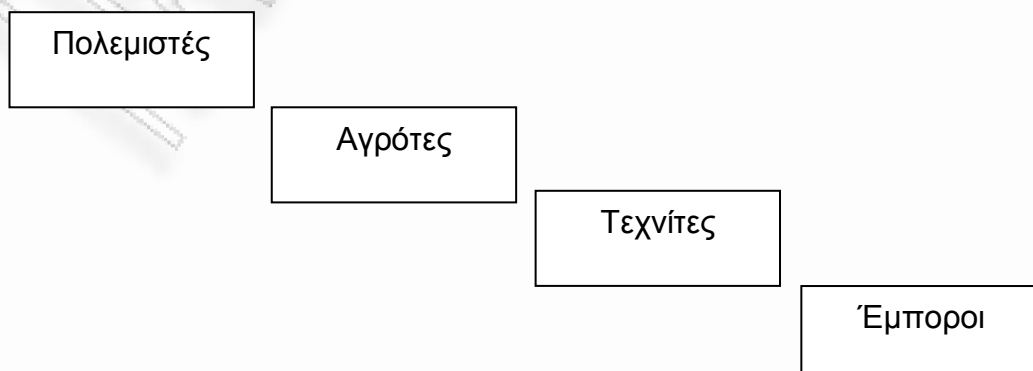
υπήρχε η ανησυχία του προσηλυτισμού, της αποικιοποίησης της Ιαπωνίας από τις ευρωπαϊκές δυνάμεις και της καταπάτησης της εθνικής ανεξαρτησίας. (Curtis Andriksen, 2002)

2.5 Η περίοδος Tokugawa (1603–1868)-Περίοδος Edo

Ο Ieyasu Tokugawa προερχόταν από την οικογένεια Minamoto και ήταν απόγονος του ιδρυτή του Kamakura bakufu. Η αρχή της ηγεσίας Tokugawa ήταν να διατηρεί την εξουσία και τον έλεγχο. Η πολιτική που χρησιμοποιήθηκε βασίστηκε στο φόβο προς τους αριστοκράτες των επαρχιών, τους απείθαρχους αγρότες, την οργανωμένη θρησκεία, τις ξένες επιρροές. Η Ιαπωνία είχε τα χαρακτηριστικά ενός κράτους αστυνομευόμενου, που ξεκίνησε από τον Ieyasu και συνεχίστηκε και μετά το θάνατό του το 1616, από τους διαδόχους του. Ο φόβος οδήγησε την ηγεσία Tokugawa σε μεταρρυθμίσεις. Τα ταξίδια περιορίστηκαν καθώς χρειαζόνταν να εξασφαλιστούν οι άδειες, και τους δρόμους υπήρχαν πολυάριθμα σημεία ελέγχου. Ο τρόπος ζωής ήταν καθορισμένος ακόμα και σε ότι αφορά την ενδυμασία, τη διατροφή, την κατοικία. Περιορισμοί υπήρχαν ακόμα και στο μέγεθος των πλοίων που κατασκευάζονταν. Ένα σύστημα απαγόρευσης της κυκλοφορίας τέθηκε σε ισχύ. Οι περισσότερες γέφυρες καταστράφηκαν έτσι ώστε η κυκλοφορία και οι μετακινήσεις να μπορεί να ελεγχθούν. (Curtis Andriksen, 2002)

Η κοινωνική κινητικότητα ήταν ιδιαίτερα περιορισμένη καθώς υπήρχε κοινωνικός έλεγχος. Ο πληθυσμός κατηγοριοποιήθηκε σε μια αυστηρά κληρονομική κοινωνική δομή που αποτελείται από τέσσερις τάξεις: τους σαμουράι, τους αγρότες, τους τεχνίτες και τους εμπόρους. Η μετακίνηση από μια κατηγορία σε μια άλλη ήταν περιορισμένη. (Παναγιυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Κοινωνική δομή της Ιαπωνίας



Κατά την περίοδο Τοκουγκάβα, η σημαντικότερη φιλοσοφία στη χώρα ήταν ο Νεοκομφουκιανισμός, που τόνιζε τη σημασία των ηθών και της εκπαίδευσης, όπως επίσης και την ιεραρχική διαστρωμάτωση της κοινωνίας και της κυβέρνησης. Όπως ορίζεται στην ιεραρχική δομή της κοινωνίας, στην κορυφή βρίσκονται οι σαμουράι, οι οποίοι ακολουθούνται από τους αγρότες, τους τεχνίτες και τους εμπόρους. Δεν ήταν επιτρεπτό τα μέλη αυτών των τάξεων να αλλάξουν την κοινωνική τους θέση.

Ο φόβος της ηγεσίας Tokugawa οδήγησε στον αποκλεισμό της Ιαπωνίας από τον εξωτερικό κόσμο (sakoku, ή εθνική απομόνωση) Ένας δεύτερος λόγος για το κλείσιμο της Ιαπωνίας ήταν το γεγονός ότι οι Χριστιανοί, ειδικά ιερείς από την Ισπανία και την Πορτογαλία, υπονόμειαν την υπάρχουσα εξουσία και ίσως αποτελούσαν μέσο για έλεγχο των αποικιών της Ιαπωνίας από τους ξένους. Ο έλεγχος της χώρας μπορούσε να επιτευχθεί μόνο με απομόνωση. Άτομα ξένων χωρών διώχθηκαν από την Ιαπωνία και απαγορεύτηκε κάθε κίνηση από και προς τη χώρα. Ο κομφουκιανισμός, ειδικά ο νεο-κομφουκιανισμός, αποτέλεσε πολύ ισχυρή ιδεολογία για το Ιαπωνικό κράτος και έτσι προέκυψε μια μεγάλη αίσθηση της εθνικής ταυτότητας. (Curtis Andersen, 2002)

Ο κομφουκιανισμός ήταν γνωστός στην Ιαπωνία περίπου για διάστημα χιλίων ετών πριν την περίοδο Edo, αλλά όχι με τον τρόπο που είχε διαδοθεί κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Ο κομφουκιανισμός στην Ιαπωνία προσδιορίστηκε από το yin-yang και τα πέντε στοιχεία, σύμφωνα με την κοσμολογία που προέκυψε στην Κίνα αιώνες νωρίτερα. Η νοοτροπία της περιόδου χαρακτηρίζεται από ισχυρό συντηρητισμό και προσκόλληση στην παράδοση. Από τα τέλη του 16^{ου} αιώνα παρατηρείται να κυριαρχεί ένα φεουδαρχικό σύστημα γνωστό ως Shogoun με επικεφαλής των φεουδαρχικών περιοχών τον Daimyo, ο οποίος επιβάλλει την κυριαρχία του στη χώρα παραγκωνίζοντας τον αυτοκράτορα και κυβερνώντας από την πόλη Edo (Τόκυο). (Tsutsui William, 2007)

Στην κοινωνική δομή, οι έμποροι βρίσκονταν στην κατώτερη βαθμίδα, καθώς το επάγγελμά τους θεωρούνταν μη παραγωγικό. Παρά το μικρό κοινωνικό τους κύρος κατάφεραν να δημιουργήσουν ισχυρούς δεσμούς με τις φεουδαρχικές αρχές και ένα εμπορικό σύστημα. Για την προστασία των συμφερόντων τους ανέπτυξαν συνεργασίες μεταξύ τους. Έτσι άρχισαν να ρυθμίζουν τις τιμές και να δημιουργούν μονοπωλιακές συνθήκες. Η αύξηση του εμπορίου οδήγησε στη δημιουργία κάποιων μεγαλεμπόρων, οι οποίοι ανέπτυξαν μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις. Οι οίκοι αυτοί ήταν οργανωμένοι σύμφωνα με το κομφουκιανικό οικογενειακό σύστημα. Οι μεγαλέμποροι αυτοί θα γίνουν ιδρυτές των επιχειρησιακών ομίλων (Ζαϊμπάτσου), που θα κυριαρχήσουν στη

βιομηχανική σκηνή της χώρας ως το 1945. Σημαντικότερες ήταν οι οικογένειες Mitsui και Sumitomo. Η θέση των εμπόρων είχε ενισχυθεί ελέγχοντας το χρηματοοικονομικό σύστημα, ενώ το καθεστώς Togugawa είχε αγροτικό προσανατολισμό και βασιζόταν στις αρχές του κομφουκιανισμού. Η τάξη των πολεμιστών και των αγροτών, με την πάροδο του χρόνου, γίνεται εξαρτημένη από τους εμπόρους. Η τάξη των εμπόρων μέχρι το τέλος της περιόδου, είχε καταφέρει να ελέγχει το σύστημα διανομής της χώρας και τα εμπορικά κέντρα που είχαν δημιουργηθεί σε πολλές πόλεις όπως την Οσάκα και το Έντο (Τόκυο). (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Κάποιες οικογένειες πολεμιστών (samurai) έγιναν έμποροι. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η οικογένεια που βρίσκεται πίσω από την Mitsubishi. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η οικονομία αυτή την περίοδο άλλαξε με θεμελιώδεις τρόπους, παρά την έλλειψη του εξωτερικού εμπορίου από το τέλος του 17^{ου} αιώνα. Οι μεγάλες πόλεις αποτέλεσαν σημαντικές περιοχές παραγωγής και εμπορικής δραστηριότητας. Η εξωτερική πίεση γινόταν συνεχώς μεγαλύτερη προς το τέλος του 18^{ου} αιώνα, καθώς αρχικά οι Ρώσοι προσπάθησαν να καθιερώσουν εμπορικές επαφές με την Ιαπωνία, χωρίς όμως ιδιαίτερη επιτυχία. Μετά την προσπάθεια των Ρώσων ακολούθησαν οι Βρετανοί και άλλες Ευρωπαϊκές χώρες και στη συνέχεια οι Αμερικανοί το 19^ο αιώνα. Μια μοίρα πολεμικών πλοίων του αμερικανικού ναυτικού με επικεφαλής το ναύαρχο Μάθιου Πέρρυ έφτασε στην Uraga το 1853. Δεν ήταν το πρώτο αμερικάνικο πλοίο που έφτανε στην Ιαπωνία, αλλά η επίσκεψή του συνέπεσε με τα εσωτερικά προβλήματα της χώρας.

Η Ιαπωνία αναγκάστηκε να ανοίξει ένα μικρό αριθμό λιμένων για το διεθνές εμπόριο. Παρόλα αυτά το εξωτερικό εμπόριο ήταν περιορισμένο και παρέμεινε έτσι μέχρι την παλινόρθωση Μείτζι το 1868. Η χώρα αναγκάστηκε να δεχτεί αλλαγές και ξένες επιρροές στο κοινωνικό και εμπορικό της σύστημα. Πιθανή αποικιοποίησή της από τις δυτικές δυνάμεις, δημιουργεί αναστάτωση στο εσωτερικό της. Η άφιξη του αμερικανικού ναυτικού οδήγησε στην ανατροπή του παλιού καθεστώτος και την ανασυγκρότησή του, την περίοδο που ακολούθησε, γνωστή ως περίοδος Μείτζι. (Tsutsui William,2007)

2.6 Η περίοδος Meiji (1868–1912)

Αναγκασμένη να ανοίξει τα σύνορά της από τις ξένες δυνάμεις, η χώρα ήταν στρατιωτικά αδύναμη. Ιαπωνία είχε σε μικρό βαθμό βιομηχανία, φτωχή αμυντική ικανότητα και στη φεουδαρχία ένα ξεπερασμένο σύστημα της κοινωνικής οργάνωσης. Ο άμεσος στόχος ήταν να καταστεί η Ιαπωνία ισχυρή, έτσι ώστε να μπορεί να αντισταθεί στην ξένη πίεση.

Τον Ιούνιο του 1868 μια νέα κυβέρνηση καθιερώθηκε και βασίστηκε στο αμερικανικό πρότυπο, με διαχωρισμό των εξουσιών για την ικανοποίηση εκείνων που απαιτούσαν δημοκρατική μεταρρύθμιση. Τον αυτοκράτορα συμβούλευε και βοηθούσε το Συμβούλιο του κράτους (Dajo kan). Η γραφειοκρατία επανδρώθηκε στα ανώτερα επίπεδα από τον *daimyo* και τα μέλη της αυτοκρατορικής οικογένειας, αλλά πολλές θέσεις καλύφθηκαν από τους νέους *samurai* που φαίνεται να είχαν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της νέας Ιαπωνίας. Η αλλαγή φαίνεται επίσης στη μετακίνηση του αυτοκράτορα και της αυτοκρατορικής κατοικίας στο Edo. Η πόλη μετονομάστηκε σε Τόκιο («Ανατολική πρωτεύουσα»).

Ένα από τα πρώτα θέματα που απασχόλησαν εκείνο το διάστημα ήταν η ιδιοκτησία της γης. Οι σημαντικότερες οικογένειες παραχώρησαν εθελοντικά τη γη τους στον αυτοκράτορα, μια κίνηση που ακολουθήθηκε και από άλλες και δείχνει την αποδοχή του τέλους της φεουδαρχίας. Οι *samurai* χρειάστηκε να παραιτηθούν από τα ιδιαίτερα δικαιώματα που είχαν, για όφελος του γενικότερου καλού της χώρας. Τα σχεδόν δύο εκατομμύρια *samurai* έπρεπε να βρουν εργασία. Μερικοί συνέχισαν στη γραφειοκρατία όπου είχαν μακροπρόθεσμη παρουσία, ενώ άλλοι έγιναν επιχειρηματίες, βλέποντας σημαντική επιτυχία από την εφαρμογή της πολεμικής ηθικής που είχαν στον επιχειρησιακό κόσμο. Άλλοι έγιναν δάσκαλοι, δημοσιογράφοι και αγρότες, ή εργάστηκαν στην αστυνομική δύναμη ή στο νέο στρατό. Παρόλα αυτά υπήρχαν και άλλοι που δυσκολεύτηκαν να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και έχασαν την κοινωνική τους θέση. (Curtis Andersen, 2002)

Οι μεταρρυθμιστές σύντομα κατάλαβαν ότι για να γίνει γρήγορη βιομηχανοποίηση της χώρας χρειαζόνταν βοήθεια από τις Δυτικές χώρες. Για το λόγο αυτό, έστειλαν νέους Ιάπωνες στο εξωτερικό, σε αναπτυσσόμενες χώρες της Δύσης. Συγκεκριμένα επιλέχθηκε η Ιταλία για τις καλές τέχνες, η Γερμανία για την ιατρική και τις στρατιωτικές επιστήμες,

η Μ. Βρετανία για τη ναυπηγική, οι ΗΠΑ για τις διοικητικές επιστήμες και η Γαλλία για το δίκαιο. Η πολιτική ανανέωση οδήγησε σε οικονομική πρόοδο, ανάπτυξη της εθνικής αγοράς και ενθάρρυνση των εμπορικών δραστηριοτήτων.

Στην Ιαπωνία ήδη έχει αναπτυχθεί το πρόγραμμα του Αμερικανού οικονομολόγου Roston που έθεσε τις προϋποθέσεις για τη βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας. Αυτές ήταν:

- Ο μορφωμένος πληθυσμός (23% των ανδρών και 10% των γυναικών γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση το 1868)
- Μια αναδυόμενη ομάδα επιχειρηματιών, όπως η οικογένεια Mitsui και οι σαμουράι που ανέπτυσαν εμπορική δραστηριότητα
- Ο κλάδος υφαντουργίας και τροφίμων που από το βιοτεχνικό στάδιο έχει περάσει στο βιομηχανικό.
- Η εντατική αγροτική εκμετάλλευση
- Η ισχυρή οικονομία που βασίζεται στην εξόρυξη ασημιού και χαλκού
- Η άνοδος της εσωτερικής αγοράς

Η χώρα περνά σε οργανωμένο άνοιγμα προς το εξωτερικό, κυρίως την Ευρώπη, σύμφωνα με το εθνικό συμφέρον. Για τη μεταφορά της απαραίτητης τεχνογνωσίας υιοθετήθηκαν οι εξής τακτικές:

- Την επιλογή των καλύτερων ξένων ειδικών σε κάθε τομέα
- Τη μείωση της τεχνολογικής εξάρτησης βελτιώνοντας τις εισαγόμενες τεχνικές
- Την εκπαίδευση των Ιαπώνων τεχνικών και μηχανικών ώστε να αποκτήσουν τα επιθυμητά συγκριτικά πλεονεκτήματα.
- Ο τεχνολογικός και οικονομικός εκσυγχρονισμός ήταν πολύ γρήγορος και συνοδεύτηκε από κοινωνικό και πολιτικό εκσυγχρονισμό.

Όλα τα παραπάνω είχαν ως στόχο την πραγματοποίηση του κοινού οράματος για μια ισχυρή βιομηχανικά και στρατιωτικά Ιαπωνία, η οποία να βασίζεται στα πολιτισμικά της θεμέλια. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Σημαντικό ρόλο στην αλλαγή διαδραματίζει η εκπαίδευση γι' αυτό και αποτέλεσε κύριο μέλημα των μεταρρυθμιστών. Η εκπαίδευση ήταν απαραίτητη προϋπόθεση για την αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας. Το 1871 ιδρύθηκε ένα νέο Υπουργείο Παιδείας, και το 1872 η εκπαίδευση έγινε υποχρεωτική. Στην αρχή ήταν διαρκείας μόνο δέκα έξι μηνών αλλά μέχρι το 1907 έγινε εξαετής. Το εκπαιδευτικό σύστημα βασίστηκε αρχικά στα Γαλλικά πρότυπα και στη συνέχεια σε αμερικανικές πρακτικές. Αργότερα προστέθηκαν οι γερμανικές ιδέες που υπογραμμίζουν το καθήκον στο κράτος. Όλες

αυτές οι επιρροές στο εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας προσαρμόστηκαν στην Ιαπωνική υπάρχουσα κουλτούρα και στις αρχές του κομφουκιανισμού.

Τα πρώτα χρόνια της μεταρρύθμισης η Δυτική επιρροή ήταν εμφανής στις τέχνες, τη μουσική και τη λογοτεχνία. Ξένα λογοτεχνικά έργα έγιναν διαδεδομένα στην Ιαπωνία, όπως εκείνα του Ιουλίου Βερν. Έργα αγγλικής λογοτεχνίας μεταφράστηκαν στην ιαπωνική γλώσσα. Τη διάδοση των ξένων λογοτεχνικών έργων ακολούθησε και η εκμάθηση ξένων γλωσσών και η μελέτη ξένων πολιτισμών. Οι τέχνες αυτήν την περίοδο φαίνεται να δίνουν έμφαση στον πατριωτισμό και τις ιαπωνικές αξίες.

Ο δυτικός τρόπος ζωής επηρέασε αρκετά τους Ιάπωνες, οι οποίοι άρχισαν να προσαρμόζουν τον τρόπο ζωής, την ενδυμασία και τη συμπεριφορά τους στις νέες απαιτήσεις της εποχής. Η παραδοσιακή οικογένεια αποτελεί θεμέλιο της Ιαπωνικής κοινωνίας και σε συνδυασμό με την εκπαίδευση, ενθαρρύνει τον πατριωτισμό.

Ο εκσυγχρονισμός δεν σήμαινε απαραίτητα αποκοπή από το παρελθόν. Στόχος ήταν ο εκσυγχρονισμός σε συνδυασμό με τη διατήρηση της κουλτούρας της «παλιάς Ιαπωνίας», δηλαδή «ιαπωνικό πνεύμα, δυτική εκπαίδευση», μια στάση που κάνει εμφανή την επιδίωξη να διατηρηθούν τα θεμελιώδη πολιτιστικά χαρακτηριστικά όπως το καθήκον, η υπακοή, η πίστη και η πειθαρχία. (Huffman James, 2010)

Σημαντική πολιτική εξέλιξη της περιόδου αποτελεί το Σύνταγμα Meiji 1889, το οποίο καθιέρωσε την πρώτη αντιπροσωπευτική κυβέρνηση στην Ασία. Το γεγονός αυτό αποτελεί σημαντική αλλαγή στην ιαπωνική ιστορία, καθώς αποτελεί την αρχή της απομάκρυνσης από τον απολυταρχισμό. Από το 1885 το Αυτοκρατορικό Συμβούλιο αντικαθίσταται από ένα δυτικού τύπου Κοινοβούλιο, ενώ σύμφωνα με το Σύνταγμα η εξουσία παραμένει στον Αυτοκράτορα. Στο σύνταγμα περιλαμβάνονται στοιχεία και της παλαιάς Ιαπωνίας και της νέας, εκφράζοντας την παράδοση σε συνδυασμό με την αλλαγή. (Curtis Andriksen, 2002)

Οι μεταρρυθμίσεις που εφαρμόστηκαν εστίασαν ειδικότερα στην εκβιομηχάνιση δεδομένου ότι αυτό ήταν το κλειδί για μια ισχυρή χώρα. Από το 1870 ιδρύθηκε Υπουργείο βιομηχανίας και συχνά η κυβέρνηση ενθάρρυνε και προέβαινε σε ίδρυση νέων επιχειρήσεων, όταν ο ιδιωτικός τομέας ήταν απρόθυμος να κάνει επενδύσεις. Δημιουργήθηκαν βιομηχανίες μεταξιού, τσιμέντου, υαλουργίας, ναυπηγεία, και ανθρακωρυχεία. Οι ενέργειες του κράτους με στόχο την άμεση εκβιομηχάνιση είναι οι παρακάτω:

- Διοργάνωση δικτύου με στόχο την απορρόφηση και τη μεταφορά ξένης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας
- Αποστολές στο εξωτερικό, επιλογή ξένων ειδικών και συμβούλων αλλά με αποφυγή εξάρτησης από συγκεκριμένη χώρα
- Εξωτερικός δανεισμός περιορισμένου μεγέθους για την αποφυγή εθνικής εξάρτησης
- Επαναδιαπραγμάτευση εμπορικών συμφωνιών της περιόδου 1889-1899 που δε συνέφεραν τη χώρα
- Δημιουργία δημόσιων επιχειρήσεων.

Η αποδοχή των Ιαπώνων ότι η ισχύς των δυτικών χωρών πηγάζει από την ύπαρξη ισχυρών επιχειρησιακών ομίλων που ανήκουν σε περιορισμένο αριθμό οικογενειών, τους οδήγησε στη δημιουργία ενός παρόμοιου φαινομένου. Το κράτος υποστηρίζει την ανάπτυξη μεγάλων επιχειρησιακών ομάδων, που συνδυάζουν εμπορικές, χρηματοοικονομικές και βιομηχανικές δραστηριότητες. Έτσι δημιουργούνται τα Ζαϊμπάτσου, μετά το 1893, σημαντικότερα από τα οποία είναι τα Mitsui (προέρχεται από εμπόρους του Τόκυο), Mitsubishi (προέρχεται από οικογένεια σαμουράι), Sumitomo (προέρχεται από εμπόρους), Yosada (προέρχεται από τραπεζίτες). Οι οικογένειες αυτές ενισχύονταν οικονομικά από το κράτος αλλά και συνεισέφεραν στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Τα Ζαϊμπάτσου υποστήριζαν την πολιτική των διαδοχικών κυβερνήσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η επανάσταση της Satsuma το 1877, η οποία καταστέλλεται με τη βοήθεια κυβερνητικών δυνάμεων που πληρώνονται από την τράπεζα Mitsui, ενώ τα στρατεύματα μεταφέρονται με πλοία της Mitsubishi. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Οι Ιάπωνες δεν ενστερνίζονταν το δυτικό τρόπο σκέψης όσον αφορά τον ατομικισμό και την εργασία με στόχο προσωπικές απολαβές. Επιτυχία για τους Ιάπωνες αποτελεί η ικανότητα για προσφορά στο κράτος. Έτσι οι επιχειρηματίες εκτός από το να έχουν κέρδος πρέπει να προσφέρουν κάτι στο κοινωνικό σύνολο και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της χώρας. Οι εργάτες την περίοδο αυτή αντιμετωπίζουν συνθήκες εκμετάλλευσης, μακρύ ωράριο και πρωτόγονες συνθήκες εργασίας. (Michio Morishima, 1982)

Οι μεγάλες επιχειρήσεις είχαν υιοθετήσει ένα σύστημα ισόβιας δέσμευσης για τους εργαζόμενους και παρείχαν εκπαίδευση στο χώρο εργασίας. Από την πλευρά της επιχείρησης αλλά και από αυτή του εργαζόμενου, η δέσμευση που προέκυπτε από την εργασία ήταν μια μορφή ισόβιας αφοσίωσης, παρόμοια με αυτή του γάμου. Έτσι για την πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού σημαντικότερα στοιχεία από τις

ικανότητες θεωρούνταν η στάση ζωής και ο χαρακτήρας του εργαζόμενου ως προς την ικανότητα αφοσίωσης και προσφοράς στην επιχείρηση. Οι Ιαπωνικές επιχειρήσεις διατήρησαν υψηλά επίπεδα παραγωγικότητας, όχι δημιουργώντας ανταγωνισμό μεταξύ των εργαζόμενων, αλλά δημιουργώντας κλίμα συνεργασίας και ενθάρρυνσης. (Michio Morishima, 1982)

Η ανάπτυξη της στρατιωτικής δύναμης ήταν σημαντική για να θεωρείται η χώρα ισχυρή. Ήταν απαραίτητη η ανάπτυξη βιομηχανιών που σχετίζονται με βαριά χημικά, ηλεκτρική ενέργεια και παραγωγή αναγκαίων ειδών για το στρατό. Έτσι δημιουργήθηκαν νέα Ζαϊμπάτσου όπως η Nissan, Nihon Chisso (Japan Nitrogen), Nihon Soda (Japan Soda), Showa Denko (Showa Electrical), τα οποία εξυπηρετούσαν αυτούς τους σκοπούς. Με την υποστήριξη των νέων Ζαϊμπάτσου ο στρατός αναδιοργανώθηκε και ισχυροποιήθηκε ακολουθώντας την πολιτική «πλούσια χώρα, δυνατός στρατός». (Michio Morishima, 1982)

Αλλαγές πραγματοποιήθηκαν και στις θρησκευτικές δομές, στα πλαίσια της προσπάθειας για ανάπτυξη εθνικιστικού αισθήματος. Το Shinto, το οποίο με την πάροδο του χρόνου συνδέθηκε και αλληλοσυμπληρωνόταν με το βουδισμό, χαρακτηρίστηκε ως επίσημη και αυστηρά Ιαπωνική θρησκεία. Στον πυρήνα του ενθάρρυνε τη λατρεία του αυτοκράτορα, που συνδέονταν με αξίες που ενθαρρύνονταν από το εκπαιδευτικό σύστημα, την κυβέρνηση και το στρατό. Ο χριστιανισμός, ως ξένη θρησκεία, συνέχισε να είναι περιορισμένος. Το 1889, το Σύνταγμα Meiji προέβλεπε ελευθερία πίστης, αλλά να εκφράζεται με τρόπο που να μη διαταράσσεται η αρμονία της Ιαπωνικής κοινωνίας. (Curtis Andersen, 2002)

Σύμφωνα με τις ιδέες του Κομφουκιανισμού, κάθε άτομο πρέπει να είναι σε θέση να αποδεικνύει έμπρακτα την αφοσίωση στην κοινωνία στην οποία ανήκει. Αυτό φαίνεται έμπρακτα στο βαθμό που είναι προετοιμασμένος να θυσιάσει τον εαυτό του για αυτό το σκοπό. Οι ιδέες αυτές βρίσκουν εφαρμογή στο χώρο της οικογένειας, στην κοινωνική δομή όπως επίσης και στην εργασία. (Michio Morishima, 1982)

Το διάστημα 1894-1895 σημαδεύτηκε από τον Σινο-Ιαπωνικό πόλεμο, που κήρυξε η Ιαπωνία στην Κίνα για την ηγεμονία στην Κορέα. Η νίκη της Ιαπωνίας δίνει στη χώρα πλεονεκτήματα και την καθιερώνει ως έναν από τους ισχυρούς αποικιοκράτες της εποχής. Παρατηρείται άνοδος στην οικονομία λόγω του πολέμου. Το 1902 υπογράφει την πρώτη αμυντική συμφωνία με τη Μ. Βρετανία, που αποτελεί την πρώτη

στρατιωτική συμφωνία με ίσους όρους ανάμεσα σε μια Δυτική και μια Ασιατική χώρα. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Τα ρωσικά σκάφη επιτέθηκαν στο ιαπωνικό ναυτικό στις 8 Φεβρουαρίου 1904, θέλοντας να μειώσει την επιρροή της Ιαπωνίας στη Μαντζουρία και δύο ημέρες αργότερα η Ιαπωνία κήρυξε πόλεμο στη Ρωσία. Η Ρωσία υπέστη μια σημαντική ήττα. Η Ιαπωνία ήταν στρατιωτικά ισχυρή από τα μέσα του 1905. Η ιαπωνική νίκη την καθιέρωσε ως σημαντική και υπολογίσιμη δύναμη στη διεθνή κοινότητα. (Hane Mikiso, Perez Louis, 2009)

Οι νίκες αυτές της Ιαπωνίας οδήγησαν σε οικονομική άνοδο, καθώς έγιναν επενδύσεις για την εκμετάλλευση των κοιτασμάτων σιδήρου της Μαντζουρίας και δημιουργήθηκαν πολλές επιχειρήσεις. Επίσης απέδωσαν υψηλά κέρδη σε μεγάλους κεφαλαιοκράτες όπως οι Mitsui, Mitsubishi, Sumitomo. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Το τέλος της περιόδου ήρθε με το θάνατο του αυτοκράτορα Meiji το 1912. Το διάστημα που κυβέρνησε, στη χώρα επήλθε μεγάλη αλλαγή. Η Ιαπωνία μετασχηματίστηκε από απομονωμένη φεουδαρχική χώρα σε μια σημαντική δύναμη στον παγκόσμιο χάρτη. Επιπλέον εκσυγχρονίστηκε τεχνολογικά.

2.7 Α' και Β' Παγκόσμιος Πόλεμος και η μεταπολεμική περίοδος (1945–1952)

Κατά τη διάρκεια του Α' Παγκόσμιου Πολέμου η Ιαπωνία ήταν σύμμαχος της Βρετανίας εναντίον της Γερμανίας. Παρόλο που η εμπλοκή της περιορίστηκε στην περιοχή της Κίνας συμπεριλαμβάνεται στους νικητές του πολέμου. Για την Ιαπωνία ήταν μια ευκαιρία να αυξήσει την επιρροή της στην Κίνα. Στόχος της Ιαπωνικής κυβέρνησης ήταν να διατηρήσει η χώρα την εθνική της ανεξαρτησία και παράλληλα να μπορεί να επιχειρήσει επεκτατικές κινήσεις εκτός χώρας. Με τη συμφωνία των Βερσαλλιών το 1919 οι γερμανικές αποικίες από τον Ειρηνικό ως τον Ισημερινό έρχονται στα χέρια των Ιαπώνων. Ο πόλεμος έδωσε επιχειρηματικές ευκαιρίες και επέτρεψε στα Ζαϊμπάτσου να αναπτυχθούν. Η μεγάλη οικονομική κρίση, η οποία άρχισε με το κραχ του χρηματιστηρίου το 1929, επηρέασε την Ιαπωνία σε μεγάλο βαθμό. Τα ιαπωνικά προϊόντα παραγκωνίζονταν από τα ευρωπαϊκά στην περιοχή της Ασίας. Η οικονομική αστάθεια οδήγησε και σε πολιτική αστάθεια. Η χώρα εξέρχεται από την κρίση το 1932

και το 1939 επιτυγχάνει επίπεδο ανάπτυξης όμοιο με αυτό που είχε το 1929 πριν την κρίση.

Το 1940 η Ιαπωνία συμμαχεί με τη Γερμανία και την Ιταλία και το 1941 κηρύσσει πόλεμο στις ΗΠΑ με την επίθεση στο Περλ Χάρμπορ. Κανένα άλλο γεγονός στην ιστορία της χώρας δεν είχε τέτοιο τραυματικό αντίκτυπο και άλλαξε την ιστορική διαδρομή της χώρας όσο η έκβαση αυτού του πολέμου. Το ίδιο διάστημα με τον βομβαρδισμό του Περλ Χάρμπορ, η Ιαπωνία επωφελήθηκε από την αδυναμία των Ευρωπαίων που ήταν απορροφημένοι από τον πόλεμο και δεν έδωσαν σημασία στις δραστηριότητες της Ιαπωνίας, για να βελτιώσει τη θέση της, εξαπολύοντας επιθέσεις στη Μαλαισία, το Χονγκ Κονγκ και τις Φιλιππίνες. Οι Ιαπωνικές επιθέσεις αντιμετωπίστηκαν και η έκβαση του πολέμου από το 1943 ήταν εναντίον της Ιαπωνίας. Οι ατομικές βόμβες στη Χιροσίμα και το Ναγκασάκι το 1945 σήμαναν το τέλος του Β Παγκοσμίου Πολέμου. Το τέλος του πολέμου βρίσκει τη χώρα κατεστραμμένη σε οικονομικό, στρατιωτικό, κοινωνικό και βιομηχανικό επίπεδο. Μεγάλο μέρος των υποδομών είχε καταστραφεί και οι απώλειες σε πληθυσμό και στρατιώτες ήταν μεγάλες. (Hane Mikiso, Perez Louis, 2009)

Η αμερικανική κατοχή, από τα τέλη του 1947, επέβαλε μια σειρά αλλαγών που είχαν ως στόχο την αποστρατικοποίηση και τον εκδημοκρατισμό της χώρας. Σε αυτό το πλαίσιο έγιναν σημαντικές αλλαγές σε πολλούς τομείς με σημαντικότερες :

- την προστασία των συνδικάτων,
- την καθιέρωση της υποχρεωτικής εκπαίδευσης και την αλλαγή του εκπαιδευτικού συστήματος,
- την απελευθέρωση της θέσης της γυναίκας στην κοινωνία και την παροχή δικαιώματος ψήφου,
- την απαγόρευση των μονοπωλίων,
- την αγροτική μεταρρύθμιση,
- την ενίσχυση της βαριάς βιομηχανίας και της παραγωγής ενέργειας,
- την ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς της χώρας που αποτελεί έναν από τους κυριότερους παράγοντες βιομηχανικής ανάπτυξης,
- την ανάπτυξη και ενίσχυση των εξαγωγών

Μετά τη συνθηκολόγηση, οι Αμερικανοί διοίκησαν την Ιαπωνία τόσο σε κεντρικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο. Τη διοίκηση της χώρας ανέλαβε ο Ντάγκλας Μακ Άρθουρ. Οι διοικητές των επαρχιών και των μεγάλων πόλεων ήταν αμερικανοί στρατιωτικοί, οι οποίοι επέβαλαν μεγάλες αλλαγές. Κάποιες από τις σημαντικότερες

παρεμβάσεις που έκαναν ήταν το γεγονός ότι διέλυσαν τα στρατιωτικά βιομηχανικά συγκροτήματα και τα μετέτρεψαν σε ειρηνικές βιομηχανίες, διέλυσαν τα μεγάλα μονοπώλια, δημιούργησαν σύνταγμα δυτικού τύπου, έδωσαν ψήφο στις γυναίκες, το δικαίωμα του συνδικαλισμού στους εργαζομένους, αναδιοργάνωσαν την εκπαίδευση, επέβαλαν αγροτική μεταρρύθμιση και διέλυσαν τα υπολείμματα των φεουδαρχικών δομών στην οικονομία. Επηρέασαν ακόμα και την οικογενειακή συγκρότηση, ενισχύοντας το μοντέλο της πυρηνικής οικογένειας, έναντι της παραδοσιακής συμβίωσης των γενεών που υπήρχε ως τότε. (Tsutsui William, 2007)

Το γεγονός που άλλαξε εντυπωσιακά τη δομή της οικονομίας της Ιαπωνίας ήταν το ξέσπασμα του κορεατικού πολέμου τον Ιούνιο 1950. Ο Αμερικανικός στρατός έπρεπε να εξασφαλίσει ανεφοδιασμό για τον πόλεμο, για να σταματήσει την ξαφνική εισβολή της Νότιας Κορέας από το Βορρά. Το αποτέλεσμα ήταν παραγγελίες 4 δισεκατομμυρίων δολαρίων από τις ιαπωνικές επιχειρήσεις, κυρίως για οχήματα, κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και επικοινωνίες. Το γεγονός αυτό συντέλεσε στην ανάπτυξη των βιομηχανιών αυτοκινήτων, ρουχισμού και ηλεκτρονικών ειδών. Για την εξασφάλιση της επιθυμητής ποιότητας και την ταχύτητα της παραγωγής, Αμερικανοί ειδικοί εστάλησαν στην Ιαπωνία για να διδάξουν τεχνικές για μαζική παραγωγή και μεθόδους ποιοτικού ελέγχου. Αυτό συντέλεσε στη γρήγορη παραγωγή των ποιότητας παγκοσμίου επιπέδου προϊόντων.

Τον Σεπτέμβριο του 1951 υπογράφηκε η Συνθήκη ειρήνης του Σαν Φρανσίσκο η οποία τέθηκε σε εφαρμογή στις 28 Απριλίου του 1952. Με το τέλος της αμερικανικής κατοχής το 1952 η διακυβέρνηση της χώρα επιστράφηκε επίσημα στον ιαπωνικό έλεγχο, αν και στην πραγματικότητα η χώρα διαχειριζόταν το μεγαλύτερο μέρος των υποθέσεων της για αρκετά χρόνια. Η Ιαπωνία και οι ΗΠΑ υπέγραψαν επίσης μια αμοιβαία Συνθήκη ασφάλειας που τοποθέτησε την Ιαπωνία κάτω από την πυρηνική ομπρέλα των ΗΠΑ και επέτρεπε στις ΗΠΑ να διατηρήσουν στρατιωτικές βάσεις στην Ιαπωνία. Στον οικονομικό τομέα δημιουργήθηκαν οργανισμοί που συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου της χώρας, όπως η MITI (Ministry of International Trade and Industry), η Ιαπωνική Τράπεζα Ανάπτυξης, η Ιαπωνική Τράπεζα Εισαγωγών-Εξαγωγών, η JETRO (Japan External Trade Organization) και ένας ιδιωτικός ασφαλιστικός οργανισμός εξαγωγών. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Ως το 1945 η χώρα τεχνολογικά βρισκόταν σε χαμηλό επίπεδο, κυρίως λόγω περιορισμένων πόρων για έρευνα και ανάπτυξη. Για την απόκτηση της επιθυμητής τεχνολογίας έγινε εισαγωγή της από το εξωτερικό, κυρίως τις ΗΠΑ, μέσω εξαγοράς

διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας ή δημιουργίας στην Ιαπωνία θυγατρικών αμερικανικών επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διάθεση του τρανζίστορ που χρησιμοποιούνταν για ακουστικά βαρυκοΐας από την Western Electric, στη Sony που το χρησιμοποίησε για την παραγωγή φορητών ραδιοφωνικών συσκευών. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Τα έτη από το 1937 ως το 1952 κάλυψαν μια από τις σημαντικότερες περιόδους ανάπτυξης της Ιαπωνίας. Η περίοδος ξεκίνησε με τη χώρα να είναι ισχυρή, δυναμική και επιθετική. Το παράδειγμα της δυτικής αποικιοκρατίας είχε εμπνεύσει τους Ιάπωνες να κάνουν τη χώρα ισχυρή μέσω της κατάκτησης και να ψάξουν έξω από την Ιαπωνία για πρώτες ύλες, απαραίτητες για την οικονομική ανάπτυξή τους. Παρά την αμερικανική κατοχή, υπήρξε πολιτιστική συνοχή, ενώ μέχρι το 1952 η Ιαπωνία ήταν ξανά υπό ιαπωνικό έλεγχο και είχε δημιουργήσει μια στέρεα βιομηχανική βάση, μια συνεπή κυβέρνηση και ισχυρούς συμμάχους. (Curtis Andersen, 2002)

2.8 Η περίοδος 1952-1990

Η πολιτιστική αξία του κομφουκιανισμού για τους Ιάπωνες επισημαίνεται συνεχώς από τους ιστορικούς, θέλοντας να εξηγήσουν το γεγονός ότι οι κεφαλαιοκράτες είχαν μια αίσθηση ευθύνης για τους εργαζομένους. Στον τομέα της εργασίας υπήρχαν βελτιώσεις όπως η ασφαλής και μακροπρόθεσμη απασχόληση (προσφορά μόνιμης απασχόλησης) και η αύξηση της αμοιβής της εργασίας. Έτσι αυξήθηκε η αφοσίωση των εργαζόμενων στην επιχείρηση που εργάζονται. Οι Ιάπωνες εργαζόμενοι με την εφαρμογή των νέων ρυθμίσεων αποδείχθηκε ότι ήταν πολύ αφοσιωμένοι και εργατικοί υπάλληλοι. Ενθαρρύνθηκε η επανένωση των παλιών Ζαϊμπάτσου σε μια νέα βελτιωμένη μορφή: τα Κεϊρέτσου, τα οποία δημιουργήθηκαν μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο και ασχολούνται με δευτερογενείς δραστηριότητες, χωρίς να αποβλέπουν στη δημιουργία ορισμένου καρτέλ.

Η αμερικανική κατοχή είχε ανοίξει επίσης το δρόμο για την καθιέρωση νέων επιχειρήσεων, οι οποίες κατάφεραν να εδραιωθούν, ενώ διαφορετικά δε θα είχαν καταφέρει να αναπτυχθούν λόγω της ακαμψίας του προπολεμικού συστήματος. Αυτές οι νέες επιχειρήσεις έτειναν να απευθύνονται σε niche αγορές. Από το 1957 η κυβέρνηση έθεσε σε εφαρμογή το «νέο οικονομικό σχέδιο» με στόχο να μπορεί η χώρα

να ανταγωνιστεί με τις προηγμένες οικονομίες του κόσμου. Η οικονομική δύναμη που είχαν αυτοί οι όμιλοι επιχειρήσεων ήταν πολύ μεγάλη. Στα σημαντικά πλεονεκτήματά τους συμπεριλαμβάνονται οι οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή, η δυνατότητα να υποστηρίξουν υψηλές δαπάνες έρευνας και ανάπτυξης και η σημαντική πολιτική δύναμη στην Ιαπωνία και στο εξωτερικό. Κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του '70 και του '80, στον κλάδο των ηλεκτρονικών ειδών, όπως ασπρόμαυρη και στη συνέχεια έγχρωμη τηλεόραση, ραδιόφωνα, στερεοφωνικά και σχετικά είδη, οι ιαπωνικές επιχειρήσεις συστηματικά κατέστρεφαν τους αμερικανούς ανταγωνιστές τους.

Οι στρατιωτικές δαπάνες περιορίστηκαν στο ελάχιστο, αφήνοντας έτσι διαθέσιμα χρήματα για τη άμεση χρήση στην οικονομία. Οι Ιαπωνικές επιχειρήσεις επίσης διατηρούσαν σχέσεις με τις αμερικανικές, έτσι ώστε να διευκολύνεται η μεταφορά των τεχνικών τεχνολογίας και παραγωγής. Οι πληροφορίες και γνώσεις που απέκτησαν ήταν εφαρμόσιμες άμεσα λόγω της σχετικά υψηλού επιπέδου εκπαίδευσης του εργατικού δυναμικού στην Ιαπωνία. Επιπλέον οι φορολογικές ρυθμίσεις που έγιναν ενθάρρυναν τις επενδύσεις. Όλοι οι παραπάνω παράγοντες συνέβαλαν στην ανάπτυξη της βιομηχανίας στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και κατά τη δεκαετία του 1960. Στις αρχές της δεκαετίας του 1950 η ιαπωνική οικονομία αναπτυσσόταν με ρυθμό 9% ετησίως, ενώ προς το τέλος της ίδιας δεκαετίας ο ρυθμός ανάπτυξης αυξήθηκε και έφτασε στο 11%. (Curtis Andersen, 2002)

Οι Ιάπωνες αναφέρονται στη δεκαετία του '60, ως η χρυσή περίοδος. Αποτελεί μια περίοδο κατά την οποία η ιαπωνική κοινωνία προχώρησε σε μια επανοικοδόμηση της χώρας και το αποτέλεσμα ήταν η οικονομική επιτυχία. Ο Ikeda Hayato (1899-1965), που ήταν πρωθυπουργός από το 1960 ως το 1964, ανήγγειλε ότι η Ιαπωνία θα γινόταν πλούσια χώρα και τα ιαπωνικά εισοδήματα θα διπλασιάζονταν μέχρι το 1970, όπως και έγινε στην πραγματικότητα μέχρι το 1967. (Curtis Andersen, 2002)

Ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που επέτρεψαν στην ιαπωνική βιομηχανία να βελτιώσει σε μικρό χρονικό διάστημα τα προϊόντα της, ήταν οι υψηλές προσδοκίες της εγχώριας αγοράς. Ο ανταγωνισμός μέσα στην Ιαπωνία ήταν μεγάλος και οι καταναλωτές ζητούσαν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες. Εκείνες οι επιχειρήσεις που επιβίωναν και είχαν κέρδος συχνά διαπίστωναν ότι ήταν πιο εύκολο να πουλούν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό απ' ότι στο εσωτερικό της χώρας. Οι επιχειρήσεις πραγματοποιούσαν δοκιμές σε αγορές εκτός της Ιαπωνίας και εξαγωγές που ενίσχυαν τις οικονομίες κλίμακος και τις καμπύλες εμπειρίας που διέθεταν.

Κατά τη δεκαετία του 1960 όσον αφορά στην κατανάλωση, οι φωτογραφικές μηχανές, τα πλυντήρια Sanyo, τα μαγνητόφωνα και οι τηλεοράσεις Sony, τα ψυγεία Hitachi και οι ανεμιστήρες Mitsubishi, αποτελούσαν τα περιζήτητα προϊόντα της εποχής. Η πολιτική της μαζικής παραγωγής ενθάρρυνε τη μαζική κατανάλωση και την τάση για αγορά προϊόντων που έχει αγοράσει ο γείτονας, ο φίλος, ο γνωστός. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Η Ιαπωνία γινόταν σταδιακά όλο και πιο σημαντική για τις ΗΠΑ, ειδικά λόγω των στρατιωτικών βάσεων που είχαν εκεί και της εμπλοκής στο Βιετνάμ. Σε αντάλλαγμα για την αμυντική συνεργασία, για την Ιαπωνία υπήρχαν κάποιοι οικονομικοί όροι. Για παράδειγμα το γεν κρατήθηκε στο ίδιο επίπεδο με το 1949 καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του '60, με αποτέλεσμα οι ιαπωνικές εξαγωγές να είναι πολύ φτηνές. Οι συνολικές εξαγωγές στις ΗΠΑ κατά τη διάρκεια της περιόδου 1967-71 αυξήθηκαν στην αξία από 10 δισεκατομμύρια δολάρια σε \$24 δισεκατομμύρια δολάρια. (Curtis Andersen, 2002)

Η Ιαπωνία προσχώρησε στην ομάδα των μεγάλων βιομηχανοποιημένων εθνών, τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD) το 1964 και αποτέλεσε την τρίτη σε σειρά μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο, μετά τις ΗΠΑ και τη Γερμανία. Από την άποψη αξίας των εξαγωγών, μεταξύ 1960 και 1970, η παραγωγή σιδήρου και χάλυβα επταπλασιάστηκε, η ναυπηγική, η παραγωγή προϊόντων μετάλλων και μοτοσικλετών πενταπλασιάστηκε και η παραγωγή αυτοκινήτων τετραπλασιάστηκε. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60 η Ιαπωνία έγινε ο μεγαλύτερος ναυπηγός και ο τρίτος μεγαλύτερος παραγωγός σιδήρου και χάλυβα στον κόσμο. Προς το τέλος της δεκαετίας η Ιαπωνία αποτέλεσε επίσης τον τρίτο μεγαλύτερο παραγωγό αυτοκινήτων, τσιμέντου, χαρτιού και λιπασμάτων παγκοσμίως. Μεταξύ 1960 και 1970 η παραγωγή ρολογιών αυξήθηκε κατά 35 φορές, των τηλεοράσεων κατά 14, και των ραδιοφώνων πενταπλασιάστηκε. Τα ιαπωνικά προϊόντα πλημμύρισαν την παγκόσμια αγορά και άρχισαν να κερδίζουν την τρέχουσα φήμη τους για ποιότητα και αξιοπιστία.

Σημαντική ήταν η αύξηση του πληθυσμού. Το 1945 ο πληθυσμός της χώρας ανερχόταν στα 72 εκατομμύρια, ενώ το 1967 ο πληθυσμός είχε ξεπεράσει τα 100 εκατομμύρια. Το ποσοστό του πληθυσμού που ζει στις πόλεις αυξήθηκε από περίπου 56% που ήταν το 1955 σε 72% το 1970. (Curtis Andersen, 2002)

Δείγμα της εισόδου της χώρας στο στάδιο της κοινωνίας της αφθονίας αποτελούν τα πολυάριθμα οργανωμένα ταξίδια στο εξωτερικό, που αρχίζουν το 1961 και γίνονται

μόδα μετά το 1964. Η νέα γενιά έχει μεγαλώσει με την αμερικανική κουλτούρα και σε αντίθεση με τις προηγούμενες, είναι εφοδιασμένη με έναν ατομισμό που ενισχύει σημαντικά τον καταναλωτισμό. Το αυξανόμενο διαθέσιμο εισόδημα και ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος, λόγω του μειωμένου πλέον ωραρίου εργασίας οδήγησαν στην αύξηση της κατανάλωσης ψυχαγωγικών και πολιτισμικών υπηρεσιών, όπως εκπαίδευση, ταξίδια, θεάματα, αθλητισμός. Η υπερβολική κατανάλωση δεν ήταν αποδεκτή λόγω της ηθικής του Κομφουκιανισμού που επικρατούσε από την περίοδο Tokugawa, που έδινε σημασία στη λιτότητα και την έλλειψη επίδειξης και τόνιζε τη σημασία της παραγωγής σε αντίθεση με την ιδέα της κατανάλωσης. Κατά τη μεταπολεμική περίοδο όμως παρατηρήθηκαν επαναστατικές αλλαγές σε σχέση με την αντίληψη των Ιαπώνων αναφορικά με τον υλισμό. Η ευημερία του κράτους ταυτίζεται πλέον με την κατανάλωση. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Τα επίπεδα κατανάλωσης διπλασιάστηκαν το διάστημα 1955-1970. Παρατηρήθηκε ότι ξοδεύονταν περισσότερα στον τομέα της ψυχαγωγίας και οι δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου αναπτύσσονταν γρήγορα. Οι δαπάνες σχετικές με ταξίδια σχεδόν διπλασιάστηκαν μεταξύ 1965 και 1970 και υπήρξε αύξηση των διεθνών ταξιδιών μετά από άρση περιορισμών σχετικών με το νόμισμα, κατά τη δεκαετία του '60.

Οι ολυμπιακοί αγώνες που έλαβαν χώρα στο Τόκιο τον Οκτώβριο του 1964, ήταν οι πρώτοι ολυμπιακοί αγώνες που πραγματοποιήθηκαν στην Ιαπωνία και γενικότερα στην Ασία. Ήταν μια ευκαιρία να παρουσιαστεί η νέα Ιαπωνία στον υπόλοιπο κόσμο.

Το διάστημα αυτό χαρακτηρίζεται επίσης από έντονη δημιουργικότητα, γεγονός που επιβεβαιώνεται από το βραβείο Νόμπελ λογοτεχνίας το 1968 στον Kawabata Yasunari. Αυτό αποτελούσε ασυνήθιστο γεγονός, καθώς ήταν ένας από μόνο πέντε Ιάπωνες που έλαβαν βραβείο Νόμπελ συγκριτικά με 193 από τις ΗΠΑ, 69 από τη Βρετανία και 62 από τη Γερμανία. (Curtis Andersen, 2002)

Η δεκαετία του '50 και η δεκαετία του '60 αποτέλεσαν σημαντικό διάστημα κατά το οποίο τοποθετήθηκαν τα θεμέλια για την οικονομική, πολιτική και κοινωνική δομή που έχει η χώρα σήμερα. Μια σειρά από παράγοντες, όπως οι πολιτικές εξελίξεις, ο πολιτισμός, οι ιστορικές παραδόσεις, η αμερικανική επιρροή και η ανησυχία πολλών πολιτών για το μέλλον, ώθησαν την Ιαπωνία προς έναν ήπιο απολυταρχισμό που σε συνδυασμό με την οικονομική ανάπτυξη, αποτελεί τον πυρήνα του νέου εθνικισμού.

Οι επόμενες δύο δεκαετίες αποτέλεσαν μια περίοδο σταθεροποίησης και επέκτασης. Η πρώτη σημαντική πρόκληση της δεκαετίας του '70 ήρθε με το “Nixon Shock” το 1971. Αυτό είχε σχέση με τις εμπορικές σχέσεις ΗΠΑ-Ιαπωνίας και το πλεόνασμα που είχε η δεύτερη στο εμπόριο με τις ΗΠΑ. Στην άμεση μεταπολεμική περίοδο οι ΗΠΑ είχαν παράσχει στην Ιαπωνία ενίσχυση και πρόσβαση στις αμερικανικές αγορές. Ήταν μια αποτελεσματική εμπορική-αμυντική συνεργασία με τις αμερικανικές βάσεις στο ιαπωνικό έδαφος με αντάλλαγμα ευνοϊκές πολιτικές για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Στρατιωτική δύναμη έναντι οικονομικής δύναμης. Η γρήγορη και συνεχής άνοδος της ιαπωνικής οικονομίας και οι εξαγωγές στις ΗΠΑ είχαν σαν αποτέλεσμα αμερικανικοί παραγωγοί να παραπονιούνται ότι οι ιαπωνικές επιχειρήσεις τους έβλαπταν. Ο Πρόεδρος Νixon επέβαλε μια ανατίμηση του γεν (¥308 το δολάριο). Τον Φεβρουάριο του 1973 η Ιαπωνία ενίσχυσε το γεν (¥272 ανά δολάριο). Ο Nixon πραγματοποίησε μια προσαύξηση 10% σε αξία σε όλες τις εισαγωγές, με στόχο να κόψει τη ροή των εισαγωγών από την Ιαπωνία. (Cargill Thomas, Hutchison Michael, Ito Takatoshi, 2000)

Η δεύτερη σημαντική πρόκληση της δεκαετίας του '70 ήταν η πετρελαϊκή κρίση του 1973-1974, με την αρχή του πολέμου στη Μέση Ανατολή και η επακόλουθη αύξηση της τιμής του πετρελαίου, όπως και η δεύτερη το 1979-1980. Αυτό το ζήτημα έπληξε σημαντικά την οικονομία της χώρας που είχε μεγάλη εξάρτηση από τους πόρους της. Επηρεάστηκαν ιδιαίτερα οι βιομηχανίες που εξαρτώνται από την ενέργεια, όπως η σιδηρουργία, η παραγωγή αλουμινίου και η χημική βιομηχανία. Βασικός στόχος της περιόδου αυτής ήταν να εστιάσει η χώρα σε εκείνες τις βιομηχανίες που δεν απαιτούσαν μεγάλες εισαγωγές πρώτων υλών. Αυτό σήμαινε ότι η χώρα θα έπρεπε να βασιστεί στη δημιουργικότητα, την καινοτομία, αλλά και στην πειθαρχία και τη σκληρή εργασία των Ιαπώνων. Οι εργαζόμενοι οργανώνονταν συνήθως με έναν σχεδόν στρατιωτικό τρόπο, σε μικρές ομάδες αρμόδιες για ένα συγκεκριμένο φόρτο εργασίας. Έμφαση δινόταν στην αμοιβαία ευθύνη, έτσι ήταν σπάνιο κάποιος να χρησιμοποιήσει όλες τις διατιθέμενες διακοπές του ή να μην δεχόταν να εργαστεί υπερωρίες, όταν αυτό σήμαινε ότι οι συνάδελφοί του θα έπρεπε να αντισταθμίσουν την απώλεια δουλεύοντας σκληρότερα και περισσότερο. Μέχρι το 1976 η παραγωγή της Ιαπωνίας αποτελούσε 10% της παγκόσμιας παραγωγής, παρόλο που είχε μόνο το 3% περίπου του παγκόσμιου πληθυσμού. Άλλες αλλαγές στο οικονομικό περιβάλλον που επηρέασαν την οικονομική πορεία της χώρας, εκτός από την αύξηση της τιμής του πετρελαίου, ήταν :

- η παγκόσμια πληθωριστική κρίση στα τέλη του 1960 που επηρέασε την Ιαπωνία κυρίως στα τέλη της δεκαετίας του 1970,

- η νομισματική ανασφάλεια που ξεκίνησε με την κρίση του δολαρίου και οδήγησε στην υπερίμηση του Γιεν έναντι του δολαρίου, γεγονός που ευνοεί τις εισαγωγές αλλά περιορίζει τις εξαγωγές,
- η αύξηση του ανταγωνισμού σε κλάδους που υπάρχει υπερβολική προσφορά σε σχέση με τη ζήτηση,
- η επιβράδυνση και η αστάθεια της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης, παρόλο που η Ιαπωνία είχε σχεδόν διπλάσιο ρυθμό ανάπτυξης από τους ανταγωνιστές της.

Για την αντιμετώπιση των παραπάνω, η νέα βιομηχανική πολιτική περιλάμβανε την αναδιοργάνωση κλάδων που θεωρήθηκαν ξεπερασμένοι, την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποδίδουν επιπλέον αξία σε κλάδους που μπορούν να υποστηρίξουν τη δυναμική των εξαγωγών της χώρας, και την υποστήριξη από μια όσο το δυνατόν πληρέστερη ενεργειακή κάλυψη. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Ένας άλλος λόγος που η Ιαπωνία ήταν σε θέση να υπερνικήσει τα προβλήματα που αντιμετώπισε στη δεκαετία του '70 ήταν ότι διαδοχικές κυβερνήσεις σκόπιμα κράτησαν τις δαπάνες που είχαν σχέση με την άμυνα, περίπου στο 1% του ΑΕΠ. Το άρθρο 9 του συντάγματος δεν αποκλείει την Ιαπωνία από τη δημιουργία μιας ουσιαστικής αμυντικής δύναμης, αλλά απαγορεύει τη χρήση της στο εξωτερικό.

Κατά τη δεκαετία του '80 η ιαπωνική οικονομία συνέχισε να αυξάνεται με ένα λογικό ρυθμό για αναπτυγμένη χώρα, γύρω στο 3-4% τοις εκατό, αν και αυξανόταν σταθερά μες στη δεκαετία, φτάνοντας σε 4,4% μέχρι το 1990. Η ανάπτυξη αυτή ήταν δυνατή μεταξύ άλλων, λόγω α) του ισχυρότερου γεν που οδήγησε σε εισαγωγές με μικρότερο κόστος, β) των νέων πηγών ενέργειας που οδήγησαν σε μείωση του κόστους παραγωγής και σε χρήση νέας τεχνολογίας στην παραγωγή, και γ) της επιθυμίας των Ιαπωνικών επιχειρήσεων να παρέχουν προϊόντα υψηλής ποιότητας, που επιβιώνουν στον σκληρό ανταγωνισμό της ιαπωνικής αγοράς, έτσι ώστε να βελτιώνεται η φήμη των ιαπωνικών προϊόντων στο εξωτερικό. (Curtis Andersen, 2002)

Μέχρι το 1990 η Ιαπωνία είχε πολλές επενδύσεις στο εξωτερικό, μεγάλο εμπορικό πλεόνασμα και ένα παγκόσμιο δίκτυο κατασκευής. Η χώρα είχε επενδύσεις και εμπορικές σχέσεις με την Αμερική, Ευρώπη, Ασία και Αυστραλία.

- Αμερική

Ως το 1990 περίπου 30% των εξαγωγών της Ιαπωνίας ήταν προς τις ΗΠΑ και 23% των εισαγωγών προέρχονταν από εκεί. Κατά τη δεκαετία του '80 υπήρξε πίεση από χώρες

με τις οποίες είχε εμπορικές σχέσεις η χώρα, ειδικά από τις ΗΠΑ, για να εξετάσουν το πρόβλημα του πλεονάσματος. Το αποτέλεσμα ήταν η συμφωνία Plaza του 1985, που ονομάστηκε έτσι λόγω της συνεδρίασης που έγινε στο ξενοδοχείο Plaza στη Νέα Υόρκη, όπου έλαβαν μέρος οικονομικοί σύμβουλοι από την Ιαπωνία, τις ΗΠΑ, το UK, τη Γαλλία και τη Γερμανία. Εκεί συμφώνησαν να αυξηθεί η αξία του γεν και έλαβαν μέτρα έτσι ώστε να είναι ανοικτή η οικονομία της Ιαπωνίας στον ξένο ανταγωνισμό. Ένα ισχυρότερο γεν ισοδυναμούσε με υψηλότερη αξία των ιαπωνικών εξαγωγών, το οποίο σήμαινε ότι λιγότεροι άνθρωποι θα τις αγόραζαν. Το ισχυρότερο γεν κατέστησε τις βιομηχανικές εισαγωγές πολύ φτηνότερες. Μια σημαντική συνέπεια της συμφωνίας Plaza ήταν ότι η ιαπωνική κυβέρνηση προσπάθησε να αντισταθμίσει το πλεόνασμα με την ενθάρρυνση των καταναλωτών στο εσωτερικό της χώρας, να αγοράζουν περισσότερο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η κίνηση του πρωθυπουργού Nakasone το 1985, που βγήκε στην τηλεόραση για να προσπαθήσει να πείσει τους Ιάπωνες να αγοράζουν ξένα αγαθά, ιδιαίτερα αμερικάνικα. Προκειμένου να υποκινηθεί η κατανάλωση, για να αντιμετωπιστεί το υψηλότερο κόστος των ιαπωνικών προϊόντων στο εξωτερικό και για να μειωθεί το εμπορικό πλεόνασμα με τις ΗΠΑ, οι τράπεζες παρέιχαν δάνεια με χαμηλά επιτόκια. Ίσως το πιο ορατό αποτέλεσμα της συμφωνίας Plaza ήταν η αυξανόμενη επέκταση της ιαπωνικής βιομηχανίας σε χώρες του εξωτερικού. Αυτό δεν ήταν κάτι καινούριο, δεδομένου ότι οι ιαπωνικές επιχειρήσεις είχαν αρχίσει να κινούνται προς την Ευρώπη και τις ΗΠΑ ήδη από τη δεκαετία του '60.

Η απόκτηση ακίνητης περιουσίας σε χώρες του εξωτερικού ήταν μια συνήθεια των Ιαπώνων, ιδιαίτερα σε τουριστικούς προορισμούς που ήταν δημοφιλείς στους Ιάπωνες ταξιδιώτες. Ιαπωνική τουριστική επένδυση υπάρχει κοντά στο Pearl Harbor. Υπήρξαν και άλλες επενδύσεις και εξαγορές, όπως αυτή της Columbia Pictures από την εταιρία Sony ή το Rockefeller Center στη Νέα Υόρκη από την Mitsubishi Real Estate, προς το τέλος της δεκαετίας του '80. Οι Αμερικάνοι συνέχιζαν να αγοράζουν τα ιαπωνικά προϊόντα, γεγονός από το οποίο οι Ιάπωνες κατασκευαστές εξαρτήθηκαν καθώς οι ΗΠΑ ήταν η μεγαλύτερη αγορά τους.

Από την πλευρά της Ιαπωνίας σχετικά με τα αμερικάνικα προϊόντα υπήρξαν κάποια προβλήματα όπως η ακαταλληλότητά τους για τις ιαπωνικές οικογένειες, η σχετικά κακή ποιότητα, συσκευές που είναι πάρα πολύ μεγάλες για τα ιαπωνικά σπίτια και η έλλειψη επαρκών δικτύων παροχής υπηρεσιών.

➤ Ευρώπη

Σημαντικές ήταν οι ιαπωνικές επενδύσεις και στην Ευρώπη. Οι ιαπωνικές επενδύσεις της περιόδου 1961-70 στην Ευρώπη ήταν μόλις \$626 εκατομμύρια. Κατά το χρονικό διάστημα 1974-80 είχαν αυξηθεί σε \$3,8 δισεκατομμύρια, ενώ έφτασαν τα \$10 δισεκατομμύρια το διάστημα 1981-86. Όπως και στις ΗΠΑ έτσι και στην Ευρώπη παρατηρούνται επενδύσεις σε έργα υψηλού προφίλ, όπως το ευρο-τούνελ (Τούνελ της Μάγχης), που συνδέει τη Βρετανία με τη Γαλλία, που κατά το ένα τρίτο χρηματοδοτήθηκε από ιάπωνες επενδυτές. Σε επίπεδο εμπορίου, μέχρι τη δεκαετία του '80 προς χώρες της ΕΕ οι ιαπωνικές εξαγωγές είχαν σχεδόν την ίδια αξία όπως αυτές προς τις ΗΠΑ.

➤ Ασία

Οι επενδύσεις της Ιαπωνίας σε Ασιατικές χώρες το διάστημα μεταξύ του 1951 και του 1990 συνολικά ήταν \$47,5 δισεκατομμύρια. Το μεγαλύτερο μέρος ήταν στην Ινδονησία (\$11,5 δισεκατομμύρια) ακολουθεί το Χογκ Κογκ (\$9,8 δισεκατομμύρια), η Σιγκαπούρη (\$6,5 δισεκατομμύρια) και η Ταϊλάνδη (\$4,4 δισεκατομμύρια). Μεταξύ του 1980 και 1990, το εμπόριο με την Ασία διπλασιάστηκε σε αξία. Μέχρι το τέλος της δεκαετίας οι ιαπωνικές εξαγωγές στην περιοχή έφτασαν τα \$287 δισεκατομμύρια, ενώ οι εισαγωγές \$235 δισεκατομμύρια.

➤ Αυστραλία

Η Αυστραλία αποτελεί μια ενδιαφέρουσα περίπτωση για ιαπωνικές επενδύσεις καθώς μπορεί να παρέχει επαρκή ανεφοδιασμό σε πρώτες ύλες και να γίνει επιλογή των τομέων που μπορούν να παρέχουν το μεγαλύτερο κέρδος. Δεδομένου ότι η Αυστραλία είναι σχετικά μια υψηλόμισθη χώρα, η επένδυση στην παραγωγή μπορούσε να γίνει σε τομείς που απαιτούν εργατικό δυναμικό υψηλής ικανότητας. Τέτοιου τύπου επενδύσεις αποτελούν η παρουσία της Mitsubishi Motors, της TOYOTA και για ένα διάστημα της Nissan. Οι ασφάλειες, και οι μεταφορές, ήταν τομείς που ευνοήθηκαν επίσης από τις ιαπωνικές επιχειρήσεις. Ένας άλλος τομέας επενδύσεων στην Αυστραλία ήταν οι φυσικοί πόροι. (Curtis Andersen, 2002)

Μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 1980 η οικονομία της Ιαπωνίας αλλά και η θέση της στην παγκόσμια αγορά ήταν πολύ καλύτερη απ' ό,τι είκοσι χρόνια πριν. Κατά τη διάρκεια της περιόδου 1970-1990, η κύριος στόχος των Ιαπώνων ήταν η οικονομική ανάπτυξη. Το αποτέλεσμα ήταν η κυριαρχία σε πολλές αγορές διεθνώς, και μια σημαντική παρουσία σε οικονομίες χωρών του εξωτερικού. Απόδειξη αυτής της ανάπτυξης αποτελεί το γεγονός ότι μέχρι το 1988, 24 από τις 50 μεγαλύτερες τράπεζες

του κόσμου ήταν ιαπωνικές. Παρόλα αυτά, μια τέτοια ανάπτυξη είχε σημαντικό κόστος, ιδιαίτερα στον τρόπο ζωής των ιαπώνων εργαζόμενων.

2.9 Από το 1990 έως σήμερα

Αυτό που είναι ιδιαίτερα εμφανές στην ιαπωνική κοινωνία τον 20ό αιώνα είναι η σύγκρουση μεταξύ της παράδοσης και της αλλαγής. Η ιαπωνική κοινωνία είχε χαρακτηριστικά όπως κλειστά προσωπικά επιχειρησιακά δίκτυα, συνεργασία κυβέρνησης-επιχειρήσεων και αρχές του Κομφουκιανισμού, που λειτουργούσαν καλά όταν αναπτυσσόταν η οικονομία, αλλά εμπόδισε την αλλαγή όταν ήταν απαραίτητη. Διάφορα κοινωνικά προβλήματα άρχισαν να φανερώνονται στη δεκαετία του '70 και του '80 και έγιναν πιο αισθητά κατά τη δεκαετία του '90. Η υψηλή αξία του γενεός μετά από τη συμφωνία Plaza ώθησε τις ιαπωνικές επιχειρήσεις να επεκταθούν στο εξωτερικό και να έχουν μεγάλη απόδοση στις επενδύσεις τους.

Τα προϊόντα που παράγονταν στις χώρες του εξωτερικού πωλούνταν σε όλο τον κόσμο με ιαπωνικά εμπορικά σήματα. Η ιαπωνική οικονομία αυξήθηκε σταθερά τη δεκαετία του '80. Το διάστημα αυτό αυξήθηκε η κατανάλωση στο εσωτερικό της χώρας, ειδικότερα BMW, ρολόγια Bulgari και τσάντες Louis Vuitton, όπως επίσης και πρώτης τάξεως εισιτήρια με προορισμό τις χώρες απ' όπου προέρχονται αυτά τα προϊόντα. Η βιομηχανία τουρισμού άνθισε, ενώ ακόμα και η κυβέρνηση ενθάρρυνε τους ανθρώπους να ταξιδεύουν και να ξεοδεύουν στο εξωτερικό. Από το 1990 οι επενδυτές άρχισαν να εξετάζουν το κόστος που είχαν οι επενδύσεις τους στην Ιαπωνία. Το κόστος των ενοικίων ήταν υψηλό, ενώ για την αγορά του κτηρίου που στέγαζε την ξένη επιχείρηση το κόστος ήταν πολύ μεγαλύτερο.

Στα προβλήματα της δεκαετίας του 1990 συγκαταλέγεται η μεγάλη πτώση του χρηματιστηρίου κατά 60% μεταξύ του Δεκεμβρίου 1989 και Αυγούστου 1992. Η ανεργία από 2,1% έφτασε στο 5% μέχρι το τέλος της δεκαετίας. Επειδή η οικονομική κρίση έπληξε πολλούς πολίτες, η πίστη στο οικονομικό σύστημα της χώρας άρχισε να χάνεται. (Cargill Thomas, Hutchison Michael, Ito Takatoshi, 2000)

Μαζί με τα οικονομικά προβλήματα προέκυψαν και πολιτικά. Η κυβέρνηση στις αρχές της δεκαετίας του '90 έπρεπε να αντιμετωπίσει το ζήτημα της φορολογικής μεταρρύθμισης. Υπήρξαν δύο σχετικά ζητήματα: οι περικοπές φόρου εισοδήματος για να αναθερμάνει την οικονομία και να βγει από την ύφεση και η ανάγκη για περισσότερα χρήματα για την χρηματοδότηση προγραμμάτων δημοσίων έργων και για να υποστηρίξουν έναν πληθυσμό που παρουσίαζε γρήγορη γήρανση. Κατά τη δεκαετία αυτή, η Ιαπωνική πολιτική σκηνή χαρακτηριζόταν από αστάθεια, με οκτώ διαφορετικούς πρωθυπουργούς από το 1989 έως το 1999.

Από το 1992 και μετά, έγινε παροχή οικονομικής βοήθειας στη χώρα, \$84 δισεκατομμύρια το 1992, \$119 δισεκατομμύρια το 1993, \$150 δισεκατομμύρια το 1994, \$75 δισεκατομμύρια το 1995, \$123 δισεκατομμύρια το 1998 και \$137 δισεκατομμύρια το 1999. Επίσης έγιναν φορολογικές περικοπές, και υπήρχε οικονομική ενίσχυση των τραπεζών και των μικρότερων επιχειρήσεων. Για ένα μεγάλο μέρος της δεκαετίας του '80 πολλοί έβλεπαν την επιτυχία της Ιαπωνίας με δέος, αλλά και με λίγο φόβο. Περίμεναν ότι η χώρα θα γινόταν μια υπερδύναμη στρατιωτική καθώς επίσης και οικονομική. Η πτώση της ιαπωνικής οικονομίας τη δεκαετία του '90 άλλαξε για λίγο αυτές τις αντιλήψεις, εν τούτοις η χώρα ακόμα κατείχε τη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο. (Curtis Andersen, 2002)

Ένα από τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της ιαπωνικής οικονομίας είναι ότι εξαρτάται από τις πρώτες ύλες και επομένως στο εμπόριο. Έτσι ένα διεθνές σύστημα εμπορικών συναλλαγών λειτουργεί υπέρ της Ιαπωνίας. Η χώρα διαθέτει ένα κοινωνικό σύστημα με ιδιαίτερη αντίσταση στην εισαγωγή ξένων επιχειρήσεων και την καθιέρωσή τους στην Ιαπωνική οικονομία. Παρόλα αυτά παρατηρείται μια αύξηση στις ξένες επενδύσεις στη χώρα. Το 1998 οι ξένες επενδύσεις έφταναν σε αξία τα \$102 δισεκατομμύρια ενώ το 1989 ήταν \$28 δισεκατομμύρια. (Curtis Andersen, 2002)

Μια από τις πολιτικές που η Ιαπωνία έχει χρησιμοποιήσει για να αλλάξει την εικόνα της, ειδικά στην Ασία, είναι η ξένη ενίσχυσης. Η Επιτροπή Βοήθειας Ανάπτυξης (DAC-Development Assistance Committee) του OECD (ΟΟΣΑ), που η Ιαπωνία συμμετέχει από το 1964, θέτει 0,7% του ΑΕΠ ως στόχο για επίσημη βοήθεια για την Ανάπτυξη μιας χώρας (ODA). Η Ιαπωνία δεν έφθασε ποτέ σε αυτήν την αναλογία, παρέχοντας το 0,35% το 1999, αλλά παρόλα αυτά μεγαλύτερο ποσό από το 0,10% που παρείχαν οι ΗΠΑ, αλλά λιγότερο από άλλες χώρες όπως η Δανία (0,99 τοις εκατό) και η Νορβηγία (0,91 τοις εκατό). Επειδή όμως το ΑΕΠ της χώρας είναι μεγάλο από το 1985 η Ιαπωνία είναι παγκοσμίως ο μεγαλύτερος προμηθευτής του ODA. Το 1999 έδωσε περισσότερα

από \$15 δισεκατομμύρια σε βοήθεια, ποσό μεγαλύτερο από τις ΗΠΑ (\$9,1 δισεκατομμύρια), τη Γαλλία (\$5,5 δισεκατομμύρια) και τη Βρετανία (\$3,3 δισεκατομμύρια). Η Ιαπωνία είναι επίσης ο μεγαλύτερος συνεισφέρων και το ισχυρότερο μέλος της Ασιατικής Τράπεζας Ανάπτυξης (ADB). (Curtis Andersen, 2002)

Οι δεκαετίες του '80 και του '90 δημιούργησαν μια καλή εικόνα το ρόλου της Ιαπωνίας παγκοσμίως. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι Ιάπωνες, ειδικά οι σπουδαστές, να αποκτούν μια ευρύτερη παγκόσμια άποψη και διαπολιτισμικές δεξιότητες. Έτσι ωθούνται να γίνουν πιο εξωστρεφείς αλλά και αποδεκτοί από άλλες χώρες.

Η οικονομική επιτυχία της Ιαπωνίας έχει υποστηριχτεί από το εκπαιδευτικό σύστημά της. Ο στόχος του ήταν να παραγάγει μορφωμένους και εξαιρετικά αφοσιωμένους εργαζόμενους. Παρόλα αυτά κατά τη δεκαετία του 1990 το σύστημα εξέτασης και εισαγωγής στην ανώτερη εκπαίδευση κρίνεται ανεπαρκές και ασκεί πίεση στους νέους. Έτσι από κάποιους απορρίπτεται και αναζητούνται εναλλακτικές μορφές εκπαίδευσης. Ενώ θεωρητικά οι γυναίκες έχουν ίση πρόσβαση στα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης, στην πράξη η εικόνα είναι διαφορετική. Το 1999, 29% των γυναικών που ολοκλήρωσαν το γυμνάσιο πήγε στο πανεπιστήμιο ενώ για τα αγόρια το αντίστοιχο ποσοστό είναι 46. Παρόλα αυτά υπήρξε βελτίωση σε σχέση με παλιότερα καθώς το 1960 το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών ήταν κάτω από 3% τοις εκατό. (Curtis Andersen, 2002)

Μια άλλη αλλαγή της δεκαετίας σε κοινωνικό επίπεδο είναι η αύξηση στην ηλικία γάμου των Ιαπώνων. Το 1996 η μέση ηλικία γάμου για τους άνδρες ήταν περίπου 30 έτη και για τις γυναίκες περίπου 27 έτη, μια αύξηση σε σχέση με το 1950 όπου οι αντίστοιχες ηλικίες ήταν 26 έτη για τους άνδρες και 23 έτη για τις γυναίκες.

Η στάση απέναντι στην εργασία έχει επίσης αλλάξει. Η εργασία αντιμετωπίζεται ως απαραίτητο κακό, παρά ως πηγή προσωπικής ικανοποίησης, όπως παλιότερα. Μόλις επιτεύχθηκε η οικονομική επιτυχία οι Ιάπωνες δεν έβρισκαν πλέον ικανοποιητική την καθημερινή τους ζωή. Τα οικονομικά προβλήματα της δεκαετίας του '90 δημιούργησαν και μια έλλειψη πίστης στο υπάρχον σύστημα και σε συνδυασμό με τις δυσκολίες στην εξασφάλιση απασχόλησης, είχαν επιρροή κυρίως στους νέους. Οι γονείς ή οι παππούδες τους είχαν μια πολύ σαφέστερη ιδέα γιατί εργάζονταν τόσο σκληρά, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες του πολέμου και την ανάγκη να επανοικοδομηθεί μια κατεστραμμένη χώρα. Οι νέοι Ιάπωνες σήμερα αμφισβητούν τους ρόλους που τους έχουν ορίσει προηγούμενες γενιές και ψάχνουν εναλλακτικούς τύπους εργασίας και

τρόπου ζωής. Υπήρξε αύξηση του φαινομένου karoshi δηλαδή «θάνατος από υπερκόπωση», το οποίο μερικοί θεωρούν ότι έχει θύματα περίπου 10.000 ζωές κάθε έτος στην Ιαπωνία, και της οποίας το πιο πρόσφατο γνωστό θύμα ήταν ο πρωθυπουργός Obuchi Keizo το 2000. Ενώ οι Ιάπωνες εργαζόμενοι κατά τη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών έτειναν να παραμείνουν αφιερωμένοι σε μια επιχείρηση, από το 1990 και μετά η μετακίνηση μεταξύ των επιχειρήσεων είναι συχνό φαινόμενο. Ο ρόλος των γυναικών στον εργασιακό χώρο αλλάζει. Οι γυναίκες εργάζονται στην ηλικία των 20, εγκαταλείπουν την εργασία στην ηλικία των 30 ή 40 για να δημιουργήσουν οικογένεια και στη συνέχεια επιστρέφουν στην εργασία (συχνά μερικής απασχόλησης) στην ηλικία των 50.

Μια από τις σημαντικότερες προκλήσεις που απασχολούσαν και απασχολούν την Ιαπωνία είναι η γήρανση του πληθυσμού της. Στα μέσα του αιώνα προβλέπεται ότι η Ιαπωνία θα έχει την πιο ηλικιακά μεγάλη κοινωνία στον κόσμο, με περίπου έναν στους τρεις πολίτες να είναι ηλικίας άνω των 65 ετών. Στις ερχόμενες δεκαετίες μια από τις σημαντικότερες προκλήσεις θα είναι οι δαπάνες για την υποστήριξη του μεγάλου σε ηλικία πληθυσμού. (Kingston Jeff, 2011)

Από την άποψη του εμπορίου με άλλες χώρες, κρίθηκε ότι ο υπερβολικός ανταγωνισμός είναι καταστρεπτικός. Με την παραγωγή προϊόντων να βρίσκεται σε μεγάλο βαθμό εκτός της χώρας και τη διείδυση ιαπωνικών επιχειρήσεων σε οικονομίες χωρών του εξωτερικού, δίνεται μεγάλη έμφαση στη συνεργασία. Η Ιαπωνία παραμένει η κατευθυντήρια δύναμη σε οικονομίες άλλων χωρών. Περίπου το 70% του ΑΕΠ της Ασίας προέρχεται από την Ιαπωνία. Οι αποφάσεις που λαμβάνονται σε αυτήν την χώρα επομένως έχουν σημαντικές περιφερειακές ή και παγκόσμιες επιπτώσεις.

Μαζί με την ανάπτυξη των διεθνών συνδέσεων, υπάρχει μεγάλη ζήτηση για εκμάθηση της αγγλικής γλώσσας. Τα αγγλικά μαθαίνονται ως αντικείμενο εξέτασης, δίνοντας έτσι έμφαση στην αγγλική γραμματική και όχι σε δεξιότητες επικοινωνίας. Έτσι έγινε εισαγωγή της εκμάθησης της αγγλικής γλώσσας στο πρόγραμμα σπουδών. Επίσης υπήρξε σημαντική έλλειψη της χρήσης του διαδικτύου, κυρίως λόγω της κυριαρχίας των αγγλικών. Η χώρα είχε περίπου 1700 χρήστες ανά 10.000 πολίτες, ενώ αντίστοιχα για την Αυστραλία είναι 3600 και για τις ΗΠΑ 4500. (Curtis Andersen, 2002)

Οι Ιάπωνες χαρακτηρίζονται ως δημιουργικός λαός, καθώς η ιστορία τους δείχνει την ικανότητά τους να δέχονται ιδέες και τεχνολογία και να δημιουργούν πάνω σε αυτές.

Ο Ιαπωνικός πολιτισμός γίνεται γνωστός και διαδίδεται σε άλλες χώρες. Η Ιαπωνική μουσική γίνεται δημοφιλής σε όλη την Ασία. Οι Ιάπωνες σχεδιαστές μόδας κατέχουν σημαντική θέση στον τομέα της μόδας, ενώ Ιάπωνες αρχιτέκτονες όπως οι Ando Takao και Kurosawa Kishio γίνονται γνωστοί. Το όνομα της Nintendo γίνεται δημοφιλές στη βιομηχανία παιχνιδιών υπολογιστών. Τα ιαπωνικά τρόφιμα γίνονται δημοφιλή σε όλη την Ασία αλλά και τη Δύση. Τα Karaoke μπαρ διαδίδονται σε διάφορες χώρες.

Με την γνωριμία τους με τον υπόλοιπο κόσμο μέσω ταξιδιών στο εξωτερικό (σχεδόν 17 εκατομμύρια Ιάπωνες ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 2000), και μέσω του Διαδικτύου, οι Ιάπωνες αντιλαμβάνονται ότι υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι οργάνωσης των κοινωνικών συστημάτων. Έτσι γίνονται όλο και περισσότερο «διεθνείς πολίτες», με τους νέους κυρίως να έχουν αποκτήσει σημαντική γνώση άλλων χωρών και πολιτισμών. (Curtis Andrrsen, 2002)

Η Ιαπωνία στις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα παρουσιάζει ένα σημαντικό σύνολο ιδιοτήτων. Η Ιαπωνία σαν χώρα έχει το μειονέκτημα ότι έχει λίγους φυσικούς πόρους. Παρόλα αυτά οι Ιάπωνες μέσα από την ιστορία τους έχουν δείξει ότι είναι ικανοί να δημιουργούν πολιτισμό, παρά τις ελλείψεις πόρων και την απομόνωση. Επίσης σε δύσκολες συνθήκες, έχουν δείξει ότι μπορούν να προσαρμοστούν γρήγορα, διατηρώντας τις βασικές αξίες τους.

Κεφάλαιο 3^ο Διμερείς σχέσεις Ευρωπαϊκής Ένωσης- Ιαπωνίας

Από το 1637 η Ιαπωνία ήταν απομονωμένη από τον υπόλοιπο κόσμο και δεν είχε διπλωματικές σχέσεις με καμία χώρα. Οι σχέσεις αυτές ξεκίνησαν μετά το άνοιγμα της χώρας και τη στροφή προς το δυτικό κόσμο, δηλαδή από το 1868 και μετά. Η πρώτη προσέγγιση Ιαπωνίας και Ευρωπαϊκή Ένωσης χρονολογείται μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο με τη συμμετοχή τους σε διεθνείς οργανισμούς (IMF, GATT).

3.1 Πολιτικές και πολιτισμικές σχέσεις

Το 1956 η Ιαπωνία έγινε μέλος των Ηνωμένων Εθνών, γεγονός που δεν έφερε ιδιαίτερα αποτελέσματα ως προς τις σχέσεις της με την Ε.Ε. καθώς μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο η Ιαπωνία ήταν σε άσχημη κατάσταση σε οικονομικό, στρατιωτικό, πολιτικό, κοινωνικό και βιομηχανικό επίπεδο και είχε μεγάλη εξάρτηση από τις Η.Π.Α..

Τη δεκαετία του 1970 αυξήθηκε το ενδιαφέρον των κρατών της Ε.Ε. για την Ιαπωνία, λόγω της μεγάλης διείσδυσης των ιαπωνικών προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά. Μετά τον Ψυχρό πόλεμο και πιο συγκεκριμένα από το 1991, ξεκίνησε πιο ουσιαστική προσέγγιση της Ε.Ε. και της Ιαπωνίας με σημαντικότερες ημερομηνίες τις ακόλουθες: Τον Ιούνιο του 1991 υπογράφεται η Κοινή Διακήρυξη Ε.Ε. και Ιαπωνίας, με σκοπό να ενισχύσει το πλαίσιο πολιτικού διαλόγου και να προβιβάσει τις σχέσεις σε επίπεδο οικονομικής συνεργασίας.

Το Μάρτιο του 1995 προτείνεται από την Κομισιόν το «Next Steps» το οποίο εκφράζει το κοινό ενδιαφέρον για ασφάλεια και σταθερότητα στην περιοχή και των δύο δυνάμεων. Σε αυτό το πλαίσιο η Ιαπωνία δεσμεύτηκε να βοηθήσει στην ανοικοδόμηση της πρώην Γιουγκοσλαβίας, ενώ η Ε.Ε. δεσμεύτηκε να υποστηρίξει τη μείωση της πυρηνικής εξάπλωσης στην Κορεατική χερσόνησο.

Τον Ιούνιο του 2002 στο Τόκιο υπογράφηκε το «Σχέδιο Δράσης» στο οποίο διατυπώνονται οι κοινοί στόχοι των δύο δυνάμεων. Έτσι αποφασίστηκε για την Ιαπωνία να συνεχίσει να στηρίζει τις υπό ένταξη στην Ε.Ε. χώρες και για την Ε.Ε. να

συνεχίσει την ενδυνάμωση των οικονομικών δομών και τον εκδημοκρατισμό των ασιατικών χωρών.

Το Μάιο του 2005 στην 14^η Σύνοδο Κορυφής μεταξύ Ε.Ε. και Ιαπωνίας, στο Λουξεμβούργο, καθορίστηκαν οι οικονομικές και εμπορικές σχέσεις των δύο πλευρών και συζητήθηκε η αντιμετώπιση διεθνών εμπορικοοικονομικών ζητημάτων. Αναθεωρήθηκε η εφαρμογή του προγράμματος δράσης (Action Plan), τέθηκαν κοινοί στόχοι και συζητήθηκαν διεθνή και διμερή ζητήματα.

Ένας ακόμα στόχος που τέθηκε ήταν η πολιτισμική προσέγγιση και η αλληλοκατανόηση των δύο πλευρών. Έτσι το έτος 2005 ανακηρύχθηκε ως έτος ανταλλαγής ατόμων «EU-Japan Year of People-to-People Exchanges» με στόχο την επικοινωνία των δύο λαών και την ανταλλαγή ιδεών σε διάφορους τομείς όπως η τέχνη, η εκπαίδευση, η οικονομία, η πολιτική, η επιστήμη, ο αθλητισμός.

3.2 Οικονομικές-Εμπορικές σχέσεις

Το άνοιγμα της αγοράς της Ιαπωνίας στον ξένο ανταγωνισμό και η ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων με άλλους λαούς ξεκίνησε με τις ΗΠΑ. Οι εμπορικές διαπραγματεύσεις για το άνοιγμα της αγοράς της Ιαπωνίας ξεκίνησαν το 1971 με το ντάμπινγκ των υφαντουργικών προϊόντων της Ιαπωνίας στην αγορά των ΗΠΑ και ακολούθησε το 1978 η προώθηση γεωργικών προϊόντων της Αμερικής στην αγορά της Ιαπωνίας και αργότερα το ντάμπινγκ των κομπιούτερ τσιπς στην αγορά των ΗΠΑ και η βελτίωση της πρόσβασης αμερικανικών προϊόντων στην Ιαπωνία. Από το 1989 και έπειτα οι ΗΠΑ προσέγγισαν την Ιαπωνική αγορά και ενδιαφέρθηκαν για το άνοιγμα των αγορών της Ιαπωνίας στις κατασκευαστικές και μηχανολογικές εταιρίες, στις εταιρίες δορυφορικών τηλεπικοινωνιών και στις ξυλουργικές εταιρίες.

Μέχρι το 1994 η ΕΕ προτίμησε την εκμετάλλευση της προόδου των διαπραγματεύσεων Ιαπωνίας-ΗΠΑ. Από το 1970 και μετά, διευκολύνονται οι επενδύσεις προς την Ιαπωνία, η οποία αποτελεί δελεαστική αγορά, καθώς από μια εξαγωγική κοινωνία με προσανατολισμό στην παραγωγή, μεταμορφώνεται σε μια εισαγωγική κοινωνία με προσανατολισμό στην κατανάλωση. Το γεγονός ότι η ιαπωνική αγορά στρέφεται σε εισαγόμενα προϊόντα δημιουργεί ευκαιρίες προς εκμετάλλευση για επιχειρήσεις του

εξωτερικού. Η σπουδαιότητα της ιαπωνικής αγοράς καθορίζεται από τους εξής παράγοντες:

- Το μεγάλο μέγεθος και τη συνεχή και γρήγορη ανάπτυξη της οικονομίας της
- Τη γεωγραφική της θέση στην ασιατική περιοχή του Ειρηνικού
- Τη φήμη της ως του σκληρότερου ανταγωνιστή στον κόσμο
- Τη φήμη της ως του νεωτεριστή της τεχνολογίας

(Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Ενδεικτικά ιαπωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ε.Ε. αναφέρονται:

- Η Sony, η οποία ιδρύθηκε μεταπολεμικά και έχει αναπτύξει εκτεταμένα δίκτυα διάθεσης, μεγάλες κατασκευαστικές εγκαταστάσεις και μεγάλη αναγνωρισιμότητα σε Ευρώπη, Ασία και Αμερική. Στα πλαίσια της ανάπτυξής της σε χώρες του εξωτερικού επέλεξε να αναπτύξει το δικό της διεθνές δυναμικό, επιλέγοντας και υποστηρίζοντας τους διανομείς του εξωτερικού. Το 1960 επέκτεινε το δίκτυο διανομής της σε Ευρώπη και Αμερική, ιδρύοντας τη Sony Overseas SA και τη Sony Corporation of America. Στα τέλη της δεκαετίας του 1960 άρχισε να αντικαθιστά τα σημεία διανομής με θυγατρικές πωλήσεων και υπηρεσιών και στη συνέχεια απέκτησε βιομηχανικές εγκαταστάσεις σε χώρες του εξωτερικού, βάση της νοοτροπίας ότι τα προϊόντα πρέπει να παράγονται εκεί που βρίσκονται οι αγορές τους. Ήδη μέχρι το 1991 οι πωλήσεις της Sony στις χώρες του εξωτερικού αποτελούν το 74% των συνολικών της πωλήσεων.
- Η Nissan η οποία ιδρύθηκε το 1933, δραστηριοποιείται στον τομέα της κατασκευής και πώλησης αυτοκινήτων, ενώ έχει εγκαθιδρύσει μονάδες βιομηχανικού και υφαντουργικού εξοπλισμού, ναυτιλίας και αεροναυπηγικές. Παρόλη την επέκτασή της σε όλους αυτούς τους τομείς, το 90% των δραστηριοτήτων της προέρχεται από την κατασκευή και την πώληση αυτοκινήτων. Από το 1976 άρχισε να κατασκευάζει και στην Αυστραλία, ενώ μετά από 16 χρόνια ίδρυσε τη Nissan Motor Corporation στις ΗΠΑ και μέσα στην ίδια δεκαετία εγκατέστησε εστίες διάθεσης σε ευρωπαϊκές χώρες.
- Η Toyota Motor Corporation, η οποία αποτελεί τη μεγαλύτερη ασιατική πολυεθνική σε κύκλο εργασιών, πάγιο ενεργητικό και κερδοφορία. Χαρακτηρίζεται από τις παραγωγικές της ικανότητες, τη μεγάλη χρηματοοικονομική δύναμη, τον ευρύ όμιλο θυγατρικών επιχειρήσεων και την ισχυρή θέση της στην αγορά. Ιδρύθηκε το 1933. Το 1936 μετά τη νομοθεσία

που προέβλεπε ότι όλες οι ιαπωνικές εταιρίες αυτοκινήτων θα έπρεπε να βρίσκονται υπό την κυριότητα και τη διεύθυνση ατόμων ιαπωνικής εθνικότητας τουλάχιστον κατά το 50%, αποφάσισε την επέκτασή της. Το 1957 ξεκίνησαν τις εξαγωγές μελετώντας την επιτυχημένη στρατηγική προώθησης που είχε η Volkswagen. Ως το 1982 τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ είχε αναλάβει μια ξεχωριστή και όχι θυγατρική εταιρία, η Toyota Motor Sales, η οποία στη συνέχεια συγχωνεύτηκε με την Toyota Motor Corporation. Κατά τη δεκαετία του 1980 είχε αποκτήσει παραγωγικές εγκαταστάσεις σε Βραζιλία, Περού, Πορτογαλία, Αυστραλία, Ινδονησία, Νέα Ζηλανδία, Ταϊλάνδη και Ινδία, ενώ το 1992 απέκτησε και στο Ηνωμένο Βασίλειο για την εξυπηρέτηση της αγοράς της Ευρώπης. Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 οι πωλήσεις της ξεπερνούσαν τα 64 δισεκατομμύρια δολάρια και κατείχε την πρωταρχική θέση σε έναν πολύ μεγαλύτερο όμιλο. Ο όμιλος Toyota μπορεί να χαρακτηριστεί ως μια μεγάλη πυραμίδα με τρία επίπεδα. Το ανώτερο αποτελείται από 12 μεγάλες εταιρίες, το μεσαίο από δύο κύριους ομίλους, ενώ στο κατώτερο επίπεδο αποτελείται από εκατοντάδες μικρότερες εταιρίες, ο ακριβής αριθμός των οποίων είναι άγνωστος σε άτομα εκτός του ομίλου.

- Η Honda Motor Corporation η οποία έστρεψε την προσοχή της σε ξένες αγορές παρά στην ιαπωνική, κυρίως στις ΗΠΑ. Όπως η Toyota και η Nissan, διαθέτει διεθνές δίκτυο πωλήσεων. Οι πωλήσεις της αποτελούν το 1/3 των πωλήσεων της Toyota, όμως μπορεί να ανταγωνιστεί ισάξια στις αγορές των ΗΠΑ και της Ευρώπης, καθώς δίνει έμφαση στις πωλήσεις της στο εξωτερικό γι' αυτό και θεωρείται πιο διάσημη στις χώρες του εξωτερικού παρά στην Ιαπωνία. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

Η Ιαπωνία αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία, αποτελώντας το 2,08% του παγκόσμιου πληθυσμού και το 1/8 περίπου του παγκόσμιου GDP (gross domestic product). Το διάστημα 1999-2003 οι εξαγωγές προϊόντων της ΕΕ στην Ιαπωνία έφτασαν κατά μέσο όρο ετησίως το 3,5%. Το 2003 η Ιαπωνία αποτελούσε την 4^η εξαγωγική χώρα της ΕΕ μετά τις ΗΠΑ, την Ελβετία και την Κίνα. Κατέχει το 8,1% των εξαγωγών αγροτικών προϊόντων της ΕΕ, το 6% των εξαγωγών σε υφάσματα, το 5,4% σε χημικά προϊόντα. Σε επίπεδο εισαγωγών από την Ιαπωνία στην ΕΕ, το 2003 κατείχε το 8,2% των εισαγωγών αποτελώντας σημαντική πηγή εισαγωγών μετά τις ΗΠΑ και την Κίνα. Ξένες επενδύσεις στην Ιαπωνία ενθαρρύνονται μέχρι σήμερα, καθώς δεν παρουσιάζει ενδιαφέρον μόνο ως εθνική αγορά αλλά και λόγω της θέσης της στην ευρύτερη περιφέρεια της Ασίας στην οποία κατέχει ηγετικό ρόλο και δημιουργεί

εμπορικές επιρροές και καταναλωτικές τάσεις. Παρόλα αυτά οι ξένες επενδύσεις στην Ιαπωνία παραμένουν πολύ χαμηλές σε σύγκριση με επενδύσεις της ΕΕ σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες. Οι εμπορικές σχέσεις γενικότερα ΕΕ-Ιαπωνίας, χαρακτηρίζονται από μεγάλο εμπορικό πλεόνασμα υπέρ της δεύτερης. Το γεγονός αυτό αντανακλά τις δυσκολίες στην πρόσβαση των ξένων επιχειρήσεων στην Ιαπωνία. Στις αρχές του 1990 η Ιαπωνία άρχισε να ανοίγει την αγορά της στο διεθνή ανταγωνισμό. Η ενίσχυση των δεσμών μεταξύ Ιαπωνίας και Ε.Ε. επιτυγχάνεται με την ανάπτυξη σταθερών εμπορικών και οικονομικών σχέσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, η Ε.Ε. επιμένει στην βελτίωση των όρων πρόσβασης ευρωπαϊκών προϊόντων και υπηρεσιών στην ιαπωνική αγορά.

Οι εμπορικές και οικονομικές σχέσεις ΕΕ-Ιαπωνίας θεσμοθετούνται από:

- Τη Συμφωνία Αμοιβαίας Αναγνώρισης Προτύπων (Agreement on mutual recognition between the European Community and Japan), για τη διευκόλυνση του εμπορίου μέσω της απλοποίησης των διαδικασιών πιστοποίησης σε φαρμακευτικά, χημικά, ηλεκτρικά και τηλεπικοινωνιακά προϊόντα
- Τη Συμφωνία Συνεργασίας για την Ανταγωνιστικότητα (Agreement between the European Community and the Government of Japan concerning cooperation on anti-competitive activities), με σκοπό την αποτελεσματική επιβολή των νόμων και μέτρων υπέρ της ανταγωνιστικότητας, μέσω της συνεργασίας και συντονισμού των αρμοδίων αρχών των δύο πλευρών για αποφυγή τυχόν συγκρούσεων.

Οι εμπορικές σχέσεις Ιαπωνίας-Ε.Ε. ξεκίνησαν την δεκαετία του 1970 όταν οι Ευρωπαϊκές Κοινότητες άρχισαν να λειτουργούν ως ενιαίος εμπορικός σχηματισμός. Το ίδιο διάστημα αυξήθηκαν και οι άμεσες επενδύσεις από Ιαπωνικές επιχειρήσεις στην Ευρώπη. Τα 3/4 των εισαγωγών της Ε.Ε. από την Ιαπωνία αφορούν σε μηχανολογικό εξοπλισμό, αυτοκίνητα και ανταλλακτικά και ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές. Ενώ το 70% των εισαγωγών της Ιαπωνίας από την Ε.Ε. αφορούν σε μηχανολογικό εξοπλισμό και αυτοκίνητα, και 30% σε άλλα βιομηχανικά είδη. Μεταξύ των σημαντικότερων εξαγόμενων προϊόντων της Ε.Ε. στην Ιαπωνία συγκαταλέγονται τα φαρμακευτικά και τα αγροτικά προϊόντα.

Πίνακας 3: Εμπορικό ισοζύγιο Ιαπωνίας – Ε.Ε. για τα έτη 2004-2009

Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών-Στατιστική Υπηρεσία Ιαπωνίας

(σε δισ. Γιεν)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
ΕΞΑΓΩΓΕΣ στην Ε.Ε.	9.461,6	9.651,8	10.911,6	12.397,8	11.429,8	6.749,78
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ από Ε.Ε.	6.209,1	6.470,1	6.955,2	7.662,7	7.291,6	5.513,21
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ	3.252,4	3.181,6	3.956,4	4.735,1	4.138,1	12.263,0

Ανάμεσα στις χώρες της ΕΕ, πρωταρχική θέση στις εξαγωγές για το 2009 καταλαμβάνει η Γερμανία (28,3% του συνόλου των Ευρωπαϊκών εξαγωγών στην Ιαπωνία) και ακολουθούν η Γαλλία (15,4%), η Ιταλία (10,78%), το Ηνωμένο Βασίλειο (9,6%), η Ιρλανδία (7,88%) και η Ολλανδία (5,85%). Η Ελλάδα με ποσοστό 0,10% βρίσκεται στη 19^η θέση. Η Γερμανία όμως είναι και ο μεγαλύτερος εισαγωγέας ιαπωνικών προϊόντων για το 2009 με ποσοστό 23,01% (αύξηση κατά 1,4%) επί του συνόλου των ιαπωνικών εισαγωγών στην Ε.Ε. Δεύτερος κατά σειρά σημαντικότερος εισαγωγέας ιαπωνικών προϊόντων είναι η Ολλανδία (18,66%) και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο (16,32%), η Γαλλία (8,55%), το Βέλγιο (7,38%) και η Ιταλία (6,63%). Η Ελλάδα με ποσοστό 0,94% βρίσκεται στη 14^η θέση.

Οι ξένες επενδύσεις έχουν θετικές επιδράσεις στην οικονομία της χώρας που τις δέχεται, καθώς βελτιώνουν το ισοζύγιο πληρωμών, εξασφαλίζουν συναλλαγματικούς πόρους και βοηθούν στη μεταφορά τεχνολογίας και ικανοτήτων και έτσι επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα και την κερδοφορία της βιομηχανίας της χώρας-αποδέκτη. Αρνητική επίδραση των ξένων επενδύσεων στην οικονομία της χώρας-αποδέκτη αποτελεί το γεγονός ότι οι εισροές κεφαλαίων ακολουθούνται από εξαγωγές κεφαλαίων με τη μορφή επαναπατρισμένων κερδών και έτσι μειώνεται το αποτέλεσμα των θετικών επιδράσεων. (Μουρδουκούτας, 1995)

Οι ιαπωνικές επενδύσεις αποτελούν φορείς νέας τεχνολογίας, δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας, χρησιμοποιούν εγχώριες πρώτες ύλες και συμβάλλουν στην εγχώρια οικονομία. Σύμφωνα με μελέτη του Ιαπωνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου (JETRO) το 1993 για τις ιαπωνικές επενδύσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 76,1% των ιαπωνικών επιχειρήσεων παράγουν προϊόντα που περιέχουν πάνω από το 50% των τοπικών υλών, το 76,9% των ιαπωνικών επιχειρήσεων αναγνωρίζουν την

αναγκαιότητα δημιουργίας τοπικών κέντρων έρευνας και τεχνολογίας, το 56% προσέλαβε τοπικό προσωπικό και το προώθησε σε ανώτερες διοικητικές βαθμίδες και το 75% συμμετείχε στα τοπικά επιμελητήρια και σε άλλους επιχειρηματικούς οργανισμούς.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑ

Κεφάλαιο 4^ο Διμερείς σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας

4.1 Πολιτικές σχέσεις

Οι διπλωματικές σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας ξεκινούν τον Ιούνιο του 1899 με τη σύναψη της «Συμφωνίας φιλίας, εμπορίου και ναυσιπλοΐας». Το 1922 η Ιαπωνία άνοιξε την πρώτη αντιπροσωπεία της στην Ελλάδα, η οποία έκλεισε όταν οι διπλωματικές σχέσεις των δύο χωρών διακόπηκαν λόγω του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, στον οποίο οι Ιάπωνες συμμάχησαν με τη Γερμανία και την Ιταλία. Μετά τον πόλεμο με τη σύναψη της Συνθήκης Ειρήνης του Σαν Φρανσίσκο, το Σεπτέμβριο του 1951 μεταξύ της Ιαπωνίας και των Συμμαχικών δυνάμεων, οι σχέσεις των δύο χωρών αποκαταστάθηκαν. Η επισφράγιση των φιλικών σχέσεων έγινε με την εγκατάσταση του Ιαπωνικού προξενείου στην Ελλάδα το 1956, το οποίο αναβαθμίστηκε και λειτουργεί ως Ιαπωνική Πρεσβεία στην Αθήνα το 1960 καθώς και με την παράλληλη εγκατάσταση της Ελληνικής Πρεσβείας στο Τόκιο τον Ιανουάριο του 1960 και το Γενικό Προξενείο στο Κομπέ το 1973, το οποίο έκλεισε το 1981. Επίσης, ο διορισμός του κ. Δημητρίου Μπακατσέλου ως Επίτιμο Γενικό Πρόξενο της Ιαπωνίας στη Θεσσαλονίκη δείχνει την στενή συνεργασία των δύο χωρών.

Οι σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας επισφραγίζονται από μια σειρά συμφωνιών, όπως:

- Η συμφωνία περί καταργήσεως της visa τον Μάιο του 1956
- Η ανανέωση της συνθήκης φιλίας, εμπορίου και ναυσιπλοΐας το 1958 (ΦΕΚ 101/1958)
- Η συμφωνία περί εναέριων υπηρεσιών τον Ιανουάριο του 1973, η οποία αναθεωρήθηκε το 1984.
- Η ανταλλαγή επιστολών το 1969 (η οποία όμως δεν ανανεώθηκε μετά το 1973)
- Η μορφωτική συμφωνία το Μάρτιο του 1981 (ΦΕΚ 45/1982)
- Η φορολογική συμφωνία σχετικά με την αγορά αυτοκινήτων από διπλωματικούς υπαλλήλους, η οποία υπεγράφη στο Τόκιο το 1972 και το 1973 επεκτάθηκε και σε άλλους τομείς όπως τοπικοί φόροι και δημοτικά τέλη.
- Η πράξη του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος ,αριθμός 82/5.7.1986 περί άμεσων επενδύσεων στην Ελλάδα κατοίκων χωρών εκτός ευρωπαϊκών κοινοτήτων.

Οι παραπάνω συμφωνίες διευκόλυναν και στην εμπορική συνεργασία των δύο χωρών όπως θα αναλυθεί στη συνέχεια.

Κοινή επιδίωξη των δύο χωρών είναι η αναβάθμιση των σχέσεων τους για την αντιμετώπιση ζητημάτων διεθνούς ενδιαφέροντος, όπως μεταξύ άλλων σχετικά με την περιοχή της Κορέας, των Βαλκανίων, της Ανατολικής Μεσογείου και της Μέσης Ανατολής. Για το συντονισμό της προσπάθειας προσέγγισης των δύο χωρών το 2002 έγινε κατάρτιση Σχεδίου Δράσεως για την προώθηση των Ελληνο-Ιαπωνικών Σχέσεων.

Σχετικά με την περιοχή των Βαλκανίων, η Ιαπωνία αντιλαμβάνεται το ρόλο που διαδραματίζει η Ελλάδα στην περιοχή, λόγω της γεωγραφικής της θέσης, της συμμετοχής της σε διεθνείς οργανισμούς όπως της Ε.Ε., του ΝΑΤΟ, του ΟΟΣΑ, της Παρευξινίας Οικονομικής Συνεργασίας, της πολιτικής σταθερότητας και της ανεπτυγμένης οικονομίας σε σχέση με τις υπόλοιπες βαλκανικές χώρες. Αντίστοιχα η Ελλάδα αναγνωρίζει τη συνεισφορά της Ιαπωνίας στην ειρήνη και στην ανάπτυξη της περιοχής. Κοινό στόχο συνιστά η προώθηση της ειρήνης, της ασφάλειας, της σταθερότητας και της ευημερίας στην περιοχή. Στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου σχετικά με το Κυπριακό Ζήτημα, η Ιαπωνία συνέβαλε οικονομικά στην Ειρηνευτική δύναμη των Ηνωμένων Εθνών στην Κύπρο (UNFICYP) και το Κυπριακό Ζήτημα συμπεριλήφθη στο Κοινό Σχέδιο Δράσης μεταξύ της Ε.Ε.- Ιαπωνίας. Ένδειξη αλληλεγγύης αποτελεί η ανθρωπιστική βοήθεια ύψους €14000000 που προσέφερε η Ιαπωνία στην Ελλάδα μετά το σεισμό στην Αθήνα το Σεπτέμβριο του 1999, όπως επίσης και η επιτυχής έκβαση της ομηρείας ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα το Νοέμβριο του 2000.

Εκτός από τα παραπάνω, οι δύο χώρες μοιράζονται κοινές αντιλήψεις σχετικά με τη σημασία των Ηνωμένων Εθνών ως θεματοφύλακα της παγκόσμιας ειρήνης και ευημερίας. Η συνεργασία τους σε διεθνή θέματα αναπτύχθηκε και κατά τη διάρκεια της ταυτόχρονης θητείας τους στο Συμβούλιο ασφαλείας των Ηνωμένων Εθνών κατά την περίοδο 2005-2006. Μοιράζονται την αντίληψη ότι τρομοκρατικές ενέργειες θέτουν σε κίνδυνο την ειρήνη και την ασφάλεια όλων των χωρών και τάσσονται εναντίον της τρομοκρατίας όπως ορίζεται στην Κοινή Διακήρυξη περί τρομοκρατίας μεταξύ ΕΕ-Ιαπωνίας (8 Δεκεμβρίου 2001 στις Βρυξέλλες).

Οι καλές πολιτικές σχέσεις μεταξύ των δύο κρατών επικυρώνονται και από μια σειρά ανταλλαγών επισκέψεων υψηλών προσώπων. Οι σημαντικότερες απ' αυτές είναι από την πλευρά της Ελλάδας η επίσκεψη του πρωθυπουργού Κ. Σημίτη το 2002 στην

Ιαπωνία που αποτελεί την πρώτη επίσημη επίσκεψη έλληνα πρωθυπουργού στην Ιαπωνία, της Προέδρου του Ελληνικού Κοινοβουλίου κας Α. Ψαρούδα-Μπενάκη στο Τόκιο το 2005, καθώς και η επίσκεψη του πρωθυπουργού Κ. Καραμανλή το 2005 επιλέγοντας την Ιαπωνία ως πρώτο προορισμό δείχνοντας έτσι τη σημαντικότητα που έχει η χώρα για την Ελλάδα. Αντίστοιχα ως ιδιαίτερα σημαντικές επισκέψεις από την Ιαπωνία στην Ελλάδα θεωρούνται η επίσκεψη του ιάπωνα πρωθυπουργού κ. Μόρι το 2001, του πρωθυπουργού κ. Κοϊζούμι το 2003 στα πλαίσια της συνάντησης κορυφής ΕΕ-Ιαπωνίας κατά την ελληνική προεδρία της ΕΕ, και η επίσκεψη του προέδρου της Βουλής των Αντιπροσώπων της Ιαπωνίας κ. Γιοχέι Κόννο το 2005.

Στην προσέγγιση των δύο χωρών συνέβαλλαν κάποια γεγονότα που προσέλκυσαν το ενδιαφέρον της Ιαπωνίας. Κάποια από αυτά είναι :

- Η κοινή απόφαση ΕΕ-Ιαπωνίας να αναπτύξουν σχέσεις σε όλους τους τομείς και ο ρόλος της Ελλάδας στην νοτιοανατολική Ευρώπη.
- Η συμμετοχή της Ελλάδας σε διεθνείς οργανισμούς (Ε.Ε., ΝΑΤΟ, ΟΟΣΑ, Παρευξείνια Οικονομική Συνεργασία) ,η αναπτυγμένη οικονομία της και το σταθερό δημοκρατικό της καθεστώς.
- Η επιτυχής διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων το 2004 παρουσίασε την Ελλάδα στην Ιαπωνία ως μια χώρα υπεύθυνη και αξιόπιστη, χαρακτηριστικά που θεωρούνται σημαντικά για ανάπτυξη σχέσεων με την Ιαπωνία.

4.2 Πολιτισμικές σχέσεις

Παρόλο που οι δύο χώρες έχουν διαφορετικές πολιτιστικές βάσεις και τις χωρίζει μεγάλη γεωγραφική απόσταση, εκτός από πολιτικοοικονομικές σχέσεις, διατηρούν και πολιτιστικές μέσω κοινών σημείων και αλληλοκατανόησης της κουλτούρας των δύο πολιτισμών.

Πριν οι δύο χώρες συνάψουν επίσημα διπλωματικές σχέσεις, ο Λευκάδιος Χερν «συνδέει» την Ελλάδα με την Ιαπωνία. Μέσω των έργων του παρουσιάζει την Ιαπωνία στον δυτικό κόσμο περιγράφοντας την καθημερινή ζωή, τις παραδόσεις και προσωπικά βιώματά του εκεί, συμβάλλοντας έτσι στην ευκολότερη προσέγγισή της και εγκαινιάζοντας άτυπα τις σχέσεις των δύο χωρών. Ο Λευκάδιος Χερν γεννήθηκε στη Λευκάδα από ελληνίδα μητέρα και αγγλοϊρλανδό πατέρα και μεγάλωσε στο Δουβλίνο. Σε ηλικία 19 ετών αναγκάστηκε να μεταναστεύσει στις Ηνωμένες πολιτείες όπου για

ένα χρονικό διάστημα έζησε κάτω από συνθήκες μεγάλης φτώχειας. Με τη βοήθεια του Χένρι Γουώτκιν βρήκε δουλειά σε μια εφημερίδα και στη συνέχεια έφτασε να εργάζεται ως δημοσιογράφος σε εφημερίδα του Σινσινάτι (Cincinnati Daily Enquirer). Το 1889 βρέθηκε στην Ιαπωνία και με τη βοήθεια του Μπάτζιλ Τσάμπερλαιν, εργάστηκε ως καθηγητής της αγγλικής γλώσσας στην πόλη Ματσούε στη βορειοδυτική Ιαπωνία ως το 1896 όταν το Αυτοκρατορικό Πανεπιστήμιο του Τόκυο του προσέφερε την έδρα του καθηγητή της Αγγλικής Γλώσσας και Φιλολογίας. Κατά τη διαμονή του στην Ιαπωνία παντρεύτηκε τη Σετζούκο Κοϊζούμι, κόρη οικογένειας σαμουράι και έγινε ιάπωνας πολίτης Υιοθετώντας το όνομα της συζύγου του, από Λευκάδιος Χερν ονομάζεται Κοϊζούμι Γιάκουμο. Με τα έργα του *Glimpses of an Unfamiliar Japan* (1894), *In Ghostly Japan* (1899), *Shadowings* (1900), *A Japanese Miscellany* (1901) και *Kwaidan* (1904), βοήθησε στην παρουσίαση της Ιαπωνίας στον δυτικό κόσμο συμβάλλοντας στο πολιτιστικό «άνοιγμα» της χώρας στον υπόλοιπο κόσμο. (el.wikipedia.org/wiki/Λευκάδιος_Χερν , <http://lafcadiohearn.jp/misc/life.html>)

Σε επίσημο επίπεδο η πολιτιστική συνεργασία των δύο χωρών ξεκινάει το 1956 με την ίδρυση του Ελληνοιαπωνικού Συνδέσμου και ακολουθούν κινήσεις προσέγγισης των δύο χωρών, με σημαντικότερες ημερομηνίες για τις ελληνοϊαπωνικές πολιτιστικές σχέσεις τις παρακάτω:

- Το 1956 ιδρύεται ο Ελληνο-Ιαπωνικός Σύνδεσμος στην Αθήνα, με σκοπό την προώθηση των σχέσεων μεταξύ Ελλάδος και Ιαπωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στον πολιτιστικό, μορφωτικό και οικονομικό τομέα. Ο Σύνδεσμος σε συνεργασία με την Πρεσβεία της Ιαπωνίας στην Αθήνα και με άλλους φορείς όπως το Japan Foundation και επί πολλά χρόνια με τον Ιαπωνικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου επιτυγχάνει τους στόχους του με τη διοργάνωση διαλέξεων και σεμιναρίων σχετικά με την ιαπωνική κουλτούρα, σεμινάρια εκμάθησης της ιαπωνικής γλώσσας και τη διοργάνωση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων με θέμα τις ιαπωνικές παραδοσιακές τέχνες.
- Τον Αύγουστο του 1982 με την Πολιτιστική Συμφωνία καθορίζεται το θεσμικό πλαίσιο και η απαραίτητη χρηματοδότηση για τις πολιτιστικές και μορφωτικές ανταλλαγές μεταξύ των δύο χωρών.
- Το 1999 με αφορμή την επέτειο των 100 χρόνων Ελληνοιαπωνικών σχέσεων διοργανώθηκαν εκδηλώσεις σχετικές με τη σύσφιξη των σχέσεων των δύο χωρών.
- Το 2002 υπογράφηκε Σχέδιο Δράσης με την ευκαιρία της επίσκεψης του Έλληνα πρωθυπουργού στην Ιαπωνία, ενόψει των Ολυμπιακών αγώνων, στο οποίο προβλέπεται η ύπαρξη Πολιτιστικών μηνών, κατά τους οποίους θα

λάμβαναν χώρα πολιτιστικές εκδηλώσεις και στις δύο χώρες, στις οποίες επισημαίνονται τα σημεία σύγκλισης των δύο πολιτισμών, παρά τη διαφορετικότητά τους. Σε αυτές συγκαταλέγονται θεατρικές παραστάσεις αρχαίου ελληνικού δράματος στην Ιαπωνία (Αντιγόνη από το Εθνικό Θέατρο), αρχαιολογικές εκθέσεις, ελληνικοί χοροί (από το Λύκειο Ελληνίδων), και στην Ελλάδα χαρακτηριστικό παράδειγμα των αντίστοιχων εκδηλώσεων αποτελεί ο Οιδίπους Τύραννος του Υ.Ninagawa στο θέατρο Ηρώδου Αττικού.

- Το 2004 ανακηρύχθηκε πολιτιστικό έτος της Ιαπωνίας στην Ελλάδα, όπου αναδείχθηκε η Ιαπωνική κουλτούρα μέσω σειράς εκδηλώσεων.
- Το 2005 ανακηρύχθηκε έτος ανταλλαγής πολιτών μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ιαπωνίας, γεγονός που συνέβαλλε στην πιο άμεση επαφή των πολιτισμών Ελλάδας- Ιαπωνίας.
- Ίδρυση της σχολής Ασιατικών σπουδών στο Ιόνιο πανεπιστήμιο, στην οποία περιλαμβάνεται η κατεύθυνση Ιαπωνικών σπουδών.

Ένδειξη της προσπάθειας των δύο πλευρών για επαφή αποτελεί και η αδελφοποίηση ελληνικών και ιαπωνικών πόλεων, όπως αναφέρονται παρακάτω μαζί με την ημερομηνία αδελφοποίησης:

Μυτιλήνη-Setouchi Νομός Okayama (6-7-1982)

Μύκονος-Yoron Νομός Kagoshima (4-11-1984)

Δελφοί-Nanto Νομός Toyama (14-6-1986)

Σπάρτη-Tanakura Νομός Fukushima (23-9-1986)

Αρχαία Επίδαυρος-Sasayama Νομός Hyogo (26-5-1987)

Αρχαία Ολυμπία-Inazawa Νομός Aichi (22-8-1987)

Οδός Ερμού (Αθήνα)-Okurayama Street Νομός Kanagawa (1-8-1988)

Λευκάδα-Shinjuku Νομός Tokyo (12-10-1989)

Μήλος-Shozu-gun Νομός Kagawa (8-10-1989)

Ενδεικτικά, οργανισμοί στην Ελλάδα που προωθούν τις σχέσεις Ελλάδας-Ιαπωνίας είναι οι εξής: η Ελληνο-Ιαπωνική κοινότητα, ο Ελληνο-ιαπωνικός Σύνδεσμος, το Ελληνο-Ιαπωνικό εμπορικό Επιμελητήριο, το Μορφωτικό-Αναπτυξιακό πολιτιστικό και ερευνητικό κέντρο Λευκαδο-Ιαπωνικής φιλίας «Λευκάδιος Χερν», ο Ελληνικός Σύλλογος Ανθοδετικής Ikebana Ohara και το Ελληνο-Ιαπωνικό Κέντρο.

4.3 Οικονομικές σχέσεις

4.3.1 Οικονομικές συμφωνίες

Οι οικονομικές σχέσεις μεταξύ των δύο χωρών ξεκινούν με τη σύναψη της Συμφωνίας φιλίας, εμπορίου και ναυσιπλοΐας τον Ιούνιο του 1899. Στα πλαίσια αυτά αναπτύχθηκαν οι οικονομικές και εμπορικές σχέσεις των δύο λαών, παρόλο που τα οικονομικά μεγέθη των δύο χωρών είναι δυσανάλογα. Η Ιαπωνία αναδείχτηκε δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία παγκοσμίως μετά τις Η.Π.Α. , με σταθερό ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας της και με το ΑΕΠ της να αποτελεί περίπου το 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ. Η Ελλάδα αποτελεί μικρή αγορά με πολύ μικρό πληθυσμό σε σχέση με αυτόν της Ιαπωνίας αλλά με υψηλή κατανάλωση σε σχέση με το μέγεθός της. Το χαρακτηριστικό αυτό, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι είναι η πιο σταθερή και ανεπτυγμένη χώρα στην περιοχή των Βαλκανίων, ευνοεί επιχειρηματικές ευκαιρίες για την Ιαπωνία για είσοδο στα Βαλκάνια.

Τα έτη 1997-2003, με την έναρξη του σχεδίου δράσης Ερμής, έγινε προσπάθεια προσέγγισης των δύο χωρών σε εμπορικό και οικονομικό επίπεδο. Το εγχείρημα αυτό ήταν ένα είδος πιλοτικής σύμπραξης του Υπουργείου Οικονομίας με την τότε Ένωση για την Ελληνοιαπωνική Επιχειρηματική Συνεργασία (Ελληνοιαπωνικό Εμπορικό Επιμελητήριο) και τους σχετικούς φορείς με τις Ελληνοιαπωνικές σχέσεις. Το σχέδιο είχε θετικά αποτελέσματα καθώς συνέβαλλε στην αύξηση των εξαγωγών, στην προσέλκυση επενδύσεων και διευκόλυνε επαφές των ιαπωνικών εταιριών με την Ελλάδα.

Το Σχέδιο Δράσεως για την Προώθηση των Ελληνοιαπωνικών Σχέσεων, που υπογράφηκε το 2002, υποστηρίζει την οικονομική και τεχνολογική προσέγγιση των δύο χωρών. Επίσης το ενδιαφέρον των ελληνικών εταιριών για την Ιαπωνική αγορά εκφράζεται και μέσω των εμπορικών αποστολών που πραγματοποιεί το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών στην Ιαπωνία.

Με σκοπό την ανάπτυξη επιχειρηματικών ευκαιριών, ιαπωνικές και ελληνικές εμπορικές εταιρίες πήραν την πρωτοβουλία να ιδρύσουν το Ελληνο-Ιαπωνικό εμπορικό επιμελητήριο. Το Ελληνο-Ιαπωνικό Επιμελητήριο ιδρύθηκε, στην Αθήνα, τον Ιούλιο του 2000, ως σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, συνεχίζοντας την πορεία της

Ένωσης για την Ελληνο-Ιαπωνική Επιχειρηματική Συνεργασία και στόχος του είναι η συνεχή προώθηση των αμοιβαίων οικονομικών, εμπορικών και επιχειρηματικών σχέσεων μεταξύ Ελλάδας και Ιαπωνίας. Την επίτευξη αυτού του στόχου επιδιώκει προσφέροντας τις ακόλουθες υπηρεσίες:

- Παροχή πληροφοριών και συμβουλών, σχετικά με την Ιαπωνική και την Ελληνική αγορά και οικονομία
- Υποστήριξη των οικονομικών συμφερόντων των μελών του ενώπιον των Ελληνικών και Ιαπωνικών κυβερνητικών υπηρεσιών, οργανισμών κλπ.
- Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών, εμπορικών εκθέσεων, σεμιναρίων και άλλων ενημερωτικών εκδηλώσεων
- Υποστήριξη και άμεση συνεργασία με το σχέδιο ΕΡΜΗΣ για την Προώθηση των Ελληνο-Ιαπωνικών Σχέσεων, του Υπουργείου Οικονομίας & Οικονομικών
- Συμβολή στην προώθηση της σύναψης εμπορικών και επιχειρηματικών σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και ενδιαφερομένων κύκλων των δύο χωρών
- Συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών σχετικά με την οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα και στην Ιαπωνία, καθώς και των εμπορικών τους συναλλαγών.
- Διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.

4.3.2 Εμπορικές σχέσεις

Το εμπορικό ισοζύγιο Ελλάδας-Ιαπωνίας ήταν έντονα ελλειμματικό εις βάρος της Ελλάδας. Η αναλογία εισαγωγών προς εξαγωγές της Ελλάδας είναι πολύ μεγαλύτερη από την αντίστοιχη της Ιαπωνίας. Όμως, το 2009, εξαιτίας της πτώσης των ιαπωνικών εξαγωγών προς την Ελλάδα, το έλλειμμα αυτό μειώθηκε κατά 49,3%. Σύμφωνα με έκθεση του γραφείου οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων της πρεσβείας της Ελλάδας στο Τόκιο, ο όγκος του εμπορίου σε αξία παρουσίαζε φθίνουσα πορεία τα έτη 1999-2002 ενώ αυξήθηκε σημαντικά το 2003 και είχε φθίνουσα πορεία τα έτη 2004-2005. Σημαντική ήταν η αύξηση των ελληνικών εξαγωγών προς την Ιαπωνία από το 2002 ως το 2005, γεγονός στο οποίο συντέλεσε η διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων φέρνοντας την Ελλάδα στο παγκόσμιο προσκήνιο. Τα έτη 2008-2009 σημειώθηκε μείωση του εμπορικού ελλείμματος με αύξηση των εξαγωγών το 2008 κατά 59% και μείωση των εισαγωγών κατά 18%.

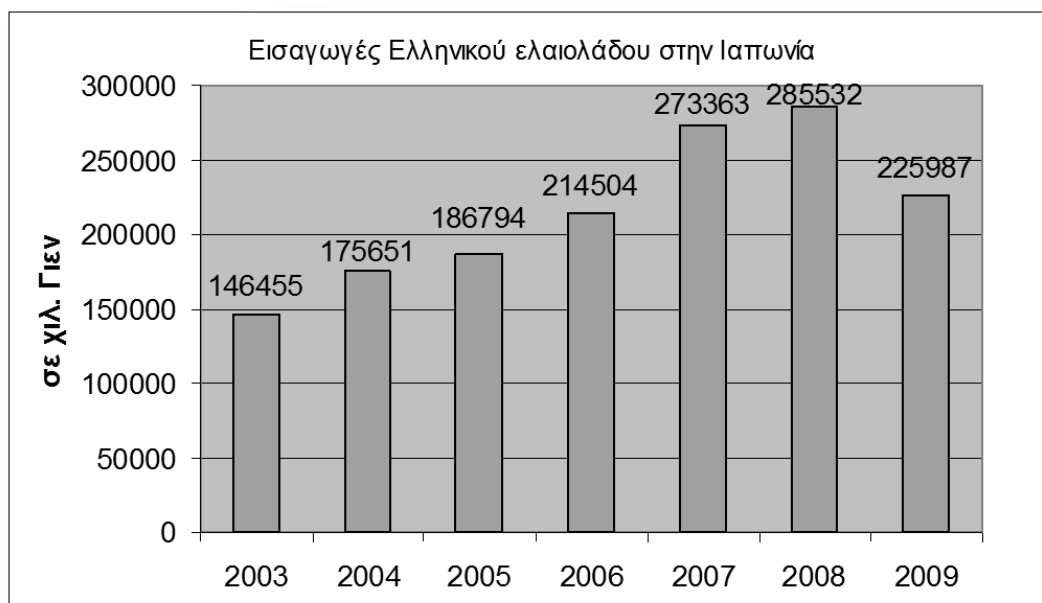
Πίνακας 4 : Διμερές Εμπόριο Ιαπωνίας – Ελλάδας (2005-2009)

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία -Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.

(σε χιλ. Γιεν)	2005	2006	2007	2008	2009
Εξαγωγές προς Ελλάδα	97.087.347	164.923.515	153.647.585	125.956.743	64.043.513
Εισαγωγές από Ελλάδα	12.757.693	8.898.998	6.642.768	10.570.820	5.598.614
Όγκος Εμπορίου	109.845.040	173.822.513	160.290.353	136.527.563	69.642.127
Ισοζύγιο	84.329.654	156.024.517	147.004.817	115.385.923	58.444.899

Η μειωμένη αγροτική παραγωγή και η στροφή των Ιαπώνων στον δυτικό τρόπο διατροφής, αποτελούν ευκαιρία για την εξαγωγή ελληνικών προϊόντων και σε συνδυασμό με τη βελτίωση των συνθηκών πρόσβασης των προϊόντων στην ιαπωνική αγορά δημιουργούνται ευνοϊκές συνθήκες αύξησης των εξαγωγών προϊόντων προς την Ιαπωνία.

Βασικά προϊόντα που εισάγονται στην Ελλάδα από την Ιαπωνία είναι μεταξύ άλλων τα εμπορικά πλοία και δεξαμενόπλοια καθώς και προϊόντα υψηλής τεχνολογίας και βιομηχανίας όπως οχήματα, συσκευές βίντεο, ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, ηλεκτρονικές συσκευές, μηχανολογικός εξοπλισμός, λέβητες, και φαρμακευτικά προϊόντα. Η Ελλάδα εξάγει προς την Ιαπωνία κυρίως αγροτικά προϊόντα και άλλα είδη όπως τσάντες και κοσμήματα. Όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα οι εξαγωγές Ελληνικού ελαιολάδου στην Ιαπωνία παρουσίαζαν αυξητική τάση μέχρι και το 2008, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης, περίπου 16%, σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου οικονομικών της Ιαπωνίας.



Γράφημα 1: Εισαγωγές Ελληνικού ελαιολάδου στην Ιαπωνία (2003-2009)

Πηγή: Στατιστική υπηρεσία- Υπουργείο οικονομικών Ιαπωνίας

Τα παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων (ντοματοπολτός, ντομάτες παρασκευασμένες ή διατηρημένες, ροδάκινα σε κονσέρβα) έχουν αναδειχθεί διαχρονικά ως τα σημαντικότερα ελληνικά προϊόντα στην ιαπωνική αγορά, με σταθερά αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια. Η αγορά ντοματοπολτού και παρασκευασμάτων ντομάτας στην Ιαπωνία ελέγχεται από την Ιταλία η οποία κατέχει μερίδιο πάνω από 43% στις συνολικές εισαγωγές που πραγματοποιεί η Ιαπωνία, ενώ η Ελλάδα κατέχει μόνο το 0,4% της ιαπωνικής αγοράς για αυτή την κατηγορία. Στον παρακάτω πίνακα υπάρχει η αξία των Ελληνικών εξαγωγών στην Ιαπωνία σε γιεν για τα έτη 2005-2009.

Πίνακας 5: Ελληνικές εξαγωγές παρασκευασμάτων λαχανικών και φρούτων στην Ιαπωνία

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία -Υπουργείο Οικονομικών Ιαπωνίας.

(σε Γιεν)	2005	2006	2007	2008	2009
Παρασκευασμένα φρούτα	640.157.000	709.153.000	770.299.000	710.657.000	564.303.000
Παρασκευασμένες ντομάτες	152.267.000	100.239.000	130.857	138.396.000	101.072.000
Παρασκευασμένα λαχανικά	30.863.000	15.520.000	13.989	16.060.000	23.807.000
Παρασκευασμένα φρούτα και λαχανικά σε ξύδι	3.332.000	241.000	4.629.000	3.052.000	804.000
Σύνολο	817.850.000	853.856.000	939.684.000	880.100.000	689.986.000

Ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων συμμετέχει στην έκθεση τροφίμων και ποτών FOODEX της Ιαπωνίας. Ελληνικές επιχειρήσεις προωθούν αντιπροσωπευτικά ελληνικά προϊόντα και έχουν την ευκαιρία να διερευνήσουν την ιαπωνική αγορά και να έρθουν σε επαφή με ιαπωνικές εισαγωγικές επιχειρήσεις. (www.casss.gr/PressCenter/Articles/1197.aspx)

Σχετικά ψηλά στην κατάταξη των σημαντικότερων σε αξία εξαγωγών προϊόντων στην Ιαπωνία συγκαταλέγονται οι εξαγωγές κατεψυγμένων ιχθύων και μαλακίων. Επίσης θετικό ρυθμό αύξησης παρουσιάζουν οι εξαγωγές πλαστικών, κατασκευών αλουμινίου και συνθετικών υφασμάτων. Ευκαιρίες για την ελληνική βιομηχανία καλλυντικών (ιδιαίτερα στα φυσικά προϊόντα) δημιουργούνται από το 2002 και μετά, με την απελευθέρωση της αγοράς καλλυντικών και την απλούστευση των διαδικασιών εισαγωγής των προϊόντων αυτών στην Ιαπωνία. Μια τέτοια ευκαιρία είναι σημαντική καθώς η Ιαπωνία είναι η δεύτερη, μετά τις ΗΠΑ, αγορά καλλυντικών παγκοσμίως με ετήσιες εισαγωγές που ξεπερνούν σε αξία τα 1,2 δις Ευρώ.

Η Ιαπωνία αποτελεί ελκυστικό τόπο επιχειρηματικής δραστηριότητας και εξαγωγών καθώς έχει μεγάλο αριθμό καταναλωτών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και παρέχει όλες τις απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη εμπορικών δραστηριοτήτων. Εκτός αυτού κατέχει ηγετικό ρόλο στην ευρύτερη περιοχή της Ασίας και έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί εμπορικές επιρροές και καταναλωτικές τάσεις.

4.3.3 Ναυτιλία

Σημαντικό τομέα επιχειρηματικών σχέσεων των δύο χωρών αποτελεί η ναυτιλία, καθώς Έλληνες πλοιοκτήτες επιλέγουν τα ιαπωνικά ναυπηγεία για τη ναυπήγηση πλοίων. Επίσης πολλοί Ιάπωνες επιχειρηματίες που βρίσκονται στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται στον τομέα της ναυτιλίας, καθώς επίσης σημαντική είναι η συμμετοχή ιαπωνικών ναυτιλιακών εταιριών στη Διεθνή Έκθεση Ναυτιλίας «Ποσειδώνια» που διοργανώνεται στην Ελλάδα. Η στενές σχέσεις των δύο χωρών στον κλάδο αυτό διαφαίνονται και μέσω της συμμετοχής τους σε διεθνείς ναυτιλιακούς οργανισμούς, όπως ο IMO στο Λονδίνο, το Ωκεανογραφικό Κέντρο στο Μονακό και σε επιτροπές του ΟΗΕ. Στον τομέα αυτό υπάρχει δραστηριότητα τόσο σε επίπεδο παραγγελιών προς τα ιαπωνικά ναυπηγεία όσο και στην ανάληψη μεταφορικού έργου

από ελληνικές εταιρίες. Το 1993 καταβλήθηκαν για ναυπήγηση πλοίων σε ιαπωνικά ναυπηγεία περίπου 160 εκατομμύρια δολάρια από την Ελλάδα, που αποτελούσε το 46% του συνόλου των ελληνικών εισαγωγών από την Ιαπωνία. Προς το τέλος της δεκαετίας του 1980 υπήρξε τριβή στις σχέσεις των Ελλήνων εφοπλιστών και των Ιαπωνικών ναυπηγείων λόγω μαζικών ακυρώσεων παραγγελιών από την πλευρά των Ελλήνων, οι οποίες αργότερα αποκαταστάθηκαν. (Πανηγυράκης, Μουρδουκούτας, 1999)

4.3.4 Τουρισμός

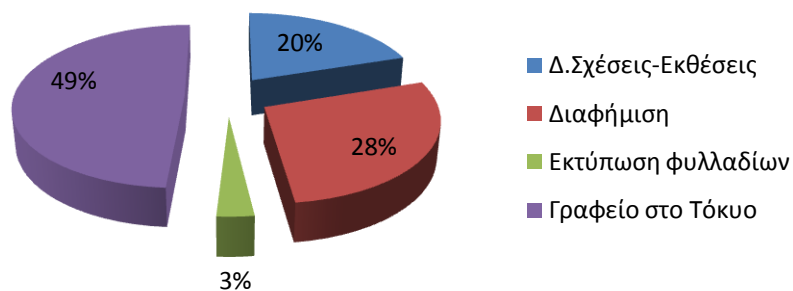
Στον τομέα του τουρισμού σημαντικές είναι οι δαπάνες του ΕΟΤ στην Ιαπωνία όπως παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα για τα έτη 1991-1995.

Πίνακας 6: Δαπάνη του ΕΟΤ στην Ιαπωνία (1991-1995)

Πηγή: ΕΟΤ

ΕΤΟΣ	Δ.ΣΧΕΣΕΙΣ-ΕΚΘΕΣΕΙΣ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΦΥΛΛΑΔΙΩΝ	ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΚΥΟ	ΣΥΝΟΛΟ
1991	40.000	324.000	-	103.000	467.400
1992	41.000	64.045	-	105.000	210.045
1993	45.000	97.697	11.648	125.000	279.345
1994	56.000	82.500	8.919	152.000	299.410
1995	70.000	60.000	12.418	148.000	291.018

Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών αφορούν σε λειτουργικές δαπάνες του γραφείου του ΕΟΤ στο Τόκυο. Αν εξετάσουμε συγκριτικά τις συνολικές δαπάνες του ΕΟΤ με τις αφίξεις των Ιαπώνων στην Ελλάδα το ίδιο διάστημα φαίνεται ότι τα αποτελέσματα δεν είναι τα αναμενόμενα βάσει της δαπάνης που πραγματοποιείται. Αυτό σημαίνει ότι παρά τη δαπάνη μάλλον το πρόβλημα εντοπίζεται στη στρατηγική μάρκετινγκ.



Γράφημα 2: Συνολική δαπάνη ΕΟΤ στην Ιαπωνία (1991-1995)

Πηγή: ΕΟΤ

Ο αριθμός των Ιαπώνων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, αν και παραμένει μικρός σε σχέση με τον ενεργό πληθυσμό της Ιαπωνίας. Επίσης αύξηση έχει παρατηρηθεί και στον αριθμό των Ελλήνων που επισκέπτονται την Ιαπωνία. Συγκεκριμένα, μεταξύ των ετών 2003-2007 σημειώθηκε αύξηση της τάξεως του 42,5%. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών εκατέρωθεν είναι κοινός στόχος των δύο χωρών.

Πίνακας 7: Αφίξεις Ιαπώνων τουριστών σε γειτονικές χώρες (2005-2007)

Πηγή: Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού Ιαπωνίας (JNTO)

	2005	2006	2007
Ελλάδα	45.509	50.525	57.650
Τουρκία	116.968	125.755	168.852
Κροατία	32.748	64.751	86.404
Αίγυπτος	74.446	87.939	129.590

Σημαντικό περιοριστικό παράγοντα στις επισκέψεις περισσότερων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα αποτελεί η απουσία απ' ευθείας αεροπορικής γραμμής σύνδεσης των δύο χωρών, σε αντίθεση με τις ανταγωνιστικές γειτονικές χώρες της Ελλάδας στον τομέα του τουρισμού, (Ιταλία, Τουρκία, Κροατία και Αίγυπτο) που δεν έχουν αντίστοιχα εμπόδια, με αποτέλεσμα να προσελκύουν μεγαλύτερο αριθμό Ιαπώνων τουριστών, όπως φαίνεται και στον παραπάνω πίνακα. Η δυνατότητα απευθείας πτήσεων Αθήνας-Τόκυο θα ενισχύσει άμεσα το τουριστικό ρεύμα Ιαπώνων τουριστών.

4.3.5 Επενδύσεις

4.3.5.α Ιαπωνικές επενδύσεις στην Ελλάδα

Παράγοντες που επηρεάζουν το μέγεθος των άμεσων επενδύσεων σε μια χώρα αποτελούν οι μακροοικονομικές συνθήκες, η αναμενόμενη απόδοση, ο δείκτης ανοίγματος του διεθνούς εμπορίου, ο πληθυσμός, το κατά κεφαλήν εισόδημα, η απόσταση, η οικονομική σημασία της ευρύτερης περιοχής στην οποία ανήκει η χώρα, οι εργασιακές σχέσεις, οι συνθήκες κεφαλαιαγοράς, η υποδομή, το θεσμικό πλαίσιο και η κρατική πολιτική.

Το μέγεθος των άμεσων Ιαπωνικών επενδύσεων στην Ελλάδα είναι μικρό. Ενδεικτικά οι συνολικές άμεσες επενδύσεις τη δεκαετία 1982-1991 έφτασαν τα 102εκατ. Δολάρια, ενώ ιαπωνικές επενδύσεις κατά την ίδια δεκαετία στην Πορτογαλία έφτασαν τα 192εκ. δολάρια, στην Ισπανία 2,24δισ. Δολάρια, στην Τουρκία 254εκ. δολάρια, σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 8: Άμεσες Ιαπωνικές επενδύσεις σε εκατομμύρια δολάρια (1982-1991)

Πηγή: International Direct Investment Statistics Yearbook, OECD, Paris 1993,p.150

	Ευρώπη	Ελλάδα	Πορτογαλία	Ισπανία	Τουρκία
1982	5919	96	23	233	1
1983	6913	96	27	285	1
1984	8853	96	27	425	1
1985	10789	96	27	516	4
1986	14258	96	27	602	6
1987	20823	96	33	885	16
1988	29821	97	40	1046	126
1989	44571	97	114	1547	166
1990	58754	101	182	1867	224
1991	67864	102	192	2245	254

Στον περιορισμένο αριθμό άμεσων ιαπωνικών επενδύσεων στην Ελλάδα συντέλεσαν ο μικρός πληθυσμός της χώρας, η μακροοικονομική αστάθεια κατά τη δεκαετία του 1980, η έλλειψη πληροφοριακού υλικού στην ιαπωνική γλώσσα καθώς και ο

συντηρητικός χαρακτήρας των ιαπωνικών επενδυτών, που σε αντίθεση με τους Αμερικάνους και του Ευρωπαίους, προτιμούν να επενδύουν σε δοκιμασμένες περιοχές. (Μουρδουκούτας,1995)

Στο βιομηχανικό κλάδο κατά την ίδια δεκαετία υπήρξαν ιαπωνικές επενδύσεις στην Ελλάδα, ενδεικτικά αναφέρονται οι :

- Εταιρεία Ελληνικού Χάλυβα (Hellenic Steel),η οποία ιδρύθηκε από όμιλο ιαπωνικών επιχειρήσεων σε συνεργασία με τις τράπεζες ΕΤΒΑ, ΕΤΕΒΑ ενώ αργότερα το ιαπωνικό μερίδιο πουλήθηκε σε γερμανικές εταιρίες.
- Tekkoshia Hellas, η οποία ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη σαν κοινοπραξία των Tesoh Corporation και Mitsubishi Corporation και παράγει υγρά μπαταριών προς εξαγωγή.
- Yoshida Hellas, η οποία ιδρύθηκε στη Θεσσαλία το 1983 από τη Zipper Producing YKK Group, για εισαγωγή παραγωγή και εμπορία φερμουάρ.
- Διεθνής Βιομηχανία ενδυμάτων, ελληνική εταιρία ενδυμάτων με ιαπωνική συμμετοχή, όταν το 1991 η Edwin International αγόρασε το 17,5% των μετοχών της. (Μουρδουκούτας,1995)

Κατά τη δεκαετία αυτή η επίδραση των άμεσων ιαπωνικών επενδύσεων είναι αμελητέα, παρόλα αυτά οι έμμεσες επενδύσεις βραχυχρόνια είχαν θετική επίδραση στο ισοζύγιο πληρωμών της Ελλάδας. Οι επενδύσεις έγιναν με δημόσια εγγραφή/ πώληση ομολογιών (σε γιεν) στην ιαπωνική αγορά από ελληνικούς φορείς (samurai bonds), με ιδιωτική εγγραφή και με κατευθείαν δανεισμό. Σύμφωνα με έκθεση της Long Term Credit Bank (LTCB), το 1994 οι επενδύσεις χαρτοφυλακίου ανήλθαν στα 6δισ.δολάρια ενώ κατά τα έτη 1988-1993 οι επενδύσεις με δημόσια εγγραφή ανήλθαν στα 500δισ. Γιεν. Το διάστημα 1983-1992 οι επενδύσεις με ιδιωτική εγγραφή ανέρχονται στα 55δισ.γιεν και τα δάνεια στα 89δισ.γιεν. Κύριοι αποδέκτες των ομολογιακών εκδόσεων και δανείων ήταν η ΕΤΒΑ, η Τράπεζα της Ελλάδος, η ΔΕΗ και ο ΟΣΕ. Ιαπωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται μέχρι σήμερα στην Ελλάδα, είναι μεταξύ άλλων επιχειρήσεις ηλεκτρονικών ειδών και αυτοκινήτων.

4.3.5.β Ελληνικές επενδύσεις στην Ιαπωνία

Η Ιαπωνία είναι μια χώρα με μεγάλη και αναπτυσσόμενη οικονομία και αποτελεί μεγάλη καταναλωτική και βιομηχανική αγορά για τα ξένα προϊόντα. Η θέση της στην Ασία που συνεχώς αναπτύσσεται, παρέχει στις ξένες επιχειρήσεις μια καλή βάση για επένδυση και εμπόριο στην περιοχή.

Οι ξένες εταιρίες εισέρχονται στην ιαπωνική αγορά με διάφορους τρόπους. Κάποιες παίρνουν άδεια για τα προϊόντα τους, άλλες σχηματίζουν κοινοπραξίες με τοπικές εταιρίες (joint ventures), ενώ άλλες ιδρύουν εξολοκλήρου θυγατρικές εταιρίες. Οι ξένες εταιρίες είναι παρούσες σε κάθε τομέα της οικονομίας της Ιαπωνίας, κυρίως στους τομείς της βιομηχανικής παραγωγής, των ακινήτων, του εμπορίου και ανταγωνίζονται επιτυχώς τις εγχώριες εταιρίες. Βάσει στοιχείων της 23^{ης} ετήσιας έκθεσης των Ξένων θυγατρικών στην Ιαπωνία, το 48,2% των ξένων εταιριών δραστηριοποιούνται στον τομέα της βιομηχανικής παραγωγής, το 40,5% στο εμπόριο, 8,7% στον τομέα της παροχής υπηρεσιών και 2,6% σε άλλους τομείς. Παρά την παρουσία τους σε πολλούς τομείς της αγοράς, οι ξένες επιχειρήσεις έχουν μικρό μερίδιο στην αγορά της Ιαπωνίας.

Η πρόσβαση στην αγορά της Ιαπωνίας παρά τη μείωση ή και σε πολλές περιπτώσεις κατάργηση των εμπορικών φραγμών, δεν είναι εύκολη. Υπάρχουν ακόμα φραγμοί που εμποδίζουν την είσοδο και τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό των ξένων εταιριών στην αγορά της Ιαπωνίας. Τέτοιο είναι οικονομικοί φραγμοί, όπως το υψηλό κόστος εργασίας και οι υψηλές τιμές ακινήτων και ενοικίων, συνεπώς παρατηρείται ότι το πάγιο κόστος μιας ξένης επιχείρησης στην Ιαπωνία θα είναι πολύ υψηλό. Άλλο εμπόδιο αποτελεί το πρόβλημα ανεύρεσης προσωπικού. Σύμφωνα με έρευνα του Αμερικανικού Εμπορικού Επιμελητηρίου στην Ιαπωνία το 1990, βασικός ανασταλτικός παράγοντας για το 64% των ξένων θυγατρικών είναι τα υψηλά ενοίκια και το κόστος γης, το 48% τα προβλήματα επάνδρωσης, το 47% οι σχέσεις των επιχειρησιακών ομάδων και 33% οι απαγορευτικές επιχειρηματικές πρακτικές.

Σύμφωνα με μελέτη του ΚΕΠΕ (Σχέδιο Ερμής, 1996) για τις προοπτικές κλάδων της ελληνικής βιομηχανίας σε σχέση με την ιαπωνική αγορά, καλές προοπτικές φαίνεται να έχουν στην ιαπωνική αγορά τα προϊόντα: καπνά, μάρμαρο, κονσέρβες ροδάκινο, γούνα, κρασί, κοσμήματα, ιχθυοκαλλιέργειες, ελαιόλαδο, ενώ μέτριες προοπτικές στην ιαπωνική αγορά έχουν τα υποδήματα, τα έτοιμα ενδύματα, τα έπιπλα και τα καλλυντικά.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα ελληνικής επιχείρησης που δραστηριοποιείται στην Ιαπωνία είναι αυτό της Folie Folie, η οποία είναι μια Ελληνική εταιρία η οποία σχεδιάζει, κατασκευάζει και διανέμει κοσμήματα, ρολόγια και αξεσουάρ μόδας. Ιδρύθηκε το 1986 στην Ελλάδα από τον Δημήτρη Κουτσολιούτσο. Το πρώτο κατάστημα ήταν στην εμπορική περιοχή της Αθήνας. Το 1995 το πρώτο κατάστημα που άνοιξε στο εξωτερικό ήταν στην Ιαπωνία. Η folie folie σήμερα κατατάσσεται ανάμεσα στις 10 πρώτες μάρκες σε είδη πολυτελείας στην Ιαπωνία με 80 σημεία πώλησης και κατέχει πλήρως τη θυγατρική της στην Ιαπωνία το 2008. Το 1997 εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αθηνών. Πλέον δραστηριοποιείται σε 25 χώρες, συμπεριλαμβανομένων των: Ηνωμένο Βασίλειο, Ελβετία, Ιαπωνία, Γαλλία, ΗΠΑ, Κίνα και τη Ρωσία, και διαθέτει πάνω από 380 σημεία πώλησης. (en.wikipedia.org/wiki/Folli_Follie)

Τα τελευταία χρόνια επωφελείς και για τις δύο πλευρές είναι η συνεργασία στον τομέα της πληροφορικής, των κατασκευών και της ενέργειας. Στον κατασκευαστικό τομέα, ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων, έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον για συνεργασία με ιαπωνικές επιχειρήσεις, ενώ σχετικά με την ενέργεια, αξιοσημείωτη είναι η επένδυση ιαπωνικής εταιρίας στη Λακωνία ύψους 80εκ. δολαρίων, για κατασκευή σταθμού ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (αιολικής ενέργειας).

Κεφάλαιο 5^ο Η Ιαπωνία και ο Τουρισμός

5.1 Μορφές τουρισμού

Τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή στον προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα. (Burkart & Medlik, 1981)

Σύμφωνα με τον WTO, ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντός τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός συνεχόμενου έτους, για αναψυχή, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους. Η λέξη «τουρισμός» αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες ταξιδιωτών και περιλαμβάνει τους «τουρίστες» (επισκέπτες που διανυκτερεύουν στον προορισμό τους) και τους «εκδρομείς» (επισκέπτες ημέρας). (WTO, 1994)

Η τουριστική δραστηριότητα κάθε χώρας μπορεί να έχει τις εξής μορφές:

- Εγχώριος τουρισμός, όταν οι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν στο εσωτερικό της
- Εισερχόμενος τουρισμός, όταν οι κάτοικοι μιας άλλης χώρας επισκέπτονται τη χώρα αυτή
- Εξερχόμενος τουρισμός, όταν οι κάτοικοι της χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα

Βάσει των παραπάνω μορφών σχηματίζονται οι ακόλουθες μορφές τουρισμού :

- Ο εσωτερικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό
- Ο εθνικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον εγχώριο και τον εξερχόμενο τουρισμό
- Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός, που περιλαμβάνει τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό.

5.2 Ο Διεθνής τουρισμός της Ιαπωνίας

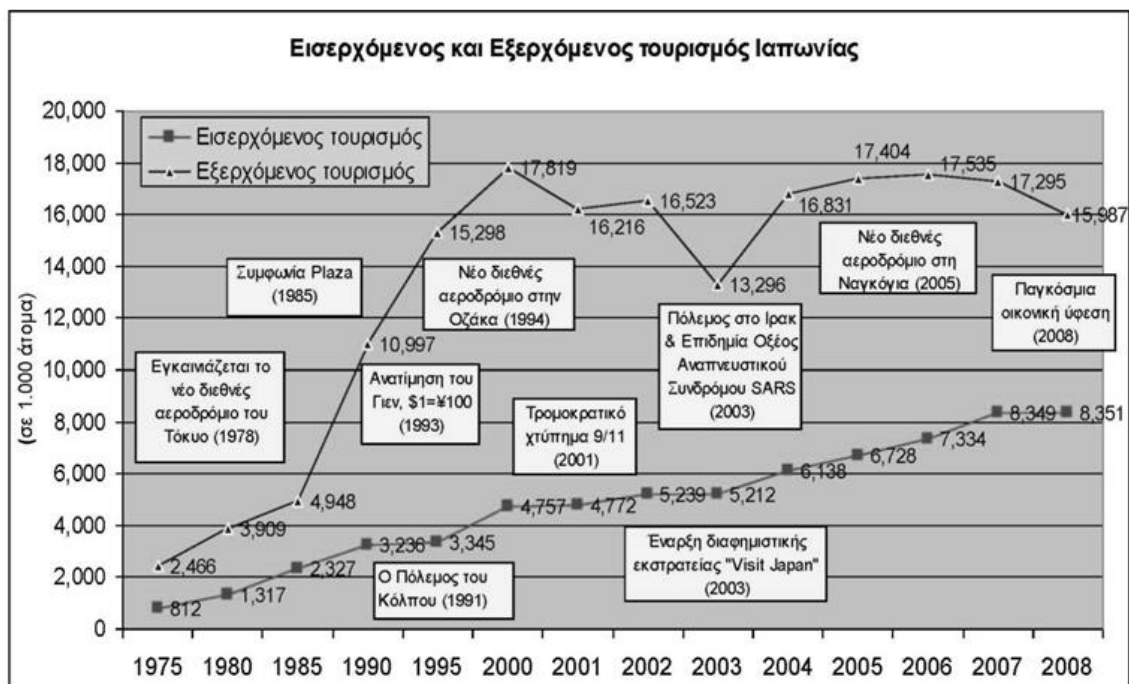
Βασικό χαρακτηριστικό του τουρισμού της Ιαπωνίας αποτελεί το δυσανάλογο μέγεθος του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού. Διαχρονικά παρατηρείται ότι, οι αφίξεις των επισκεπτών στην χώρα είναι αριθμητικά πολύ μικρότερες από τον αριθμό των εξερχόμενων τουριστών. Σύμφωνα με τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού της Ιαπωνίας το 1997 ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστών ήταν 3,7 φορές μεγαλύτερος από τον αριθμό των αφίξεων στην χώρα. Η ιαπωνική κυβέρνηση κάνει προσπάθειες να προσελκύσει τουρίστες από άλλες χώρες στην Ιαπωνία, ενώ ταυτόχρονα ενθαρρύνει τους κατοίκους να ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Στο παρακάτω πίνακα είναι εμφανής η διαφορά, σύμφωνα με τα στοιχεία του Εθνικού Οργανισμού Ιαπωνίας για έτη 1996-2010.

Πίνακας 9: Διεθνής Τουρισμός της Ιαπωνίας 1996-2010 [σε εκατομμύρια]

Πηγή: JNTO

	1996	1997	1998	1999	2000	2010
Εισερχόμενοι Τουρίστες	3,837	4,218	4,106	4,438	4,757	8,611
Εξερχόμενοι Τουρίστες	16,695	16,803	15,806	16,358	17,819	16,637

Σημαντικό ρόλο στην αύξηση του διεθνούς τουρισμού διαδραματίζουν η Συμφωνία Plaza το 1985, η ανατίμηση του Γιεν έναντι του δολαρίου ΗΠΑ που είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της αγοραστικής δύναμης των Ιαπώνων στο εξωτερικό, η λειτουργία των νέων διεθνών αεροδρομίων και η έναρξη της διαφημιστικής εκστρατείας "Visit Japan". Παρατηρείται ότι από το 2003 που εμφανίστηκε στην Ιαπωνία η εκστρατεία "Visit Japan", ο αριθμός των ξένων τουριστών στην χώρα άρχισε να αυξάνεται σταδιακά.



Γράφημα 3: Διαχρονική πορεία του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας

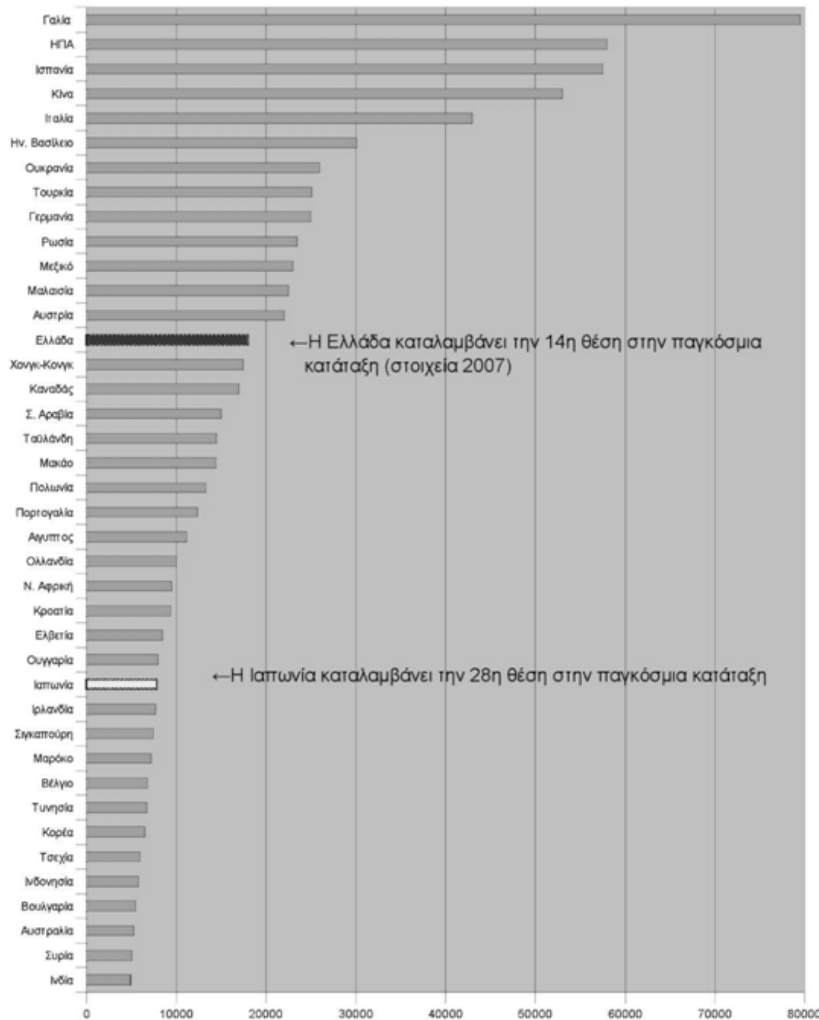
Πηγή: Πρεσβεία της Ελλάδος στο Τόκιο, Μελέτη γραφείου οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων(2010)

Η παρούσα μελέτη επικεντρώνεται στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας, δηλαδή τους κατοίκους της Ιαπωνίας που επισκέπτονται μια άλλη χώρα, τα χαρακτηριστικά τους και την τουριστική συμπεριφορά τους, όπως θα αναλυθεί στο κεφάλαιο που ακολουθεί. Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια σύντομη αναφορά στον εισερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας.

5.3 Εισερχόμενος τουρισμός Ιαπωνίας

Με δεδομένη την αυξανόμενη γήρανση του πληθυσμού και την αύξηση της υπογεννητικότητας, ο τουρισμός αποτελεί την εναλλακτική λύση για την αναθέρμανση της ιαπωνικής οικονομίας. Η συνδρομή του τουρισμού στο ιαπωνικό Α.Ε.Π. σύμφωνα με στοιχεία του 2007 ήταν 1,9%, ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά μεταξύ των βιομηχανικά ανεπτυγμένων χωρών, καθώς για την Ισπανία ήταν 11% το 2004, της Αυστρίας 6,4% το 2005, της Ελβετίας 5,1% το 2004, της Νέας Ζηλανδίας 4,8% το 2005, της Αυστραλίας 3,9%, το 2005 και την ίδια χρονιά της Γαλλίας 3,7. Σύμφωνα με τις αφίξεις του 2008, η Ιαπωνία ήταν 28η στην κατάταξη των χωρών που προσέλκυσαν

τους περισσότερους ξένους τουρίστες και 6η στην Ασία, όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί με την κατάταξη των χωρών ανάλογα με τις αφίξεις τουριστών για το 2008.



Γράφημα 4: Αφίξεις τουριστών ανά χώρα (2008)

Πηγή: Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκιο, 2010

*Για τις χώρες Ελλάδα, Πορτογαλία, Αίγυπτο, Ιρλανδία, Σιγκαπούρη, έχουν χρησιμοποιηθεί στοιχεία του 2007

Κατά τα έτη 1990-2010 παρατηρείται μια ανοδική τάση των αφίξεων τουριστών στην Ιαπωνία, όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί. Με εξαίρεση τα έτη 1993, 1995, 1998, 2003 που παρατηρήθηκε μια μικρή πτώση και μια λίγο μεγαλύτερη το 2009, ο εισερχόμενος τουρισμός της Ιαπωνίας παρουσιάζει αύξηση κάθε χρόνο, φτάνοντας τους 8.611.500 τουρίστες το 2010.

Πίνακας 10: Αφίξεις τουριστών στην Ιαπωνία (1990-2010)Πηγή: www.tourism.jp/english/statistics/inbound.php

Έτος	Σύνολο Αφίξεων	% Μεταβολή
1990	3.235.860	
1991	3.532.651	9,2%
1992	3.581.540	1,4%
1993	3.410.447	-4,8%
1994	3.468.055	1,7%
1995	3.345.274	-3,5%
1996	3.837.113	14,7%
1997	4.218.208	9,9%
1998	4.106.057	-2,7%
1999	4.437.863	8,1%
2000	4.757.146	7,2%
2001	4.771.555	0,3%
2002	5.238.963	9,8%
2003	5.211.725	-0,5%
2004	6.137.905	17,8%
2005	6.727.926	9,6%
2006	7.334.077	9,0%
2007	8.346.969	13,8%
2008	8.350.835	0,0%
2009	6.789.936	-18,7%
2010	8.611.500	26,8%

Για το 2010, σύμφωνα με στοιχεία του Ιαπωνικού Οργανισμού Τουρισμού (JNTO), το 76% των ξένων τουριστών που επισκέφτηκαν την Ιαπωνία προέρχεται από τις ασιατικές χώρες, το 11% από τη Βόρεια Αμερική και το 10% από την Ευρώπη. Το μεγαλύτερο ποσοστό των εισερχόμενων τουριστών επιλέγει την Ιαπωνία για λόγους αναψυχής, ενώ λίγο μικρότερο αλλά σημαντικά υπολογίσιμο είναι το πλήθος αυτών που την επισκέπτονται για επαγγελματικούς λόγους.

Πίνακας 11: Αφίξεις τουριστών στην Ιαπωνία ανά Ήπειρο και Αιτία ταξιδιού το 2010

Πηγή: www.tourism.jp/english/statistics/inbound.php

Ήπειρος	Σύνολο αφίξεων	Ταξίδι αναψυχής	Επαγγελματικό ταξίδι	Ταξίδι για άλλους λόγους
Ασία	6.528.432	4.996.418	865.195	666.819
Β.Αμερική	905.896	596.694	232.899	76.303
Ευρώπη	853.166	529.917	244.482	78.767
Ωκεανία	260.872	206.028	37.257	17.587
Ν.Αμερική	39.481	24.830	8.046	6.605
Αφρική	22.665	7.599	6.667	8.399

Το 77% των τουριστών από την Ασία που επισκέπτονται την Ιαπωνία είναι για λόγους αναψυχής, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά των τουριστών που προέρχονται από την Ευρώπη είναι 62% ,από την Β. Αμερική 66% ,από τη Ν. Αμερική 63% ,από την Ωκεανία 79% ,από την Αφρική 34%.

5.4 Αρμόδιοι φορείς τουριστικής πολιτικής

Οι αρμόδιοι φορείς οι οποίοι εμπλέκονται στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος στην Ιαπωνία είναι οι παρακάτω:

- Η Ιαπωνική Υπηρεσία Τουρισμού (Japan Tourism Agency).
- Ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού Ιαπωνίας (Japan National Tourism Organization), ο οποίος διαφημίζει κυρίως τα αξιοθέατα της χώρας σε άλλες χώρες. Επίσης, στο εσωτερικό της χώρας έχει συγκροτήσει ένα ευρύ δίκτυο Κέντρων Πληροφόρησης Τουριστών (Tourist Information Centers, T.I.C.), τα οποία εξυπηρετούν τους αλλοδαπούς τουρίστες σε 47 νομαρχίες της χώρας, σε 214 σημεία 121 πόλεων.
- Το Υπουργείο Εξωτερικών, το οποίο διενεργεί δημόσιες σχέσεις μέσω του διπλωματικού του δικτύου στις χώρες του εξωτερικού και διευκολύνσεις έκδοσης θεωρήσεων
- Το Υπουργείο Παιδείας, Πολιτισμού, Αθλημάτων και Επιστημών με την προβολή του ιαπωνικού πολιτισμού, ανταλλαγή φοιτητών με άλλα κράτη και πραγματοποίηση εκπαιδευτικών εκδρομών
- Το Υπουργείο Υγείας, Εργασίας και Κοινωνικής ευημερίας που είναι υπεύθυνο για τη φροντίδα και την υγιεινή ξενοδοχείων και καταλυμάτων

- Το Υπουργείο Γεωργίας, Δασών και Δασοκομίας, αρμόδιο για την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ πόλεων και αγροτικών περιοχών και την ανάπτυξη οικότουρισμού.
- Το Υπουργείο Οικονομίας, Εμπορίου και Βιομηχανίας, είναι υπεύθυνο για την ενίσχυση υπηρεσιών τουρισμού και εκπαίδευσης τουριστικών στελεχών
- Το Υπουργείο Περιβάλλοντος, αρμόδιο για την προστασία εθνικών πάρκων και μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς
- Το Υπουργείο Δικαιοσύνης, συμβάλλει με τη διευκόλυνση του συστήματος εισόδου-εξόδου από τη χώρα.

Εκτός από τους παραπάνω φορείς συμμετέχουν και ιαπωνικοί σύνδεσμοι τουρισμού όπως οι "Japan Tourism Association", "Japan Association of Travel Agents (JATA)", "Tourism Industry Association of Japan", καθώς και επιμελητήρια και οι νομαρχίες της χώρας. Με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας, το ιαπωνικό Υπουργείο Επικρατείας, Υποδομών & Μεταφορών συγκρότησε την Ιαπωνική Υπηρεσία Τουρισμού, Japan Tourism Agency. (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/>)

Στόχος της Ιαπωνικής Υπηρεσίας Τουρισμού είναι να καταστήσει την τουριστική βιομηχανία της Ιαπωνίας περισσότερο ανταγωνιστική, προσελκύνοντας τουρίστες από χώρες του εξωτερικού στη χώρα και η ανάπτυξη των περιοχών που μπορούν να αποτελέσουν τουριστικούς προορισμούς.

5.5 Στρατηγική ανάπτυξης του εισερχόμενου Ιαπωνικού τουρισμού

Η κυβέρνηση της Ιαπωνίας το 2009 έθεσε στόχους για την ανάπτυξη του Ιαπωνικού τουρισμού έως τις αρχές του 2020. Σκοπός είναι η αύξηση του αριθμού των τουριστών που προέρχονται από χώρες του εξωτερικού σε 25 εκατομμύρια ως τις αρχές του 2020 και την επίτευξη εσόδων ύψους 10 τρισεκατομμυρίων Γεν από τον τουρισμό. Επίσης στόχος είναι η δημιουργία 560.000 θέσεων εργασίας στον τουριστικό τομέα. Για την επίτευξη των παραπάνω γίνεται μεγάλη προσπάθεια για προσέλκυση τουριστών κυρίως από την περιοχή της Ασίας και κυρίως την Κίνα.

Με κριτήριο τη δυναμικότητα των αγορών να τροφοδοτούν το τουριστικό ρεύμα προς την Ιαπωνία, έγινε στόχευση 15 χωρών που χωρίζονται σε τρεις ομάδες. Την πρώτη ομάδα αποτελούν οι σημαντικότερες χώρες για την προσέλκυση τουριστών και είναι οι

Κίνα, Νότια Κορέα, Ταϊβάν και Χονγκ-Κόνγκ. Ο στόχος για την πρώτη ομάδα είναι ο αριθμός τουριστών από τις χώρες αυτές να αγγίξει τα 10 εκατ. έως το 2014. Στη δεύτερη ομάδα βρίσκονται χώρες που χαρακτηρίζονται ως πολλά υποσχόμενες αγορές για τον Ιαπωνικό τουρισμό, όπως η Ινδία, η Ρωσία και η Μαλαισία, ενώ στην τρίτη ομάδα βρίσκονται οι ΗΠΑ, η Μεγάλη Βρετανία, η Γαλλία, ο Καναδάς, η Αυστραλία και η Σιγκαπούρη.

Το ιαπωνικό τουριστικό προϊόν προωθείται μέσω διαφημιστικής εκστρατείας και προβολής της χώρας στο εξωτερικό, κυρίως μέσω τηλεοπτικών διαφημιστικών και συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού. Στην προσπάθεια αυτή συμβάλλει και ο Ιαπωνικός Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού, ο οποίος διαθέτει 13 γραφεία σε χώρες του εξωτερικού. Εκδηλώσεις προώθησης του τουρισμού που διοργανώνονται σε ιαπωνικές πρεσβείες και προξενεία, καθώς και εκδηλώσεις ιαπωνικής γευσιγνωσίας, βοηθούν προς αυτή την κατεύθυνση. Συμπληρωματικά, υποστηρίζεται η διοργάνωση σημαντικών διεθνών συνεδρίων στην Ιαπωνία με στόχο τα επόμενα πέντε χρόνια η χώρα να έχει καταστεί το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο της Ασίας. (Πρεσβεία της Ελλάδος Τόκυο, Μελέτη γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, 2010)

Κεφάλαιο 6° Ο Εξερχόμενος τουρισμός της Ιαπωνίας

6.1 Παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση καθορίζεται από οικονομικούς παράγοντες, παράγοντες προσφοράς και μη οικονομικούς παράγοντες. Η μελέτη αυτών των παραγόντων μπορούν να προσφέρουν στοιχεία για τις τάσεις της τουριστικής ζήτησης.

I. Οικονομικοί παράγοντες

Ο σημαντικότερος οικονομικός παράγοντας είναι το περισσευούμενο εισόδημα των τουριστών. Το καθαρό εισόδημα, δηλαδή το υπόλοιπο μετά την αφαίρεση ενός ποσού για φόρους, ασφάλειες, συντάξεις κτλ από το συνολικό εισόδημα, ονομάζεται διαθέσιμο εισόδημα. Από αυτό αν αφαιρεθούν οι δαπάνες διαβίωσης μένει το περισσευούμενο εισόδημα το οποίο μπορεί να διαθέσει ή να αποταμιεύσει όπως επιθυμεί. Η τουριστική ζήτηση καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από το ύψος του περισσευούμενου εισοδήματος. Στην περίπτωση επαγγελματικού ταξιδιού οι μετακινήσεις αντιπροσώπων εταιριών αποτελούν ανάγκη. Συνήθως τα έξοδα καλύπτονται από τις εταιρίες και όχι από το προσωπικό εισόδημα των ταξιδιωτών. Έτσι παρατηρούνται μεγαλύτερες κατά κεφαλήν δαπάνες στα επαγγελματικά ταξίδια σε σχέση με άλλα είδη ταξιδιών.

II. Παράγοντες προσφοράς

Βασικό στοιχείο αποτελεί η προσφορά και η ποιότητα καταλυμάτων της χώρας υποδοχής. Άλλος παράγοντας προσφοράς είναι τα επίπεδα των τιμών. Κατά τον προγραμματισμό των διακοπών το κόστος του ταξιδιού καθορίζει τη διάρκεια, τις επιλογές και τον προορισμό. Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η σχέση ποιότητας –τιμής καθώς και ο προϋπολογισμός του δυνητικού τουρίστα. Τέλος καθοριστικός παράγοντας είναι οι υποδομές σχετικά με τις μεταφορές, που διευκολύνουν τις μετακινήσεις μεταξύ προορισμών.

III. Μη οικονομικοί παράγοντες

i. Διαρθρωτικοί παράγοντες πληθυσμού

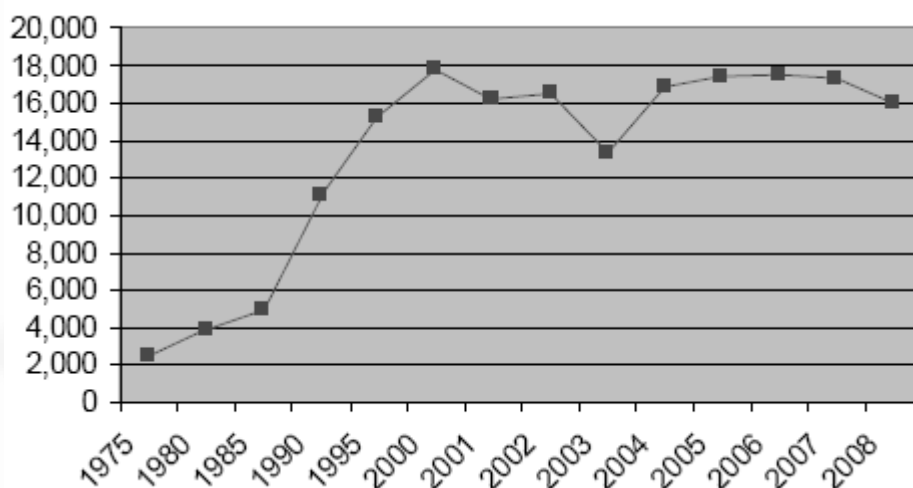
Σημαντικό παράγοντα αποτελεί η διάρθρωση του πληθυσμού όπως και η οικονομική του δυνατότητα να ταξιδεύει. Η μείωση της γεννητικότητας και η τάση της τρίτης ηλικίας για ταξίδια, όπως επίσης και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου συμβάλλει στην αύξηση των ταξιδιών.

ii. Παράγοντες υποκίνησης

Παράγοντες υποκίνησης που παρατηρούνται διεθνώς αποτελούν η εκπαίδευση, καθώς το επίπεδο εκπαίδευσης συνδέεται με την αναζήτηση πολιτιστικών εμπειριών, το φαινόμενο της αστικοποίησης, το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών, ο ταξιδιωτικός κλάδος, ασκώντας επιρροή στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τον προορισμό των τουριστών και τέλος, τα θέλγητρα του προορισμού που επηρεάζουν το δυνητικό τουρίστα στην επιλογή ενός προορισμού έναντι κάποιου άλλου. (Lickorish Leonard, Lenkins Carson, 2004)

6.2 Χαρακτηριστικά του Εξερχόμενου Τουρισμού της Ιαπωνίας

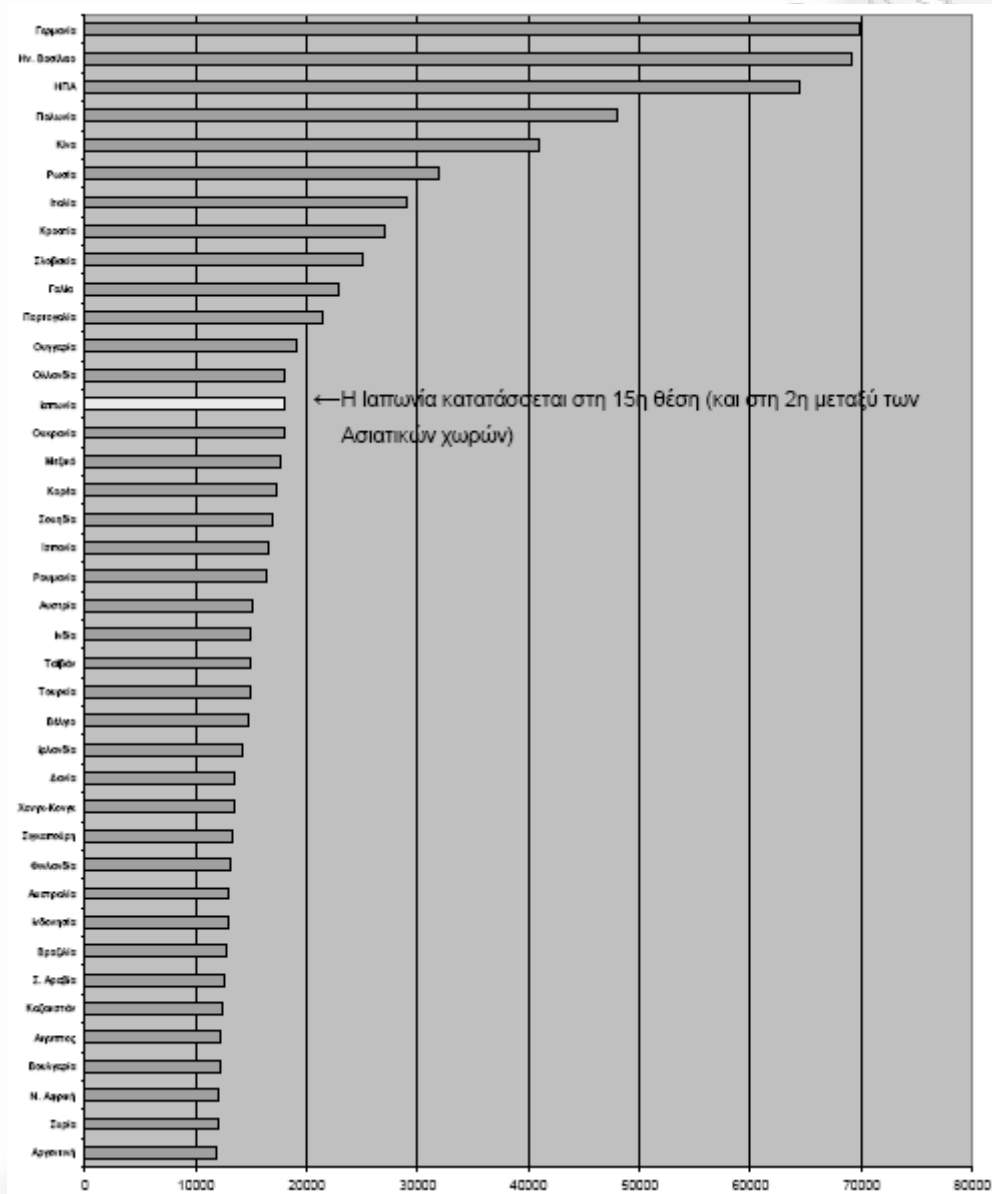
Μέχρι το 1964 ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστών της Ιαπωνίας δεν ξεπερνούσε τους 130 χιλιάδες τον χρόνο. Ο τουρισμός στο εξωτερικό για τους Ιάπωνες ξεκίνησε μετά τους Ολυμπιακούς του Τόκυο 1964. Στο γεγονός αυτό συνέλαβε η ανάπτυξη των μέσων μαζικής αερομεταφοράς, όπως επίσης η υπογραφή της συμφωνίας Plaza το 1985. Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, από το 1975 έως το 2008, παρατηρείται ανοδική τάση ταξιδιών στο εξωτερικό. Συγκεκριμένα το 1990 οι Ιάπωνες τουρίστες στο εξωτερικό ήταν περίπου 10 εκατομμύρια, ενώ το 2000 έφτασαν τα 17,820 εκατ. Το 2007 ήταν περίπου 17 εκατ. Ενώ το 2008 παρατηρήθηκε καθοδική τάση λόγω της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης.



Γράφημα 5: Διαχρονική τάση Ιαπώνων τουριστών (σε χιλ. άτομα)

Πηγή: Υπουργείο Γαιών, Υποδομών, Μεταφορών και Τουρισμού Ιαπωνίας, Υπουργείο Δικαιοσύνης Ιαπωνίας, Πρεσβεία της Ελλάδος Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκυο, 2010

Σύμφωνα με μελέτη του Γραφείου Εξωτερικών Υποθέσεων του Τόκιο, για το 2007 οι Ιάπωνες τουρίστες στο εξωτερικό ήταν δεύτεροι σε αριθμό μετά τους Κινέζους μεταξύ των ασιατικών χωρών, ενώ στην παγκόσμια κατάσταση ήταν 15^{οι}. Όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, πρώτοι κατατάσσονται οι Γερμανοί με περίπου 70 εκατ. εξερχόμενους τουρίστες και ακολουθούν, οι Βρετανοί και οι Αμερικάνοι.



Γράφημα 6: Παγκόσμιος τουρισμός ανά χώρα προέλευσης(2007) (σε χιλιάδες άτομα)
 Πηγή: Εθνικός οργανισμός τουρισμού Ιαπωνίας (JNTO), Πρεσβεία της Ελλάδος Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκιο, 2010

Για το 2010 σύμφωνα με στοιχεία του Ιαπωνικού Οργανισμού Τουρισμού, οι Ιάπωνες που ταξίδεψαν στο εξωτερικό έφταναν τους 16637224, αριθμός μεγαλύτερος από τα

έτη 2008-2009 αλλά σχετικά μικρότερος από εκείνον των προηγούμενων ετών της τελευταίας πενταετίας, όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί.

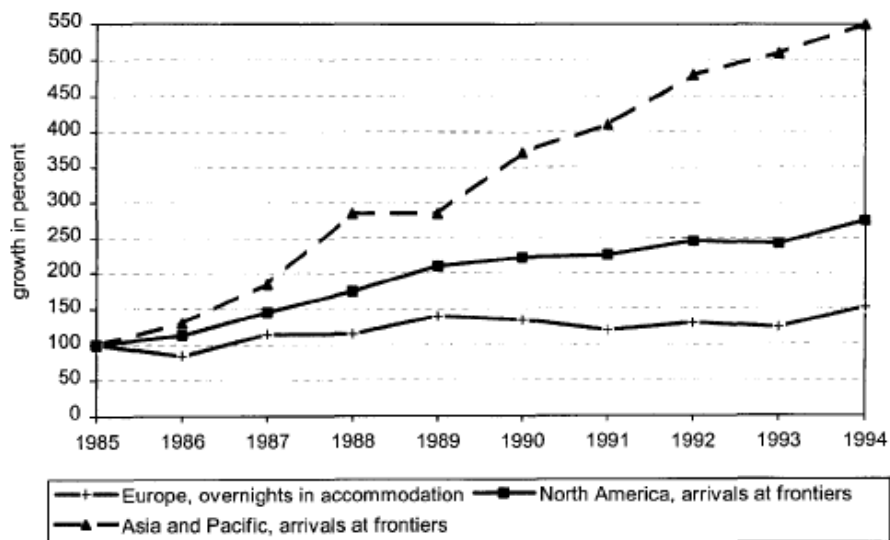
Πίνακας 12: Εξερχόμενοι Ιάπωνες τουρίστες (2000-2010)

Πηγή: JNTO

	Σύνολο εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών
2000	17818590
2001	16215657
2002	16522804
2003	13296330
2004	16831112
2005	17403565
2006	17534565
2007	17294935
2008	15987250
2009	15445684
2010	16637224

6.2.1 Η Επιλογή Προορισμού

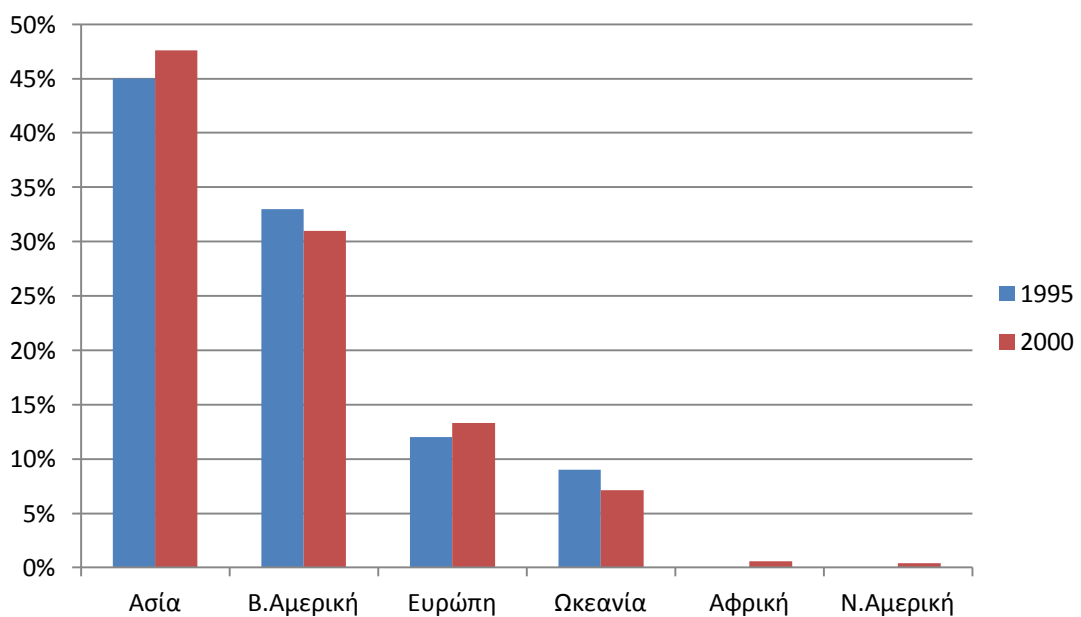
Διαχρονικά, η μεγαλύτερη αύξηση τουριστικής κίνησης παρατηρείται προς τις χώρες της Ασίας, κυρίως προς την Κορέα και την Ταιβάν, τη Δυτική Ευρώπη, κυρίως χώρες της ΕΕ και τις ΗΠΑ. Μετά το 1989 τα ταξίδια προς την Ευρώπη δεν είχαν την ίδια ζήτηση όπως στο παρελθόν, παρόλο που κάποιοι προορισμοί, όπως η Γαλλία και η Γερμανία, συνέχισαν να αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς για τους Ιάπωνες τουρίστες. Η σημαντικότητα της Ευρώπης σαν προορισμός μετά το 1989 μειώθηκε και αντικαταστάθηκε από προορισμούς στην Ασία και τον Ειρηνικό. Οι ΗΠΑ αποτελούσαν δημοφιλή προορισμό για μεγάλο διάστημα διατηρώντας σταθερό το μερίδιο αγοράς στον Ιαπωνικό εξερχόμενο τουρισμό. (V.Balaz, M.Mitsutake, 1998)



Γράφημα 7: Τάση του εξερχόμενου τουρισμού προς τις κύριες περιοχές προορισμού (1985-1994)

Πηγή: Tourism Management, Vol.19, No5, p.436, 1998

Οι τουριστικοί προορισμοί του εξωτερικού για τους Ιάπωνες διακρίνονται σε δύο κατηγορίες (α) οικονομικοί και κοντινοί ποιότητας και (β) μακρινοί, που προτιμούνται συνήθως από πιο ηλικιωμένους. Σύμφωνα με στοιχεία του 2000 του JNTO, περίπου οι μισοί Ιάπωνες τουρίστες προτίμησαν την Ασία, το 1/3 την Βόρεια Αμερική, ακολουθεί η Ευρώπη, Ωκεανία, ενώ πολύ μικρό ποσοστό επέλεξε την Νότια Αμερική και την Αφρική, σύμφωνα με τα ποσοστά που φαίνονται στο γράφημα 8.



Γράφημα 8: Γεωγραφική κατανομή Ιαπώνων τουριστών (1995-2000)

Πηγή: Πρεσβεία της Ελλάδος Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκιο, 2010

Παρατηρείται ότι, σε χρονικό διάστημα μιας πενταετίας παρά τις αλλαγές στα ποσοστά, η σειρά κατάταξης των περιοχών προτίμησης παραμένει αμετάβλητη. Η Ασία έχει τις περισσότερες επισκέψεις από τους Ιάπωνες που ταξιδεύουν. Οι 10 πρώτες χώρες της Ασίας με τις περισσότερες αφίξεις Ιαπώνων τουριστών για το 2010, σύμφωνα με στοιχεία του Ιαπωνικού Οργανισμού Τουρισμού, κατά σειρά προτίμησης ήταν η Κίνα, η Κορέα, το Χόνγκ Κόνγκ, η Ταιβάν, η Ταϊλάνδη, η Σιγκαπούρη, η Μαλαισία, το Μακάο, οι Φιλιππίνες, το Μπαλί. Όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, η Κίνα και η Κορέα ήταν διαχρονικά πρώτες στην προτίμηση των Ιαπώνων από τις χώρες της Ασίας.

Πίνακας 13: Επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών σε χώρες της Ασίας (2000-2010)

Πηγή: JNTO, Japan Tourism Marketing Co., www.tourism.jp/english/statistics/outbound.php

	Ασία									
	Κορέα	Κίνα	Ταιβάν	Χονκ Κονγκ	Μακάο	Ταϊλάνδη	Μαλαισία	Σιγκαπούρη	Φιλιππίνες	Μπαλί
2000	2472054	2201528	916301	1382417	144888	1202164	455981	929670	390517	362270
2001	2377321	2384500	971190	1336538	140937	1177599	397639	755766	343840	611314
2002	2320820	2925500	996834	1395020	142588	1239421	354563	723420	341867	301380
2003	1802163	2251266	657053	867160	85613	1042349	213527	434064	322896	185751
2004	2443070	3334251	887311	1126250	122184	1212213	301429	598821	382307	326397
2005	2439809	3389976	1124394	1210848	169115	1196654	340027	588535	415456	310139
2006	2338921	3748882	1161489	1311111	220190	1311987	354213	594404	421808	255767
2007	2235963	3977479	1166193	1324336	299406	1277638	367567	594511	395012	351604
2008	2378102	3446117	1086691	1324797	367139	1153868	433462	571020	359306	354817
2009	3053311	3317400	1000661	1204490	379241	1004438	395746	489940	324980	319473
2010	3023009	3731100	1080153	1316618	413507	984688	415881	528817	358744	244212

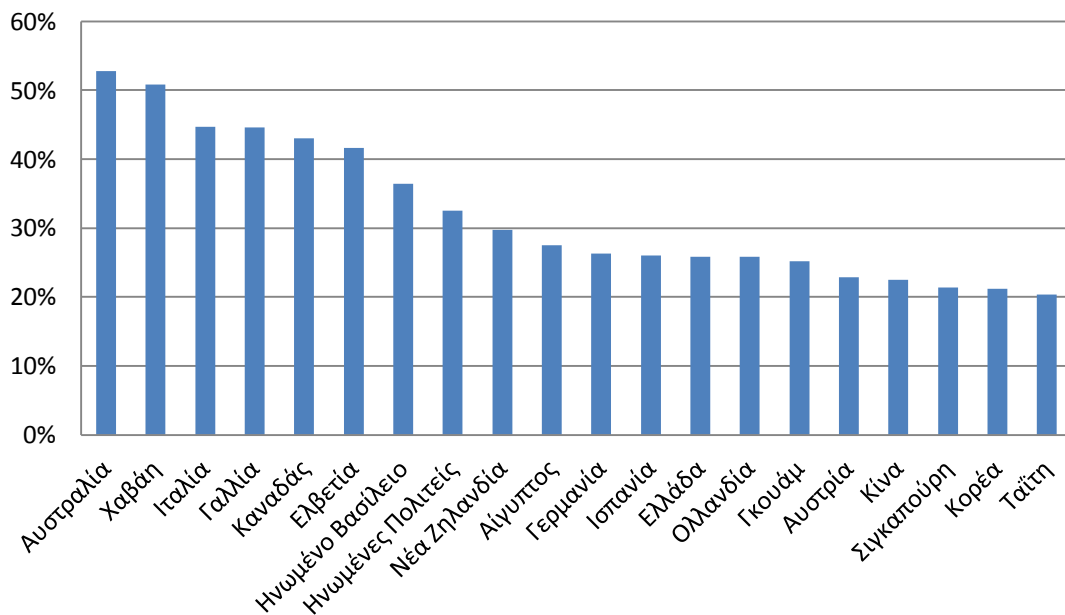
Μεγάλο μερίδιο στον Ιαπωνικό εξερχόμενο τουρισμό κατέχει η Βόρεια Αμερική, με τις ΗΠΑ να έχουν διαχρονικά τις περισσότερες αφίξεις.

Πίνακας 14: Επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών σε χώρες της Β. Αμερικής (2000-2010)

Πηγή: JNTO, Japan Tourism Marketing Co., www.tourism.jp/english/statistics/outbound.php

	Καναδάς	ΗΠΑ	Χαβάνη
2000	507844	5061377	1815618
2001	418331	4082661	1510935
2002	436492	3627264	1483121
2003	262182	3169682	1340033
2004	413997	3747620	1482085
2005	423881	3883906	1517439
2006	386485	3672584	1362708
2007	332934	3531489	1296423
2008	276078	3249578	1175198
2009	197741	2918268	1168079
2010	235508	3386076	1229762

Σύμφωνα με έρευνα του Japan Travel Bureau Foundation (JTB), τον Αύγουστο του 2000 (δείγμα Ιάπωνες Τουρίστες), ο πρώτος προορισμός προτίμησης ανάμεσα στους 20 επιθυμητούς προορισμούς για μελλοντικό ταξίδι, είναι η Αυστραλία και ακολουθούν η Χαβάη, η Ιταλία (η πρώτη Ευρωπαϊκή επιλογή Ιαπώνων), η Γαλλία και ο Καναδάς, όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί. Στις 20 αυτές χώρες συγκαταλέγεται και η Ελλάδα, συγκεκριμένα ως ο 13^{ος} προτιμώμενος προορισμός για μελλοντικό ταξίδι, με ποσοστό 25,8%.

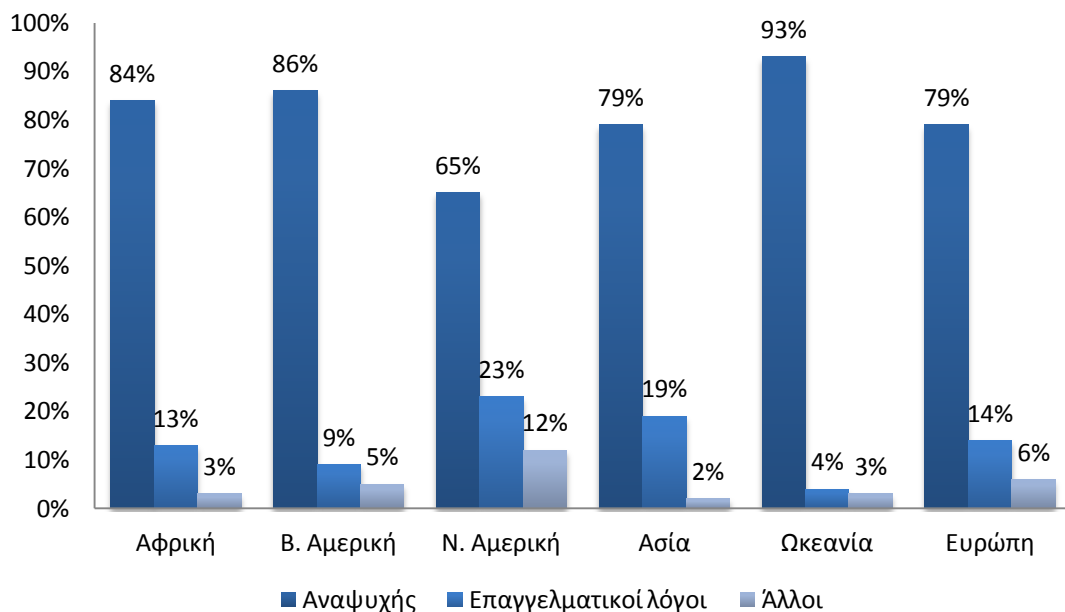


Γράφημα 9: Προτιμώμενοι προορισμοί των Ιαπώνων για μελλοντικό ταξίδι (2000)

Πηγή: JTB Foundation, JTB Report 2000

6.2.2 Σκοπός του Ταξιδιού

Το μεγαλύτερο ποσοστό ταξιδιών των Ιαπώνων Τουριστών στο εξωτερικό γίνεται για λόγους αναψυχής. Σύμφωνα με στοιχεία του JNTO για το έτος 2000, το ποσοστό αυτό ήταν 81%, έναντι 15% για επαγγελματικούς λόγους, ενώ το 4% ήταν για άλλους λόγους. Κατά την ίδια πηγή παρατηρήθηκε ότι την ίδια χρονιά οι Ιάπωνες τουρίστες επισκέφτηκαν την Ευρώπη, σε ποσοστό 79% για λόγους αναψυχής, 14% για επαγγελματικούς λόγους και 6% για άλλους λόγους, όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί.



Γράφημα 10: Σκοπός Ταξιδιού ανά γεωγραφική περιοχή (2000)

Πηγή: JNTO

Σύμφωνα με στοιχεία του 1999, η Ευρώπη είναι πρώτος προορισμός που επιλέγουν οι Ιάπωνες τουρίστες για να επισκεφτούν μουσεία ενώ είναι η τρίτη σε σειρά επιλογή για τα ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα (πρώτη επιλογή αυτής της κατηγορίας είναι η Κίνα). Πρώτη επιλογή για το φυσικό περιβάλλον αποτελεί ο Καναδάς, για ψώνια η Χαβάη, ενώ για αναψυχή τα νησιά του Νότιου Ειρηνικού. (JTB report 2000, Japan Tourism Marketing Co.)

Ιδιαίτερη κατηγορία ταξιδιών αποτελούν τα ταξίδια με εκπαιδευτικό χαρακτήρα, συνήθως ταξίδια μαθητών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Λόγω ειδικής έγκρισης που απαιτείται για τα ταξίδια σε χώρες του εξωτερικού, συνήθως αποφεύγονται από τα δημόσια σχολεία, ενώ για τα ιδιωτικά δεν υπάρχει κάποιος περιορισμός. Ο τόπος προορισμού καθορίζεται από τη χρονική διάρκεια, την απόσταση, το συνολικό κόστος καθώς και άλλους παράγοντες. Για τη χρονιά 1999 οι τρεις πρώτοι σε επισκεψιμότητα προορισμοί ήταν η Κορέα, η Κίνα και οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Το κόστος του ταξιδιού ήταν υψηλότερο για χώρες της Ευρώπης και για τη Βόρεια Αμερική, ενώ ήταν χαμηλό για τα ταξίδια στην Κορέα και την Κίνα. (Japan Association of Educational Excursions, WTO special Report no6)

Μια άλλη κατηγορία ταξιδιών την οποία επιλέγουν οι Ιάπωνες είναι οι γάμοι σε χώρες του εξωτερικού. Το μέγεθος της αγοράς αυτής είναι μεγαλύτερο από το πλήθος των ζευγαριών, καθώς περιλαμβάνει και φίλους και συγγενείς που ταξιδεύουν για να παραστούν στους γάμους.

6.2.3 Εποχικότητα και τάση

Βάσει μηνιαίων στοιχείων του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού της Ιαπωνίας, παρατηρείται ότι ο εξερχόμενος τουρισμός της Ιαπωνίας παρουσιάζει 12μηνια εποχικότητα με τον Αύγουστο να αποτελεί το μήνα με τις περισσότερες αναχωρήσεις Ιαπώνων εξερχόμενων τουριστών από τη χώρα. Ακολουθούν ο Σεπτέμβρης και ο Μάρτιος. Επίσης, ο εξερχόμενος τουρισμός της Ιαπωνίας τα τελευταία χρόνια δεν παρουσιάζει κάποια ιδιαίτερη ανοδική ή καθοδική τάση αλλά παραμένει σταθερός.

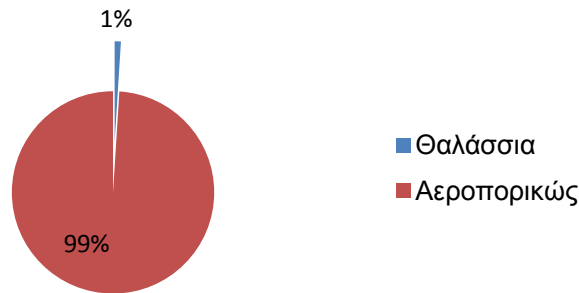
Σύμφωνα με το πρόγραμμα επίσημων αργιών και διακοπών των Ιαπώνων, συνηθίζουν να ταξιδεύουν τις παρακάτω περιόδους:

- 29 Δεκεμβρίου-3 Ιανουαρίου (διακοπές της Πρωτοχρονιάς)
- 20 Μαρτίου-5 Απριλίου (Spring Break)
- 29 Απριλίου-5 Μαΐου (Golden Week)
- 20 Ιουλίου-31 Αυγούστου (καλοκαιρινές διακοπές)

Σημαντικό μερίδιο στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας κατέχει η ηλικιακή ομάδα 50 ετών και άνω, η οποία προτιμά να ταξιδεύει το διάστημα Απριλίου-Μαΐου καθώς και τους φθινοπωρινούς μήνες. (Masato Takamatsu, 2006)

6.2.4 Τρόπος μετακίνησης

Τα περισσότερα ταξίδια των Ιαπώνων τουριστών γίνονται αεροπορικώς, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό γίνεται μέσω θαλάσσης.



Γράφημα 11: Μέσο μετακίνησης ταξιδιού

Πηγή: JNTO

6.2.5 Διάρκεια Παραμονής

Ένα ταξίδι σε χώρες του εξωτερικού για πολλούς Ιάπωνες αποτελούσε όνειρο ζωής κυρίως κατά τις δεκαετίες του 1970 και 1980. Η αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας υποστηρίζεται από δύο παράγοντες, την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και την αύξηση του χρονικού διαστήματος των διακοπών. Το διάστημα 1980-1996, το διαθέσιμο εισόδημα αυξήθηκε, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η τουριστική δαπάνη κατά 36,5%. Το διάστημα 1980-1993, το μέσο χρονικό διάστημα άδειας για διακοπές αυξήθηκε από 14,4 ημέρες το χρόνο σε 15,3. Το εύρος των ημερών διαφέρει ανάλογα με το είδος της εργασίας και της επιχείρησης. Άτομα που δούλευαν σε μεγάλες επιχειρήσεις είχαν ως το 1993 μεγαλύτερο εισόδημα και περισσότερες μέρες για να διαθέσουν σε ταξίδια στο εξωτερικό. (V.Balaz, M.Mitsutake, 1998)

Βάση στοιχείων του 2007, τα ταξίδια των Ιαπώνων τουριστών στο εξωτερικό είχαν διάρκεια πάνω από 5 ημέρες σε ποσοστό 95% του συνόλου των αναχωρήσεων. Το 27% των συνολικών ταξιδιών στο εξωτερικό διήρκεσαν 5-7 μέρες, το 52% του συνόλου 8-14 ημέρες, ενώ το 16,5% άνω των 15 ημερών. (ETC, 2009)

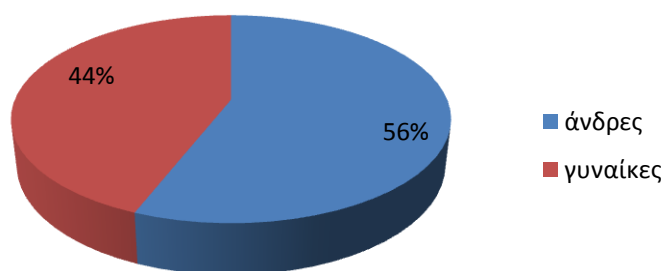
Παρατηρείται ότι η διάρκεια παραμονής εξαρτάται από την απόσταση του προορισμού από την Ιαπωνία. Η διάρκεια παραμονής σε προορισμούς που βρίσκονται σε μεγαλύτερη απόσταση από την Ιαπωνία συνήθως ξεπερνά τις 8 ημέρες. Σχεδόν το 91% των ταξιδιών των Ιαπώνων με προορισμό την κεντρική και νότια Αμερική είχαν διάρκεια πάνω από 8 ημέρες. Με προορισμό την Ευρώπη το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 81%. Ενώ το 75% των ταξιδιών στην ανατολική Ασία είχαν διάρκεια ως 4 ημέρες. (JTB Report 2000, All about overseas Travellers, 2000)

6.2.6 Χαρακτηριστικά Ιαπώνων τουριστών

Η συμπεριφορά των Ιαπώνων τουριστών είναι διαφορετική από αυτή των Ευρωπαίων και των Αμερικανών τουριστών. Πιο συγκεκριμένα διαμορφώνεται από τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Υψηλά επίπεδα εισοδημάτων, συνεπώς και υψηλά επίπεδα τουριστικής δαπάνης
- Ζήτηση για υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, συμπεριλαμβανόμενης της ασφάλειας.
- Μεγάλη χρήση υπηρεσιών τουριστικών γραφείων όταν ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού
- Μεγάλη δέσμευση με την εργασία τους
- Σχετικά μικρό διάστημα διακοπών
- Περιορισμοί σχετικοί με τη γλώσσα, μειωμένη ευφράδεια λόγου και γνώση ξένων γλωσσών, που οδηγεί σε μεγάλη εξάρτηση από υπηρεσίες των ταξιδιωτικών γραφείων και σε ομαδικά ταξίδια. (V.Balaz, M.Mitsutake, 1998)

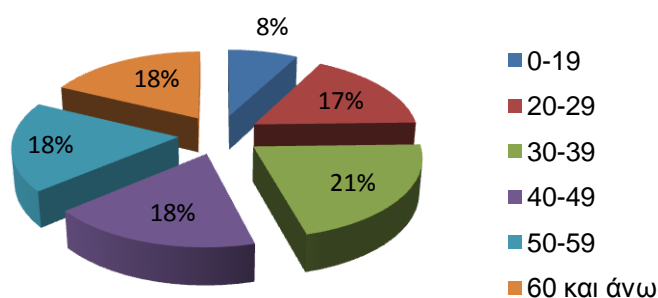
Για το 2007 οι Ιάπωνες τουρίστες ήταν κατά 56% άνδρες και 44% γυναίκες. Στα επόμενα χρόνια παρατηρήθηκε αύξηση των γυναικών που ταξιδεύουν εκτός της χώρας. (ETC, 2009)



Γράφημα 12: Διάκριση Ιαπώνων τουριστών με κριτήριο το φύλο

Πηγή: ETC, Market insights: Japan, August 2009

Όπως φαίνεται στο γράφημα 13, σύμφωνα με στοιχεία του 2007, το μεγαλύτερο ποσοστό Ιαπώνων τουριστών (36%) είναι άτομα ηλικίας 50 ετών και άνω. Ακολουθούν άτομα ηλικίας 30-39, 40-49, 20-29. Λιγότερο φαίνεται να ταξιδεύουν άτομα ηλικίας έως 19 ετών.

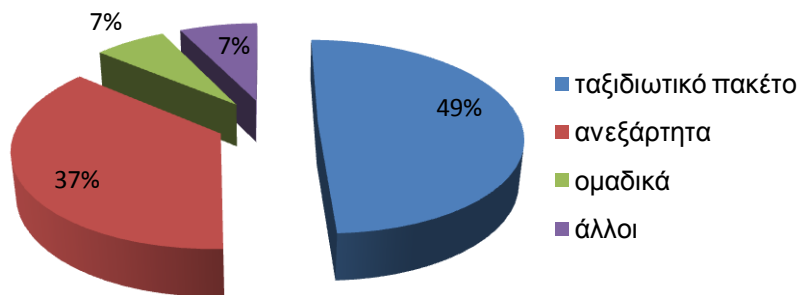


Γράφημα 13: Διάκριση Ιαπώνων τουριστών με κριτήριο την ηλικία

Πηγή: ETC, Market insights: Japan, August 2009

6.2.7 Τρόπος ταξιδιού

Οι Ιάπωνες παρατηρείται ότι ταξιδεύουν σε μεγαλύτερο ποσοστό μέσω ταξιδιωτικών πακέτων παρά ανεξάρτητα.



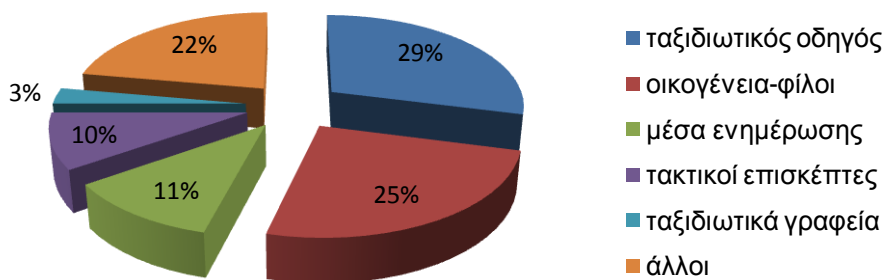
Γράφημα 14: Διάκριση Ιαπώνων τουριστών με κριτήριο τον τρόπο που επιλέγουν να ταξιδέψουν

Πηγή: JTB report 2000

Το 16% των Ιαπώνων τουριστών επισκέπτονται τον ίδιο προορισμό περισσότερες από 1 φορές, ενώ το 75% επιλέγει κάθε φορά διαφορετικό προορισμό. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το διαδίκτυο και ως μέσο ενημέρωσης, αλλά και ως μέσο κράτησης και διοργάνωσης του ταξιδιού, ειδικά για την ηλικιακή ομάδα 18-30.

6.2.9 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή ενός προορισμού

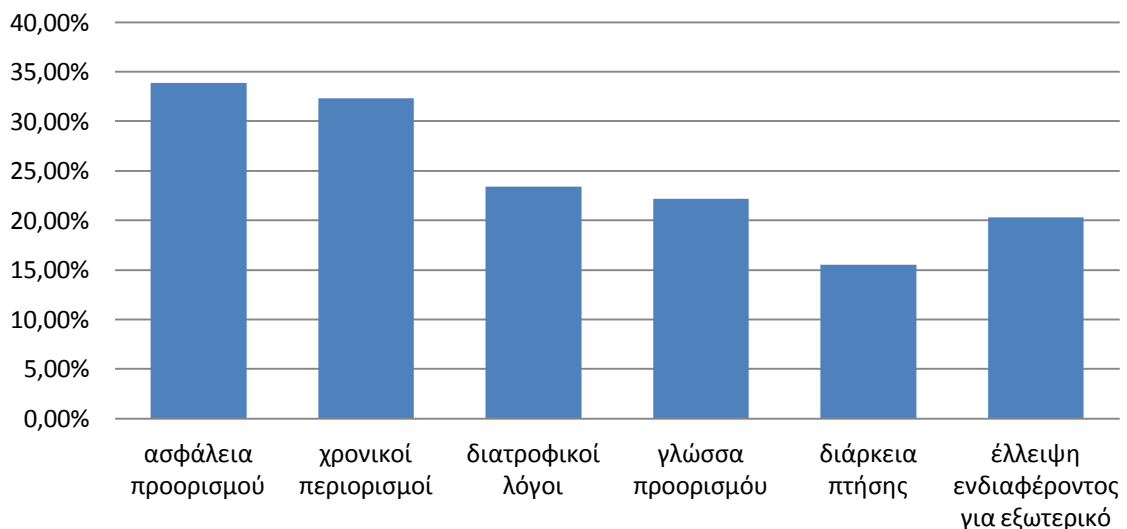
Το μεγαλύτερο ποσοστό Ιαπώνων τουριστών (29,1%) φαίνεται να συμβουλευέται και να επηρεάζεται από τον τουριστικό οδηγό για την επιλογή του προορισμού του ταξιδιού τους. Επίσης ένα μεγάλο ποσοστό (24,9%) φαίνεται να επηρεάζεται από τις απόψεις του στενότερου περιβάλλοντός τους που έχουν επισκεφτεί έναν προορισμό. Ανάλογα με τις εντυπώσεις που έχουν αποκομίσει εκείνοι από έναν προορισμό θα παροτρύνουν ή θα αποτρέψουν και άλλους να τον επισκεφτούν.



Γράφημα 15: Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή ενός προορισμού

Πηγή: JTB report 2000, Αύγουστος 2000

Φαίνεται ότι οι Ιάπωνες για την επιλογή ενός προορισμού δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην ασφάλεια του προορισμού. Ο δεύτερος σημαντικότερος παράγοντας είναι η δυσκολία να διαθέσουν αρκετές μέρες λόγω του τρόπου ζωής, έτσι ώστε να μπορέσουν να επισκεφτούν έναν προορισμό που βρίσκεται σε μεγάλη απόσταση από τη χώρα. Σημαντικό παράγοντα επίσης αποτελεί το κόστος του ταξιδιού, καθώς δε επιλέγουν μακρινούς προορισμούς λόγω υψηλού κόστους. Ανασταλτικό παράγοντα αποτελεί η εξωτική κουζίνα του προορισμού, η δυσκολίες επικοινωνίας λόγω της γλώσσας, οι πολλές ώρες του ταξιδιού λόγω της απόστασης. Εκτός από τα παραπάνω ένα ποσοστό δεν ενδιαφέρεται να ταξιδέψει εκτός χώρας.



Γράφημα 16: Παράγοντες που αποθαρρύνουν την επιλογή ενός προορισμού

Πηγή: Prime Minister's office, A survey on Leisure Time and Travel, 1999

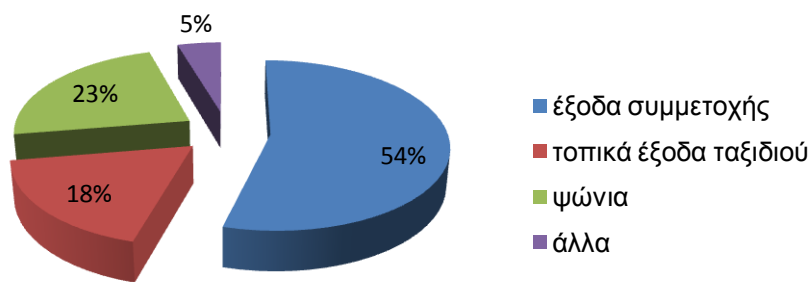
6.2.10 Τουριστική δαπάνη

Παρά τις διακυμάνσεις που παρουσιάζουν οι οικονομίες των χωρών προέλευσης των τουριστών, παρατηρείται ότι η ζήτηση των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών χαρακτηρίζεται ανελαστική, κυρίως στις πιο ανεπτυγμένες χώρες. (Βαρβαρέσος, 1998)

Ο όρος τουριστική δαπάνη αναφέρεται στα χρήματα που ξοδεύουν οι εξερχόμενοι τουρίστες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Οι τουριστικές εισπράξεις ορίζονται ως οι εισπράξεις από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στους επισκέπτες κατά τη διάρκεια παραμονής τους στη χώρα υποδοχής. Οι εισπράξεις αυτές αντιπροσωπεύουν τις μικτές συναλλαγματικές εισπράξεις των οποίων η εκτίμηση γίνεται είτε άμεσα, βάσει των πληροφοριών που παρέχονται από τους τουρίστες μέσω της μετατροπής των ξένων τραπεζογραμματίων στο νόμισμα της χώρας υποδοχής, είτε έμμεσα, με πολλαπλασιασμό του αριθμού των διανυκτερεύσεων με τη μέση ημερήσια τουριστική δαπάνη.

Η Ιαπωνία είναι μια από τις χώρες με μεγάλο μέγεθος εξερχόμενου τουρισμού αλλά και τουριστικής δαπάνης. Το διάστημα 1970-1996 η τουριστική δαπάνη των Ιαπώνων τουριστών από 315 εκατ. δολάρια έφτασε τα 40180 εκατ. δολάρια. (V.Balaz, M.Mitsutake, 1998)

Ενδεικτικά, 54,3% της συνολικής δαπάνης του ταξιδιού των Ιαπώνων τουριστών το 1999 αποτελούσαν τα έξοδα συμμετοχής στο ταξίδι που περιλαμβάνουν τη μεταφορά, και τη σίτιση. Το 23% αποτελούσαν τα ψώνια στη χώρα επίσκεψης, το 18,1% έξοδα ταξιδιού και το υπόλοιπο 4,6% των εξόδων αντιστοιχούσε σε άλλα έξοδα. (JTB report 2000)



Γράφημα 17: Τουριστική δαπάνη Ιαπώνων τουριστών

Πηγή: JTB Report 2000, Αύγουστος 2000

Μεγαλύτερη δαπάνη παρατηρείται σε περιπτώσεις ταξιδιών για εκπαιδευτικούς λόγους ή σε εκδρομές σχολείων σε χώρες του εξωτερικού. Ακολουθούν τα γαμήλια ταξίδια και ο συνεδριακός τουρισμός. Επίσης αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι πιο ηλικιωμένοι ταξιδιώτες ξοδεύουν περισσότερο όταν ταξιδεύουν, σε σχέση με άλλες ηλικιακές ομάδες, με το κόστος της συμμετοχής να ανέρχεται στο 60% του συνολικού κόστους του ταξιδιού. (WTO, special report no 6, 2000)

Η απόσταση από τον προορισμό αυξάνει τη δαπάνη του ταξιδιού. Τα ταξίδια στην Κεντρική και Νότια Αμερική και στην Ευρώπη είναι αυτά με το μεγαλύτερο κόστος. Για το 1999, το συνολικό κόστος για τα ταξίδια στην Κεντρική και Νότια Αμερική ανήλθε στα 497000 γεν και για την Ευρώπη 445000 γεν. Για την Κεντρική και Νότια Αμερική το 77,2% του συνολικού κόστους αποτελούσε το κόστος συμμετοχής, το 5,7% τοπικά έξοδα ταξιδιού, το 14,8% ψώνια και το 2,3% άλλα έξοδα. Αντίστοιχα για την Ευρώπη το 63,9% του συνολικού κόστους του ταξιδιού αντιστοιχούσε σε κόστος συμμετοχής, το 7,8% σε τοπικά ταξιδιωτικά έξοδα, το 26,3% σε ψώνια και το υπόλοιπο 2% σε άλλα έξοδα. (JTB Report 2000, WTO Special report no6)

Σύμφωνα με τους Mok & Lam, 1997, η αγοραστική συμπεριφορά των τουριστών στη χώρα προορισμού καθορίζεται από τέσσερις μεταβλητές που έχουν σχέση με τα χαρακτηριστικά:

- των τουριστών (κουλτούρα, ηλικία, φύλο, εισόδημα, παιδεία),
- του ταξιδιού (σκοπός ταξιδιού, διάρκεια ταξιδιού, αριθμός επισκέψεων, συνοδοί),
- του προορισμού (προσφορά αγαθών, τιμές, ύψος φόρου, διαθέσιμες υπηρεσίες),

- των συνθηκών (καιρικές συνθήκες, ειδικές περίοδοι, όπως γιορτές Χριστουγέννων, Πρωτοχρονιά κτλ.)

Οι Ahmed & Krohn, 1992, μελέτησαν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της καταναλωτικής συμπεριφοράς των Ιαπώνων τουριστών, εστιάζοντας στις διαφορές της κουλτούρας μεταξύ Ιαπώνων και Αμερικανών. Το βασικό χαρακτηριστικό της Ιαπωνικής κουλτούρας είναι η έννοια της ευρύτερης οικογένειας και η αφοσίωση σε αυτή, που επηρεάζει και την καταναλωτική τους συμπεριφορά όταν ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού, κυρίως στην αγορά δώρων.

Ένας παράγοντας κουλτούρας που επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά των Ιαπώνων στο εξωτερικό, είναι ο θεσμός του "omiyage", δηλαδή του αναμνηστικού που συνηθίζεται να δίνεται σε φίλους και συγγενείς από το μέρος επίσκεψης. Αυτό βασίζεται στην κουλτούρα των Ιαπώνων σύμφωνα με την οποία κάθε άτομο αποτελεί μέλος μιας ομάδας μέσα στην οποία το άτομα έχει κοινωνικές υποχρεώσεις. Σχετικά με τον τουρισμό, υπάρχει μια ισορροπία που πρέπει να διατηρηθεί στη σχέση αυτών που ταξιδεύουν και αυτών που μένουν πίσω. Συνηθίζεται όταν ένα άτομο θα ταξιδέψει, τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας στην οποία ανήκει του κάνουν κάποιο δώρο για το ταξίδι, γνωστό ως "senbetsu". Έτσι σε ανταπόδοση, το άτομο που ταξιδεύει πρέπει να επιστρέψει με κάποιο δώρο από τη χώρα προορισμού (omiyage). Αυτό το είδος του omiyage που δίνεται σε κάθε άτομο που έχει προσφέρει senbetsu λέγεται "okaeshi". Σημαντικό μέρος της δαπάνης των Ιαπώνων τουριστών αποτελεί η δαπάνη για αναμνηστικά από τη χώρα προορισμού, που μπορεί να αποτελεί τα ¼ των αγορών στη χώρα προορισμού. (P. Hobson, M. Christensen)

Σύμφωνα με έρευνα του 1995 σχετικά με την κατηγοριοποίηση και τα χαρακτηριστικά των Ιαπώνων τουριστών που ξοδεύουν περισσότερα (heavy spenders) και λιγότερα (light spenders) κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, σε δείγμα 1.200 Ιαπώνων άνω των 18 ετών, που προέρχονταν από 7 μεγάλες πόλεις της Ιαπωνίας και ταξίδεψαν στο εξωτερικό για διάστημα τουλάχιστον τεσσάρων ημερών μέσα στα προηγούμενα τρία χρόνια, οι Ιάπωνες που ταξιδεύουν σε χώρες της Ασίας τείνουν να ξοδεύουν λιγότερα απ' ότι αυτοί που ταξιδεύουν στην Ευρώπη, την Αμερική και την Ωκεανία. Παρατηρήθηκε ότι αυτοί που χαρακτηρίζονται ως "heavy spenders" σε σχέση με τους "light spenders", είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία (κατά μέσο όρο περίπου 40 ετών), ταξιδεύουν μεγαλύτερο διάστημα, προτιμούν συνήθως τους καλοκαιρινούς μήνες, επιλέγουν ταξίδια σε περιοχές με ιδιαίτερη κουλτούρα και ιστορία, δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον να ταξιδέψουν σε χώρες της Ευρώπης, τον Καναδά και την Ωκεανία παρά

σε χώρες της Ασίας και κατά τη διάρκεια των διακοπών τους προτιμούν να επισκέπτονται περισσότερες από μία πόλεις. (S. Jang, J. Ismail, S. Ham, 2002)

6.3 Η επιλογή της Ευρώπης ως τουριστικού προορισμού

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως είναι μεγάλο το ποσοστό των Ιαπώνων τουριστών που επιλέγουν την Ευρώπη ως προορισμό τους. Για το 2009 σύμφωνα με στοιχεία του Ιαπωνικού Οργανισμού τουρισμού, η Γαλλία και η Ιταλία ήταν πρώτες στην προτίμηση των Ιαπώνων από τις χώρες της Ευρώπης. Στον πίνακα 15 που ακολουθεί, παρουσιάζονται οι πρώτοι σε επιλογή προορισμοί των Ιαπώνων στην Ευρώπη το διάστημα 2005-2009.

Πίνακας 15: Επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών σε χώρες της Ευρώπης (2005-2009)

Πηγή: Japan Tourism Marketing Co., www.tourism.jp/english/statistics/outbound.php

	Ευρώπη									
	Γαλλία	Γερμανία	Ισπανία	Ελβετία	Αυστρία	Ολλανδία	Βέλγιο	Ιταλία	Αγγλία	Κροατία
2005	1459096	730200	604175	335199	278686	156900	213696	1657688	332000	32748
2006	1353623	759834	706503	347299	267909	141600	206399	1648220	324000	64751
2007	1295252	661169	599462	324554	229343	128900	205174	1474014	309000	86404
2008	1139756	597314	572145	277657	221577	114300	192322	1307729	239000	143704
2009	1112587	538751	511772	275505	198865	99200	152554	1298068	236000	163173

Πολλοί Ιάπωνες τουρίστες έχουν γνώσεις για την Ευρώπη μέσω των μαθημάτων ιστορίας και τέχνης του σχολείου. Σύμφωνα με έρευνα του ETC (2009), που έγινε σε ιάπωνες που είχαν ταξιδέψει στην Ευρώπη αλλά και σε δυνητικούς ιάπωνες τουρίστες που θα ήθελαν να ταξιδέψουν στην Ευρώπη, τα θετικά στοιχεία της Ευρώπης που την ξεχωρίζουν σαν προορισμό είναι:

- Η ιστορία που έχουν οι χώρες της Ευρώπης, τα παλαιά κτίρια και η καλοσυντηρημένη ατμόσφαιρα των παλαιών πόλεων
- Η πολιτιστική ποικιλομορφία
- Τα μουσεία τέχνης
- Η αρμονία μεταξύ του ωραίου φυσικού περιβάλλοντος και του σύγχρονου πολιτισμού
- Η αγορά, η μόδα, και καταστήματα γνωστών σχεδιαστών
- Το φαγητό

Στα μειονεκτήματα της Ευρώπης ως προορισμός για τους Ιάπωνες συγκαταλέγονται:

- Η μεγάλη απόσταση από την Ιαπωνία και οι πολύωρες πτήσεις που απαιτούνται για την πρόσβαση
- Ο αριθμός των ημερών που απαιτούνται για μια επίσκεψη στην Ευρώπη είναι περίπου 9-10 ημέρες. Είναι πολύ δύσκολο για έναν εργαζόμενο να έχει τόσες μέρες διαθέσιμες.
- Το μεγάλο κόστος του ταξιδιού
- Κάποιες Ευρωπαϊκές χώρες θεωρούνται ακόμα επικίνδυνες για τους Ιάπωνες

Μεγάλο μερίδιο των Ιαπώνων επισκεπτών των Ευρωπαϊκών πόλεων αποτελούν οι ηλικιωμένοι και γενικότερα άτομα που έχουν πάρει σύνταξη, καθώς λόγω εργασιακών υποχρεώσεων είναι δύσκολο για τους εργαζόμενους να έχουν το διαθέσιμο χρόνο για ένα τέτοιο ταξίδι.

6.3.1 Μέσα επιρροής στην επιλογή της Ευρώπης ως τουριστικού προορισμού

Σύμφωνα με την ίδια πηγή (ETC, 2009) τα μέσα που ωθούν και δίνουν κίνητρα για ταξίδια στην Ευρώπη πέρα από τα ταξιδιωτικά γραφεία αποτελούν:

- Προγράμματα στην τηλεόραση με ταξιδιωτικό περιεχόμενο που δίνουν πληροφορίες για ταξιδιωτικούς προορισμούς
- Πληροφορίες από γνωστούς και φίλους που έχουν επισκεφτεί έναν προορισμό
- Διαφημίσεις προορισμών σε εφημερίδες. Οι εφημερίδες αποτελούν πηγή πληροφοριών για υπερπόντια ταξίδια και διαθέσιμα τουριστικά πακέτα.
- Η διαφήμιση και ενημέρωση σε ταξιδιωτικά γραφεία
- Ταξιδιωτικά περιοδικά που διαφημίζουν προορισμούς
- Κινηματογραφικές ταινίες που γυρίζονται σε κάποια χώρα της Ευρώπης μπορούν να δημιουργήσουν την επιθυμία επίσκεψης στη χώρα αυτή.
- Προσωπικά ενδιαφέροντα, όπως για παράδειγμα ο αθλητισμός μπορεί να προκαλέσει το ενδιαφέρον για κάποιο ταξίδι στην Ευρώπη με αφορμή κάποιο αθλητικό γεγονός.
- Το διαδίκτυο, καθώς πολλοί κυρίως νέοι μέσω του διαδικτύου επιλέγουν τον τόπο των διακοπών τους.

6.3.2 Διάρκεια παραμονής στην Ευρώπη

Σύμφωνα με έρευνα του ETC(2009) σε Ιάπωνες τουρίστες που επισκέφτηκαν την Ευρώπη το έτος 2007, το 3% των επισκεπτών παρέμεινε στην Ευρώπη για διάστημα 1-4 ημερών, το 24% για διάστημα 5-7 ημερών, το 63% για διάστημα 8-14 ημερών και το 9% παρέμεινε για διάστημα άνω των 15 ημερών. (ETC, Market Insights:Japan, 2009)

Σύμφωνα με την έρευνα για τους δυνητικούς επισκέπτες του ETC, το 65% των ερωτηθέντων Ιαπώνων που θα ήθελαν να επισκεφτούν την Ευρώπη θα διέθετε 6-10 ημέρες, το 18% θα διέθετε 11-14 ημέρες, το 9% 15-20 ημέρες, ενώ μόλις το 2% από 21 ημέρες και πάνω. Μόνο 9% των ερωτηθέντων θα διέθετε λιγότερες από 5 ημέρες για ταξίδι στην Ευρώπη. Επίσης παρατηρήθηκε ότι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στην Ευρώπη, οι ερωτηθέντες που επισκέφτηκαν περισσότερες από μία χώρες, συνήθως προτιμούσαν γειτονικές ή διάλεγαν χώρες με κοινά χαρακτηριστικά.

Κατά τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας, το 40% περίπου των επισκεπτών στην Ευρώπη προτίμησαν τους μήνες Ιούνιο έως Αύγουστο, γεγονός που δικαιολογείται λόγω του γεγονότος ότι οι εργαζόμενοι στην Ιαπωνία συνήθως έχουν 5 ημέρες άδεια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο. Το 34% προτίμησε τους μήνες Απρίλιο και Μάιο, ενώ το 16% επισκέφτηκε την Ευρώπη κατά το διάστημα μεταξύ Νοέμβριο και Μάρτιο, που είναι και καιρικά το πιο κρύο διάστημα για τις χώρες της Ευρώπης.

6.3.3 Τρόπος ταξιδιού στην Ευρώπη

Παρατηρείται ότι οι περισσότεροι Ιάπωνες που επιλέγουν την Ευρώπη ως προορισμό τους, προτιμούν να ταξιδεύουν μέσω οργανωμένου πακέτου παρά ανεξάρτητα. Σύμφωνα με στοιχεία του ETC, συνήθως επιλέγουν οργανωμένα πακέτα που περιλαμβάνουν μετακίνηση προς και από τη χώρα προορισμού και κατάλυμα, ενώ άλλοι επιλέγουν πλήρη πακέτα που περιλαμβάνουν επίσης οργανωμένες ξεναγήσεις και συγκεκριμένο πρόγραμμα για όλη τη διάρκεια της ημέρας, για όλες τις μέρες

παραμονής τους. Οι λόγοι που επιλέγουν πακέτα (συνήθως με τις βασικές μόνο παροχές και όχι τα πλήρη) είναι κυρίως τα παρακάτω:

- Ταξιδεύοντας οργανωμένα αποφεύγουν τα άγχος της οργάνωσης, καθώς και τις λεπτομέρειες διοργάνωσης του ταξιδιού, τα οποία αναλαμβάνει κάποιος άλλος.
- Δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα με τη γλώσσα, καθώς δε χρειάζεται να επικοινωνήσουν στην γλώσσα του προορισμού για θέματα του ταξιδιού, καθώς τα έχει αναλάβει κάποιος άλλος και οι ξεναγήσεις γίνονται στα Ιαπωνικά.
- Διαλέγοντας πακέτο με τις βασικές παροχές και όχι το πλήρες, μπορούν να διαλέξουν οι ίδιοι τις δραστηριότητες που επιθυμούν στον προορισμό, ελέγχοντας έτσι και το αντίστοιχο κόστος. Εκτός αυτού τα πλήρη πακέτα δεν προτιμώνται λόγω του ότι δημιουργούν πίεση χρόνου για την αυστηρή τήρηση του προκαθορισμένου προγράμματος.

6.3.4 Η Ευρώπη ως προορισμός μελλοντικού ταξιδιού, προτιμώμενες χώρες και πόλεις

Βάσει της έρευνας του ETC οι 7 πρώτες χώρες κατά σειρά προτίμησης που θα ήθελαν να επισκεφτούν οι Ιάπωνες στο μέλλον είναι :

1. Η Ιταλία
2. Η Γαλλία
3. Η Ελλάδα
4. Η Ελβετία
5. Η Αυστρία
6. Η Ισπανία
7. Η Αγγλία

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα οι 10 πρώτες πόλεις που θα ήθελαν να επισκεφτούν οι Ιάπωνες κατά σειρά προτίμησης είναι:

1. Ρώμη
2. Παρίσι
3. Μιλάνο
4. Φλωρεντία
5. Αθήνα
6. Βενετία

7. Βιέννη
8. Λονδίνο
9. Βαρκελώνη
10. Μαδρίτη

6.3.5 Προϋποθέσεις για την επιλογή Ευρωπαϊκής χώρας ως προορισμό

Κύριους λόγους που Ιάπωνες δεν έχουν επισκεφτεί ακόμα την Ευρώπη αποτελούν:

- α) η μεγάλη απόσταση και το πολύωρο ταξίδι,
- β) το μεγάλο κόστος του ταξιδιού σε σχέση με άλλους προορισμούς,
- γ) οι απαιτούμενες ημέρες για την πραγματοποίηση ενός τέτοιου ταξιδιού. Συνήθως ένα οργανωμένο ταξίδι στην Ευρώπη διαρκεί περίπου μια εβδομάδα, που όμως είναι δύσκολο για έναν Ιάπωνα εργαζόμενο να πάρει τέτοια άδεια,
- δ) το γεγονός ότι δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τα αγγλικά σε κάποιες χώρες και συνεπώς θα έχει πρόβλημα επικοινωνίας, και τέλος
- ε) το γεγονός ότι κάποιες χώρες δε θεωρούνται από τους Ιάπωνες ασφαλείς.

Οι παραπάνω παράγοντες λειτουργούν ανασταλτικά στην επιλογή μιας Ευρωπαϊκής χώρας ως τόπο προορισμού των διακοπών των Ιαπώνων.

Σύμφωνα με στοιχεία της έρευνας για τους Ιάπωνες τουρίστες του ETC, παρατηρείται ότι για την επιλογή μιας χώρας ως τουριστικό προορισμό πρέπει να υπάρχουν κάποιες από τις παρακάτω προϋποθέσεις-χαρακτηριστικά :

- Διαθέσιμο πλήθος πληροφοριών στα ιαπωνικά
- Διαθέσιμα ταξιδιωτικά πακέτα για τις συγκεκριμένες χώρες σε τουριστικά γραφεία
- Διαφήμιση στα ιαπωνικά μέσα
- Διαθέσιμος τουριστικός οδηγός στα ιαπωνικά
- Αξιοθέατα και άλλοι χώροι επίσκεψης
- Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της κουλτούρας και του πολιτισμού της χώρας, για τα οποία διακρίνεται
- Πλούσιος πολιτισμός
- Ιστορικά κτήρια, ναοί, κάστρα, πύργοι

- Μουσεία τέχνης
- Ιστορικές πόλεις με διατήρηση της εποχικής τους ατμόσφαιρας
- Δυνατότητα για δραστηριότητες ανάλογα με τις προτιμήσεις των επισκεπτών
- Καλή τουριστική υποδομή (στέγαση, δίκτυα μεταφορών)
- Εύγευστη κουζίνα
- Φιλικόι άνθρωποι
- Θερμό κλίμα (καλές καιρικές συνθήκες)
- Εμπορικά καταστήματα (τα ρούχα σχεδιαστών στην Ευρώπη κοστίζουν λιγότερο απ' ό τι στην Ιαπωνία)
- Όμορφο τοπίο

Από την άλλη μεριά αποφεύγουν να επιλέγουν χώρες με χαρακτηριστικά όπως:

- Πολιτική αστάθεια και κοινωνική αναταραχή
- Κακή οικονομική κατάσταση
- Έλλειψη αστυνόμευσης και γενικότερα χαρακτηριστικά που τους δημιουργούν ανασφάλεια
- Έλλειψη πληροφόρησης και διαθεσιμότητας πληροφοριακού υλικού για τη χώρα στα ιαπωνικά. Δεν ενδιαφέρονται να επισκεφτούν χώρες που δεν γνωρίζουν τίποτα γι' αυτές
- Χρονοβόρα και κουραστική πρόσβαση λόγω μεγάλης απόστασης ή έλλειψης απευθείας σύνδεσης με πτήση από την Ιαπωνία
- Ψυχρό κλίμα

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η δημοτικότητα κάθε χώρας ανάλογα με τις απόψεις που έχουν για καθεμία οι Ιάπωνες, σύμφωνα με έρευνα του ETC για την ιαπωνική τουριστική αγορά.

Πίνακας 16: Δημοτικότητα χωρών του εξωτερικού σύμφωνα με τις απόψεις Ιαπώνων τουριστών

Πηγή: European Travel Commission, December 2000

Ήταν πάντα δημοφιλής	+
Η δημοτικότητα αυξάνεται	>
Η δημοτικότητα μειώνεται	<
Ήταν πάντα μη δημοφιλής	-

Χώρα	Δημοτικότητα
Αυστρία	+
Βέλγιο	>
Βουλγαρία	-
Κροατία	-
Κύπρος	-
Τσεχία	>
Δανία	+
Εσθονία	>
Φινλανδία	>
Γαλλία	+
Γερμανία	+ <
Ελλάδα	+
Ουγγαρία	>
Ισλανδία	-
Ιρλανδία	>
Ιταλία	+
Λουξεμβούργο	-
Μάλτα	>
Μονακό	>
Νορβηγία	-
Πολωνία	-
Πορτογαλία	>
Ρουμανία	-
Σλοβενία	-
Ισπανία	+
Σουηδία	>
Ελβετία	+
Τουρκία	>
Αγγλία	+

Κεφάλαιο 7° Ο Ελληνικός εισερχόμενος τουρισμός και οι Ιάπωνες τουρίστες στην Ελλάδα

7.1 Η Σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα

Ο τουριστικός τομέας στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας μιας χώρας δημιουργεί έσοδα και έξοδα σε μεγάλο αριθμό οικονομικών κλάδων. Αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό τμήμα της διενεργούμενης κατανάλωσης, δημιουργεί μια σειρά από παραγωγικές δραστηριότητες, επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές και το ισοζύγιο πληρωμών και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. (Βαρβαρέσος, 2000)

Σε μακροοικονομικό επίπεδο οι βασικές οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού συνδέονται με τα συναλλαγματικά έσοδα και τη συμβολή τους στα έσοδα του κράτους, ενώ σε μικροοικονομικό επίπεδο, δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης και τουριστικού εισοδήματος και τονώνουν την περιφερειακή ανάπτυξη.

Ο διεθνής τουρισμός επιδρά σε δύο βασικές κατευθύνσεις, στο εμπόριο που παράγει και στα αναδιανεμητικά αποτελέσματα. Η επίδρασή του στις συναλλαγές πηγάζει από την τουριστική ζήτηση. Το ταξίδι δίνει ώθηση στο εμπόριο. Οι τουρίστες για παράδειγμα, μπορεί να επιλέξουν καταλύματα που δε διαχειρίζονται μόνιμοι κάτοικοι της χώρας υποδοχής ή να καταναλώσουν προϊόντα εισαγόμενα. Εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση της τουριστικής ζήτησης, αποτελούν εκροές κεφαλαίου για τη χώρα υποδοχής, αλλά για τη διεθνή οικονομία αποτελούν αφορμή για συναλλαγές και εξαγωγές. Το αναδιανεμητικό αποτέλεσμα του τουρισμού είναι σημαντικό για τις αναπτυσσόμενες κυρίως χώρες, καθώς πολλοί τουρίστες προέρχονται από αναπτυγμένες χώρες, οι οποίες έχουν υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα. Διαθέτοντας ποσοστό του πλεονάζοντος εισοδήματός τους σε χώρες με χαμηλότερο κατά κεφαλήν εισόδημα, προκύπτει η αναδιανομή της πλεονάζουσας αγοραστικής δύναμης πλουσιότερων χωρών προς άλλες χώρες. Έτσι χώρες με πλεόνασμα στο ισοζύγιο πληρωμών, όπως η Ιαπωνία, ενθαρρύνουν τους πολίτες τους να ταξιδεύουν στο εξωτερικό και αναδιανέμουν με αυτόν τον τρόπο το πλεόνασμα. (Lickorish L., Jenkins C., 2004)

Η συμβολή του τουρισμού στα κρατικά έσοδα είναι άμεση και έμμεση. Η άμεση προκύπτει από την επιβολή φόρων στο εισόδημα ιδιωτών και εταιριών, που προκύπτει

από τουριστική απασχόληση και τις τουριστικές επιχειρήσεις, ενώ η έμμεση προκύπτει από φόρους και δασμούς που επιβάλλονται σε αγαθά και υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες, για παράδειγμα ο φόρος διανυκτέρευσης, ο φόρος χρήσης αεροδρομίου σε κάποιες περιοχές. (Lickorish L., Jenkins C., 2004)

Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως δραστηριότητα «έντασης εργασίας», δηλαδή για κάθε μονάδα κεφαλαίου που επενδύεται στον τουριστικό τομέα, δημιουργούνται περισσότερες θέσεις εργασίας από αυτές που θα δημιουργούνταν αν το κεφάλαιο επενδύονταν σε άλλο τομέα. Η τουριστική ανάπτυξη δημιουργεί δύο τύπους απασχόλησης, άμεση και έμμεση. Άμεση απασχόληση αποτελούν οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται εξαιτίας της προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών στους τουρίστες. Παράδειγμα άμεσης απασχόλησης αποτελούν οι θέσεις εργασίας που σχετίζονται με τη λειτουργία ενός ξενοδοχείου. Ο τουρισμός παρόλα αυτά απαιτεί τη συμβολή και άλλων τομέων που δε συνδέονται άμεσα με την τουριστική δραστηριότητα. Θέσεις εργασίας αυτών των τομέων αποτελούν την έμμεση τουριστική απασχόληση. Παράδειγμα έμμεσης απασχόλησης αποτελούν θέσεις εργασίας που σχετίζονται με την κατασκευή και συντήρηση ενός ξενοδοχείου. (Lickorish L., Jenkins C., 2004)

Σε επίπεδο περιφερειακής ανάπτυξης, ο τουρισμός μπορεί να αξιοποιήσει ιστορικά και πολιτισμικά μνημεία, φυσικά τοπία, ιστορικές πόλεις και ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες. Για κάποιες περιοχές με λίγες εναλλακτικές δυνατότητες οικονομικής ανάπτυξης, ο τουρισμός συντελεί στην προώθηση της οικονομικής τους ανάπτυξης.

Εκτός από το οικονομικό επίπεδο, από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας προκύπτουν πολιτιστικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Ο τουρισμός αποτελεί ανθρώπινη δραστηριότητα. Συνεπώς οι τουρίστες όταν επισκέπτονται τη χώρα υποδοχής δεν μεταφέρουν μόνο την αγοραστική τους δύναμη, αλλά και έναν διαφορετικό τρόπο συμπεριφοράς, που μπορεί να μεταβάλλει τα τοπικά κοινωνικά πρότυπα. Μπορεί επίσης να ενθαρρύνει πολιτιστικές ανταλλαγές και να ενισχύσει τους δεσμούς ανάμεσα στις χώρες. (Lickorish L., Jenkins C., 2004)

Αύξηση παρατηρείται στις αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, σε σχέση με τις αρχές της δεκαετίας. Το 2010 οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 0,62% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά και κατά 21% σε σχέση με αυτές του 2000. Για το 2011 τα διαθέσιμα στοιχεία αντιστοιχούν στο διάστημα Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου. Στο διάστημα αυτό οι αφίξεις στην Ελλάδα σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος ήταν

14.229.854 ,παρουσιάζοντας αύξηση κατά 10,4% σε σχέση με τις αφίξεις του αντίστοιχου διαστήματος του 2010 που ήταν 12.893.297.

Πίνακας 17 : Ετήσιες αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα και εισπράξεις (2003-2010)

Πηγή: ΣΕΤΕ, Τράπεζα της Ελλάδος, ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Έτος	Αφίξεις	% μεταβολή	Εισπράξεις σε εκατ. ευρώ	% μεταβολή
2000	12.378.282		10.061,20	
2001	13.019.202	5,18	10.579,90	5,16
2002	12.556.494	-3,55	10.284,70	-2,79
2003	12.468.411	-0,7	9.495,30	-7,68
2004	11.735.556	-5,88	10.347,80	8,98
2005	12.902.048	9,94	10.729,50	3,69
2006	13.993.371	8,46	11.356,70	5,85
2007	15.229.598	8,83	11.319,20	-0,33
2008	15.938.805	4,66	11.635,90	2,8
2009	14.914.534	-6,43	10.400,20	-10,62
2010	15.007.490	0,62	9.611,30	-7,59

Αυξητική τάση είχαν και οι εισπράξεις την τελευταία δεκαετία σημειώνοντας όμως μείωση από το 2009. Συγκεκριμένα κατά την περίοδο 2000-2010, το 2003 και το 2010 παρουσίασαν τις χαμηλότερες εισπράξεις από τον τουρισμό. Βάσει των τουριστικών εισπράξεων, για το 2010 η Ελλάδα κατείχε μερίδιο 3,13% των συνολικών τουριστικών εισπράξεων της Ευρώπης, ενώ το αντίστοιχο μερίδιό της παγκοσμίως ήταν 1,39%.

Πίνακας 18: Μερίδιο αγοράς του Ελληνικού τουρισμού βάσει των τουριστικών εισπράξεων (2007-2010)

Πηγή: ΣΕΤΕ

Έτος	Μερίδιο στην Ευρώπη	Μερίδιο στον Κόσμο
2007	3,57%	1,81%
2008	3,63%	1,82%
2009	3,53%	1,70%
2010	3,13%	1,39%

Κατά τη δεκαετία 1999-2008 οι εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 2-3% και αντιπροσώπευαν κατά μέσο όρο το 6% του

ΑΕΠ. Πέρα από τον τουριστικό κλάδο πολλές άλλες δραστηριότητες ενισχύονται από τον τουρισμό, συνεπώς συμβάλλει έμμεσα στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος. Βάση έρευνας των Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού του World Travel and Tourism Council για το 2008, έχει εκτιμηθεί ότι τα έμμεσα οφέλη έχουν την ίδια βαρύτητα για την οικονομία όσο και τα άμεσα οφέλη από την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα στην Ελλάδα η συνολική άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ ανέρχεται σε 17,2% , ενώ η άμεση συμβολή της στη δημιουργία θέσεων εργασίας εκτιμάται σε 10,8% και η συνολική σε 20,9%. (Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδος, Τράπεζα της Ελλάδος, 2010)

Για το 2010 η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 15,3%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (746.200 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 17,9% των απασχολουμένων.

Πίνακας 19: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	15,3% [WTTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	17,9% της συνολικής απασχόλησης [WTTTC]
Απασχόληση (άμεση & έμμεση)	746.200 [WTTTC]
Έσοδα	9,6 δισ. € [ΤΤΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	15 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	640 €
Μερίδιο Αγοράς	1,6% Παγκόσμια, 3,15% Ευρώπη
Εποχικότητα	55% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.038.870), Ην. Βασίλειο (1.802.201), ΠΓΔΜ (1.104.576), Γαλλία (868.347), Ιταλία (843.613) [ΕΛ.ΣΤΑΤ. & ΤΤΕ]

7.2 Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουρισμού

Η ανταγωνιστικότητα μια χώρας στον τουριστικό κλάδο υπολογίζεται, με την χρήση του Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας. Ο δείκτης αυτός αναπτύχθηκε από το World Economic Forum (WEF) και χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 2007. Στόχος του είναι να μετρηθούν οι παράγοντες και οι πολιτικές που καθιστούν ελκυστική την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα μεταξύ διαφορετικών χωρών. Διαμορφώνεται λαμβάνοντας υπόψη στατιστικά δεδομένα, σε συνδυασμό με δεδομένα από την ετήσια έρευνα Executive Opinion Survey. Αποτελείται από πολλούς υποδείκτες οι οποίοι συνοψίζονται σε τρεις βασικούς:

- Το Ρυθμιστικό πλαίσιο
- Το Επιχειρηματικό περιβάλλον και οι τουριστικές υποδομές
- Οι Ανθρώπινοι, πολιτιστικοί και φυσικοί

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF), το 2011 Ελλάδα καταλαμβάνει την 29η θέση μεταξύ 139 χωρών, στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας. Στις πρώτες 10 θέσεις κατά τον ίδιο δείκτη βρίσκονται οι παρακάτω χώρες:

- 1^η θέση: Ελβετία
- 2^η θέση: Γερμανία
- 3^η θέση: Γαλλία
- 4^η θέση: Αυστρία
- 5^η θέση: Σουηδία
- 6^η θέση: ΗΠΑ
- 7^η θέση: Ηνωμένο Βασίλειο
- 8^η θέση: Ισπανία
- 9^η θέση: Καναδάς
- 10^η θέση: Σιγκαπούρη

Η Ελλάδα βρέθηκε πέντε θέσεις χαμηλότερα από την προηγούμενη αξιολόγηση το 2009, όπου είχε την 24η θέση ανάμεσα σε 133 χώρες. Η πτώση στην κατάταξη αποδίδεται σε παράγοντες όπως το ασθενέστερο πολιτικό περιβάλλον και η ανησυχία για την ασφάλεια. Σημαντικό παράγοντα αποτέλεσε και η χαμηλότερη προτεραιότητα που δίνεται στο τουριστικό τομέα στο εσωτερικό της χώρας, δεδομένης της γενικότερης δυσμενούς οικονομικής κατάστασης. Μεταξύ των χωρών της Ευρώπης κατατάσσεται

στην 21^η θέση, καθώς επωφελείται από τον πολιτιστικό της πλούτο (25η θέση), τις καλές συνθήκες υγιεινής (20η θέση) και την τουριστική υποδομή (5η θέση).

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2010 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 21η σε επίπεδο εσόδων. Στον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούνται οι διαφορές ως προς δείκτες απόδοσης μεταξύ της Ελλάδας και των άμεσων ανταγωνιστών της σύμφωνα με στοιχεία του 2010.

Πίνακας 20: Δείκτες απόδοσης της Ελλάδας και των Ανταγωνιστών για το 2010

Πηγή: ΣΕΤΕ

Δείκτες Απόδοσης 2010	Ελλάδα	Ισπανία	Κύπρος	Τουρκία	Αίγυπτος	Κροατία
Κατάταξη - Διεθνείς Αφίξεις	17η	4η	κάτω από την 50η	7η	18η	26η
Κατάταξη - Έσοδα	21η	2η	κάτω από την 50η	10η	22η	33η
Διεθνείς Αφίξεις 2010 (εκατ.)	15	52,7	2,2	27	14,1	9,1
% μεταβολή αφίξεων 2000 - 2010	21%	13,6%	-18,5%	181,3%	176,5%	71,7%
Έσοδα - 2010 δις δολάρια	12,7	52,5	2,2	20,8	12,5	8,3
% μεταβολή εσόδων 2000-2010	38%	75%	15,8%	173,7%	190,7%	196,4%
Μέση κατά κεφαλή Δαπάνη ανά ταξίδι σε USD	846,7	996,2	1.000	770,4	886,5	912,1
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Αφίξεις	1,6%	5,6%	0,2%	2,9%	1,5%	1%
Μερίδιο αγοράς παγκόσμια σε Έσοδα	1,4%	5,7%	0,2%	2,3%	1,4%	0,9%

Οι βασικοί παράγοντες που συμβάλλουν στη διαμόρφωση των ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά χώρα είναι η εξέλιξη της μέσης διάρκειας παραμονής των τουριστών στην Ελλάδα, δηλαδή ο αριθμός των διανυκτερεύσεων ανά ταξίδι και η μέση δαπάνη ανά ταξίδι. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή πόρων για όλες τις χώρες της Νότιας Ευρώπης, κυρίως για τις Ελλάδα, Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία και Τουρκία, που λόγω της γεωγραφικής τους θέσης εξειδικεύονται στον τομέα του τουρισμού. Από αυτές το μεγαλύτερο μερίδιο στις παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις κατέχει η Ισπανία

και ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία. Από τις υπόλοιπες ως προς το ποσοστό συμμετοχής στις παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις ακολουθεί η Τουρκία, η Ελλάδα και τέλος η Πορτογαλία. (Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδος, Τράπεζα της Ελλάδος, 2010)

7.3 Η ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού

Έως το 1990 η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα γίνονταν με γρηγορότερους ρυθμούς σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη και παγκόσμια όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 21: Αφίξεις στην Ελλάδα συγκριτικά με την Ευρώπη και Παγκοσμίως, 1950-2010

Πηγή: WTO,ΕΟΤ

	Παγκοσμίως (σε εκατ.)	Μεταβολή δεκαετίας	Ευρώπη (σε εκατ.)	Μεταβολή δεκαετίας	Ελλάδα (σε χιλιάδες)	Μεταβολή δεκαετίας
1950	25,3		16,8		33,3	
1960	69,3	174,11%	50,4	199,70%	399,4	1098,33%
1970	165,8	137,25%	117,3	133,01%	1.609,2	302,87%
1980	286,0	72,50%	188,3	60,50%	5.271,1	227,56%
1990	457,2	59,86%	282,7	50,13%	8.873,0	68,33%
2000	698,8	52,84%	403,3	42,66%	12.500,0	40,88%
2010	940,0	34,52%	477,0	18,27%	15.007,5	20,06%

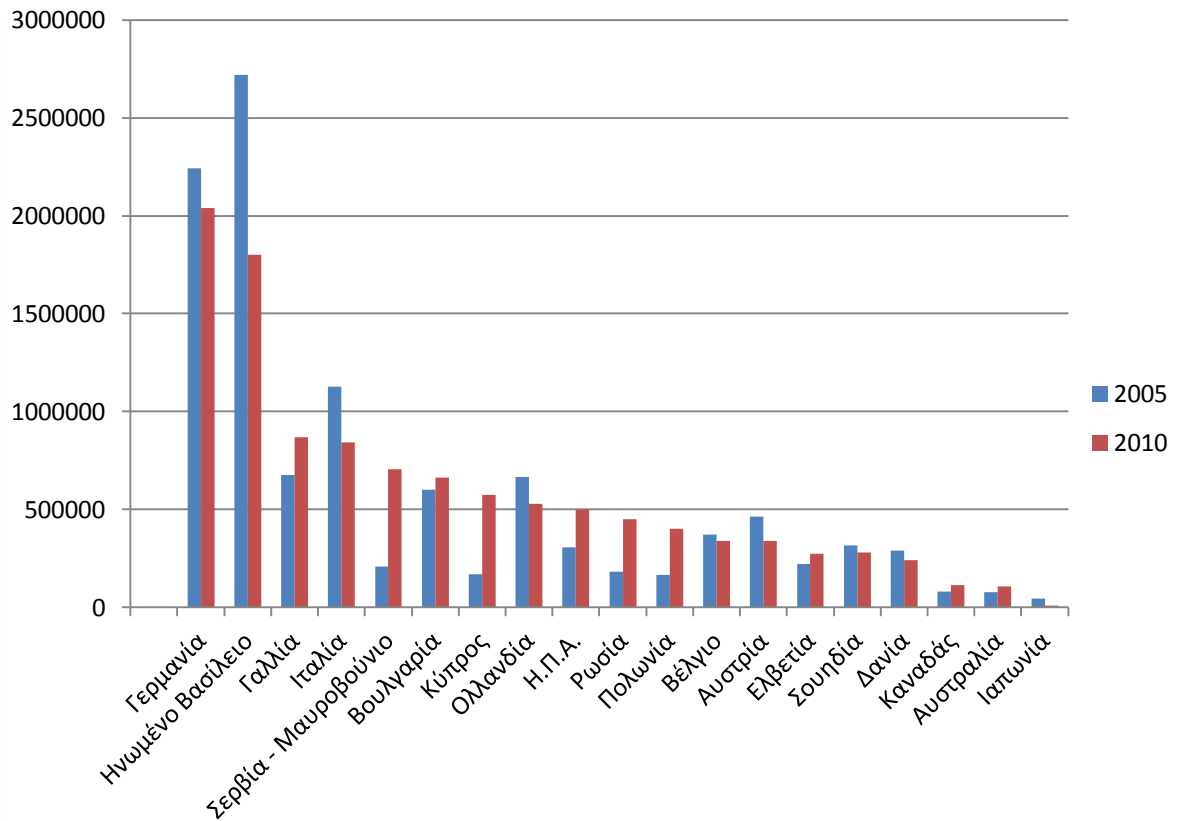
Μεταξύ των συντελεστών που συνέβαλαν στη γρήγορη ανάπτυξή του περιλαμβάνονται η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου , η μείωση του χρόνου και του κόστους ταξιδιού, η διεθνοποίηση των αγορών, οι εξελίξεις στην τεχνολογία. (Πατσουράτης, 2002)

Με την αύξηση των αφίξεων στη χώρα αυξήθηκαν και οι συνολικές τουριστικές εισπράξεις. Από το 1950 ως το 2000 οι αφίξεις αυξήθηκαν σημαντικά φτάνοντας τα 12.500.000. Κατά τη δεκαετία 1990-2000 οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 41% περίπου, ενώ οι εισπράξεις κατά 256%. (Τράπεζα της Ελλάδος, Ελ.Στατ.)

Η τουριστική αγορά συνεχώς αλλάζει και υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση για εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα και υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Παράλληλα, εντείνεται ο ανταγωνισμός καθώς οι τουριστικοί προορισμοί διευρύνουν συνεχώς τον κύκλο των υπηρεσιών τους για να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα. Εκτός αυτού, νέοι προορισμοί εισέρχονται στον ανταγωνισμό με νέα τουριστικά προϊόντα πιο δελεαστικά, με χαμηλότερο κόστος.

Με το ξεκίνημα του 21ου αιώνα, διαπιστώνεται η εμφάνιση ορισμένων νέων βασικών τάσεων στον τουρισμό:

- Η αυξημένη σημασία της τρίτης ηλικίας
- Η μεγαλύτερη δαπάνη των οικογενειών για τα παιδιά
- Η αναζήτηση εμπειριών και όχι απλά εικόνων ή αξιοθέατων. Καθένα από τα ειδικά ενδιαφέροντα που μπορεί να έχουν οι τουρίστες έχει δημιουργήσει τη δική του αγορά. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για διακοπές που προσφέρουν εμπειρίες που περιλαμβάνουν επαφή με τη φύση και τον πολιτισμό.
- Οι τουρίστες είναι όλο και πιο έμπειροι και πολυταξιδεμένοι
- Η ανάπτυξη των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους
- Οι περιβαλλοντικές αλλαγές που έχουν μετατρέψει τα καλοκαίρια των βόρειων χωρών σε ήπια ή ζεστά και των μεσογειακών χωρών σε υπερβολικά ζεστά
- Αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ασφάλεια.
- Συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας και αύξηση της πληροφόρησης. Η χρήση του internet φέρνει αλλαγές στον τρόπο που οι τουριστικές επιχειρήσεις προσεγγίζουν την πελατεία τους
- Η μετατόπιση από το ομογενοποιημένο τουριστικό προϊόν του παρελθόντος στη σύγχρονη πραγματικότητα των ατομικών επιθυμιών και συμπεριφορών. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν για να ικανοποιήσουν μια σειρά προσωπικών αναγκών. (Lickorish, 2004, Βαρβαρέσος, 2000)



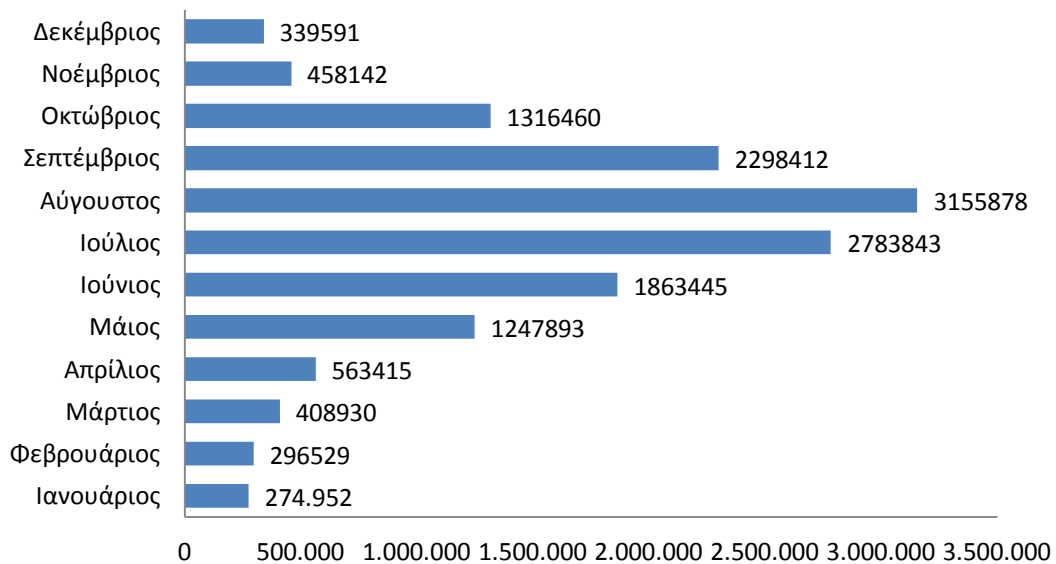
Γράφημα 18: Αφίξεις στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης (2005-2010)

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Ο μεγαλύτερος αριθμός αφίξεων για το 2010 προέρχεται από τη Γερμανία (2.038.871 αφίξεις) και στη συνέχεια από το Ηνωμένο Βασίλειο (1.802.203 αφίξεις), παρά την πτώση στον αριθμό των αφίξεων που παρατηρείται και από τις δύο χώρες σε σχέση με το 2005 όπως φαίνεται στο γράφημα. Ακολουθούν η Γαλλία με 868.346 αφίξεις και η Ιταλία με 843.613. Σημαντική είναι η αύξηση των αφίξεων το 2010 από τη Σερβία σε σχέση με το 2005, έχοντας πλέον σημαντικό μερίδιο στις συνολικές αφίξεις στην Ελλάδα. Οι αφίξεις από την Ιαπωνία φαίνεται να είναι ελάχιστες συγκριτικά με άλλες χώρες και επιπλέον έχει παρατηρηθεί μείωση την τελευταία πενταετία.

7.4 Η Εποχικότητα του Ελληνικού τουρισμού

Ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός είναι το φαινόμενο της εποχικότητας δηλαδή της εποχικής συγκέντρωσης της τουριστικής δραστηριότητας. Το φαινόμενο της εποχικότητας στην περίπτωση του Μεσογειακού τουρισμού στον οποίο ανήκει και η Ελλάδα, που προσφέρει το πρότυπο των «θερινών διακοπών», βασισμένων στον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες (sun, sea, sand), μπορεί να προσδιοριστεί εννοιολογικά ως «οι χρονικές αποκλίσεις που παρουσιάζει ένας τουριστικός προορισμός από τα χρονικά συμβατικά όρια της τουριστικής περιόδου» η οποία αρχίζει την 1^η Απριλίου και τελειώνει την 31^η Οκτωβρίου (214 ημέρες). Η εποχικότητα του τουρισμού στους προορισμούς των «θερινών διακοπών» της Μεσογείου, όπου επικρατούν οι ίδιες περίπου κλιματολογικές συνθήκες και η ζήτηση προέρχεται κατά κανόνα από τις ίδιες τουριστικές αγορές και συνεπώς συμπεριφέρεται ομοιόμορφα, παρουσιάζει έξαρση που εκδηλώνεται με μια βαθμιαία συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου. Η Ελλάδα ως ένας από τους πιο σημαντικούς προορισμούς της Μεσογείου, επηρεάζεται σημαντικά από το φαινόμενο αυτό. Τα τελευταία χρόνια, ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού που σταθερά ξεπερνά το 50% συγκεντρώνεται στο τρίμηνο, της τουριστικής αιχμής (Ιούλιος-Σεπτέμβριος). (Λογοθέτης,2002)



Γράφημα 19: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων στην Ελλάδα 2010

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων συγκεντρώνεται τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο. Συγκεκριμένα για το 2010 τον Ιανουάριο παρατηρείται το 1,8% των συνολικών αφίξεων για το 2010, το Φεβρουάριο το 2%, το Μάρτιο το 2,7%, τον Απρίλιο το 3,8%, αύξηση παρατηρείται από το Μάιο με το 8,3% των αφίξεων, ακολουθούν οι μήνες με τις περισσότερες αφίξεις με τον Ιούνιο να έχει το 12,4% των συνολικών ετήσιων αφίξεων, τον Ιούλιο το 18,5% , τον Αύγουστο το 21% και το Σεπτέμβριο το 15,3% . Τους μήνες που ακολουθούν η κίνηση μειώνεται σημαντικά με τον Οκτώβριο να έχει το 8,8% των ετήσιων αφίξεων, το Νοέμβριο το 3,1% και το Δεκέμβριο το 2,3%.

Τα κύρια αίτια αυτού το φαινομένου είναι η προτιμήσεις των τουριστών, οι οποίοι επιλέγουν τους θερινούς μήνες αν προτιμούν παραθαλάσσια μέρη ή χειμερινούς στην περίπτωση που επιλέγουν ορεινούς προορισμούς με χιονόπτωση, η κοινωνική οργάνωση της χώρας απ' την οποία προέρχονται και η διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου (για μεγάλες μάζες του πληθυσμού όπως είναι οι εργαζόμενοι, οι μαθητές και φοιτητές, υποχρεωτικά κατευθύνονται στους μήνες της αιχμής καθώς η περίοδος διακοπών γι' αυτούς συμπίπτει με τις σχολικές διακοπές και τις διακοπές των εργαζόμενων). (Βαρβαρέσος,2000)

7.5 Το μερίδιο αγοράς του ελληνικού τουρισμού

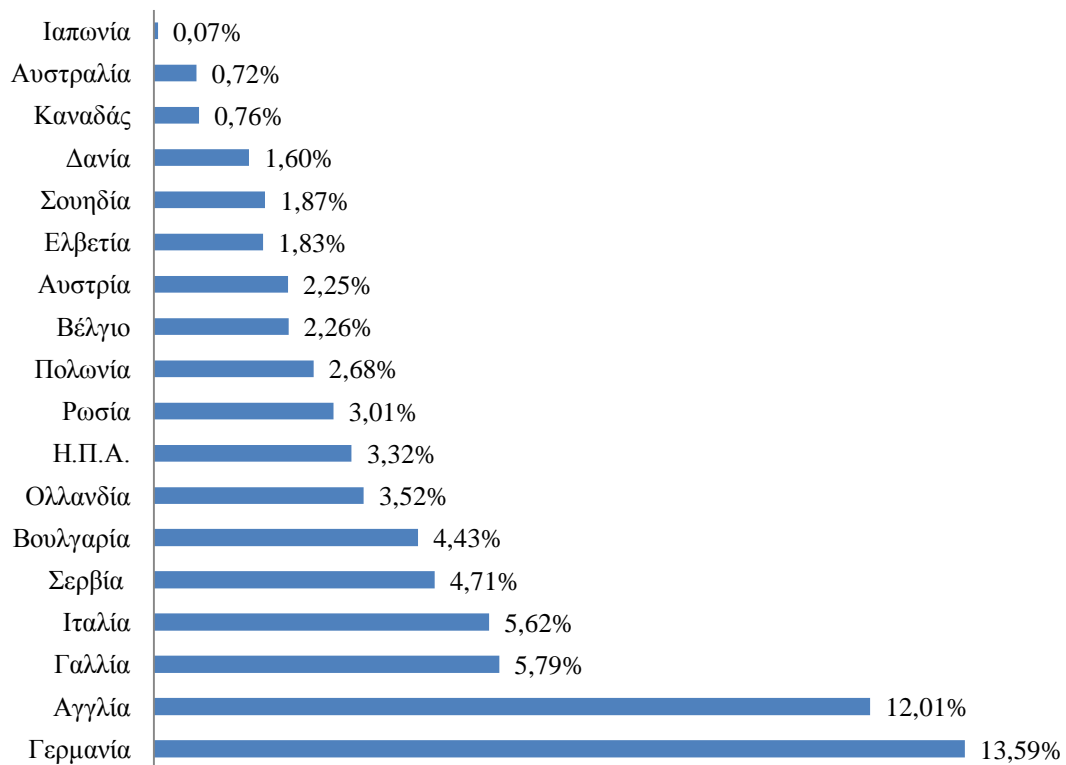
Ο όρος διείσδυση στον πληθυσμό μια χώρας, αποτυπώνει το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό κάθε χώρας και ισούται με το λόγο των εξερχόμενων τουριστών από κάθε χώρα, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους, προς τον πληθυσμό της χώρας από την οποία προέρχονται.



Γράφημα 20: Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό κάθε χώρας για το 2010

Πηγή δεδομένων: Τράπεζα της Ελλάδος, Κατάλογος χωρών ανά πληθυσμό el.wikipedia.org/wiki/Κατάλογος_χωρών_ανά_πληθυσμό

Παρατηρούμε ότι κάτω από 1% είναι η διείσδυση στον πληθυσμό χωρών όπως η Ρωσία, οι ΗΠΑ, η Αυστραλία, ο Καναδάς και η Ιαπωνία και η Ελβετία. Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζεται το ποσοστό των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα με βάση τη χώρα προέλευσης.



Γράφημα 21: Ποσοστό εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα με βάση τη χώρα προέλευσης για το 2010

Πηγή δεδομένων: Τράπεζα της Ελλάδος

Οι περισσότεροι τουρίστες στην Ελλάδα προέρχονται από τη Γερμανία, την Αγγλία, τη Γαλλία και την Ιταλία ενώ πολύ μικρό ποσοστό προέρχεται από χώρες εκτός Ευρώπης. Από τις χώρες εκτός Ευρώπης σημαντικό μερίδιο έχουν οι αφίξεις από τις Η.Π.Α. από τις οποίες προέρχεται ποσοστό τουριστών αντίστοιχο με αυτό χωρών όπως η Ρωσία και η Ολλανδία. Το ποσοστό εισερχόμενων τουριστών από την Ιαπωνία διαχρονικά φαίνεται να είναι πάρα πολύ μικρό, συγκεκριμένα κάτω από 0,1%. Ενδεικτικά για το 2010, μόλις το 0,07% του Ελληνικού εισερχόμενου τουρισμού προερχόταν από την Ιαπωνία.

Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στους εξερχόμενους τουρίστες των κύριων χωρών προέλευσης εκτός Ευρώπης (ΗΠΑ, Ιαπωνία, Καναδάς Αυστραλία) υπολείπεται σημαντικά. Οι χώρες στόχοι για την Ελλάδα αποτελούν εκείνες που διαθέτουν σημαντικό αριθμό εξερχόμενων τουριστών, με σημαντική αγοραστική δύναμη. Για τον καθορισμό αυτών των στόχων προϋπόθεση αποτελεί ο προσδιορισμός της τουριστικής σημασίας κάθε χώρας, η οποία αποτυπώνεται από την τουριστική δαπάνη, δηλαδή τα χρήματα που ξοδεύουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. (Ίκκος, Πασχαλίδης, 2008)

7.6 Οι Ιάπωνες τουρίστες στην Ελλάδα

7.6.1 Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας

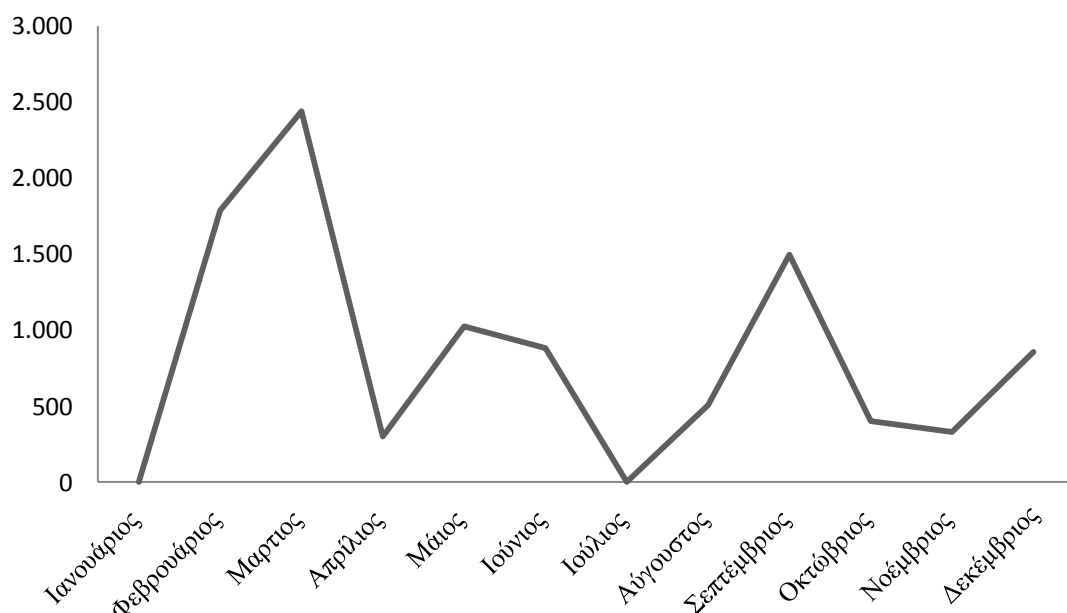
Παρατηρείται ότι οι αφίξεις Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα έχουν μειωθεί τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα ο αριθμός των αφίξεων Ιαπώνων τουριστών το 2003 ήταν 24.143 ενώ το 2010 μόλις 10.021. Αντιθέτως ο αριθμός των Ιαπώνων που ταξίδεψαν το διάστημα 2003-2010 παρέμεινε σχετικά σταθερός με μικρές αυξομειώσεις. Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας ισούται με το ποσοστό των εξερχόμενων τουριστών από την Ιαπωνία, που επιλέγουν την Ελλάδα ως προορισμό τους. Το μερίδιο αυτό μειώθηκε σημαντικά τα τελευταία χρόνια όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί. Συγκεκριμένα για το 2003 ήταν περίπου 0,18% δηλαδή ανά 10.000 ιάπωνες τουρίστες οι 18 διάλεξαν την Ελλάδα σαν προορισμό τους, τα επόμενα χρόνια αυτό το μερίδιο αγοράς παρουσίασε μείωση ενώ το 2007 αυξήθηκε φτάνοντας το 0,17% . Μετά το 2007 μειώθηκε σημαντικά ,φτάνοντας το 2010 το 0,06% δηλαδή ανά 10.000 ιάπωνες τουρίστες μόλις 6 επέλεξαν την Ελλάδα για προορισμό.

Πίνακας 22: Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας (2003-2010)
Πηγή δεδομένων: Τράπεζα της Ελλάδος, Japan Tourism Marketing Co.
www.tourism.jp/english/statistics/outbound.php

Έτος	Αφίξεις Ιαπώνων στην Ελλάδα	Συνολικός αριθμός Ιαπώνων που ταξίδεψαν	Αναλογία ανά 10.000
2003	24.143	13.296.330	18
2004	20.210	16.831.112	12
2005	22.483	17.403.565	13
2006	15.254	17.534.565	9
2007	28.779	17.294.935	17
2008	10.926	15.987.250	7
2009	6.765	15.445.684	4
2010	10.021	16.637.224	6

Από το 2003 ως το 2010 υπήρξαν αυξομειώσεις στον αριθμό των αφίξεων με τις περισσότερες να παρατηρούνται το 2007, όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα. Το 2004 παρατηρήθηκε μια μείωση αφίξεων σε σχέση με το 2003, το 2005 αύξηση σε σχέση με το 2004. Το 2006 υπήρξε μείωση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, ενώ σημαντική αύξηση παρατηρήθηκε το 2007 σε σχέση με το 2006, με αφίξεις 28.779 που αποτελούν τις περισσότερες ετήσιες αφίξεις για το διάστημα μετά το 2003. Μείωση των αφίξεων υπήρξε το 2008 και η πτωτική τάση συνεχίστηκε και το 2009 με αριθμό αφίξεων 6.765. Ο αριθμός αφίξεων Ιαπώνων τουριστών του 2009 αποτελεί το μικρότερο για την περίοδο μετά το 2003. Το 2010 οι αφίξεις αυξήθηκαν σημαντικά.

Τα διαθέσιμα στοιχεία για το 2011 καλύπτουν το διάστημα Ιανουάριος-Σεπτέμβριος. Για αυτό το διάστημα συγκρίνοντας με το αντίστοιχο της προηγούμενης χρονιάς παρατηρείται μείωση των αφίξεων. Οι αφίξεις για το διάστημα Ιανουάριος- Σεπτέμβριος 2010 ήταν 8.437, ενώ οι αφίξεις για το αντίστοιχο διάστημα το 2011 ήταν 7.612. Ο αριθμός Ιαπώνων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι εξαιρετικά μικρός, όχι μόνο ως προς το σύνολο των Ιαπώνων τουριστών, αλλά και σε σύγκριση με τον αριθμό των Ιαπώνων που επισκέπτονται γειτονικές προς την Ελλάδα χώρες, σύμφωνα με μελέτη του γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδος στο Τόκυο.

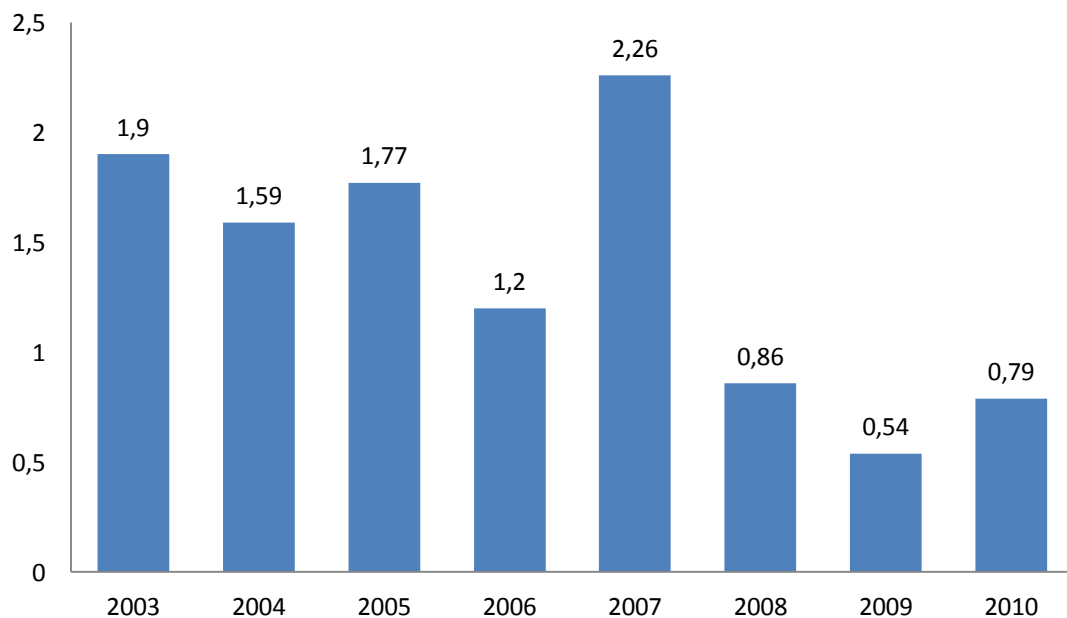


Γράφημα 22: Τουριστική κίνηση από την Ιαπωνία στην Ελλάδα για το 2010

Πηγή δεδομένων: Τράπεζα της Ελλάδος

Η τουριστική κίνηση των Ιαπώνων στην Ελλάδα παρουσιάζει εποχικότητα με μήνες με τις περισσότερες αφίξεις το Μάρτιο και το Σεπτέμβριο όπως φαίνεται στο γράφημα που παρουσιάζεται ενδεικτικά η τουριστική κίνηση από την Ιαπωνία στην Ελλάδα ανά μήνα για το 2010. Βάσει του πλήθους των εξερχόμενων τουριστών από την Ιαπωνία, όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο παρατηρείται ότι ο Μάρτιος και ο Σεπτέμβριος όπως επίσης και ο Αύγουστος αποτελούν τους μήνες που επιλέγουν να ταξιδεύουν περισσότερο οι Ιάπωνες.

Η διείσδυση στον πληθυσμό της χώρας προέλευσης, δηλαδή το μερίδιο αγοράς στον πληθυσμό μιας χώρας, στη συγκεκριμένη περίπτωση οι αφίξεις Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα προς τον πληθυσμό της Ιαπωνίας, φαίνεται να είναι πολύ μικρή. Ανά 10.000 Ιάπωνες μόλις 1 ήρθε στην Ελλάδα το 2010 ενώ 2 ήταν το 2007 που παρατηρήθηκαν οι περισσότερες αφίξεις από την Ιαπωνία τα τελευταία 8 χρόνια. Η μικρή αυτή αναλογία οφείλεται αρχικά στο μικρό αριθμό αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα αλλά κυρίως οφείλεται στο μεγάλο πληθυσμό της Ιαπωνίας, γεγονός που σημαίνει ότι μια μικρή αύξηση του ποσοστού αυτού ισοδυναμεί με μεγάλο αριθμό αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα.



Γράφημα 23: Ετήσιο μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον πληθυσμό της Ιαπωνίας, ανά 10.000 Ιάπωνες (2003-2010)

Πηγή δεδομένων: Τράπεζα της Ελλάδος

7.6.2 Η Τουριστική Δαπάνη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ετήσια δαπάνη των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα 2003 ως 2010. Η συνολική δαπάνη για το 2003 ανέρχεται στα 23.501.390 ενώ για το 2010 στα 5.352.794. Η μείωση αυτή οφείλεται και στην μείωση των αφίξεων των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα. Παρόλα αυτά παρατηρείται ότι και η δαπάνη ανά τουρίστα έχει μειωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, με δαπάνη ανά τουρίστα το 2003 περίπου 973 ενώ το 2010 περίπου 534. Μέγιστη δαπάνη ανά τουρίστα παρατηρείται το 2004.

Πίνακας 23: Ετήσια δαπάνη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα 2003-2010

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδος, 2010

	Ετήσια Δαπάνη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα 2003-2010							
Έτη	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Συνολική Δαπάνη	23.501.390	21.661.696	19.723.701	12.705.611	18.112.765	7.451.679	5.832.344	5.352.794
Δαπάνη ανά τουρίστα	973,4246	1071,8306	877,27176	832,93634	629,37437	682,0135	862,1351	534,1577

7.6.3 Προβλήματα και προοπτικές προσέλκυσης Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας του European Travel Commission για τον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας, η Ελλάδα είναι μια από τις χώρες της Ευρώπης που οι Ιάπωνες θα ήθελαν να επισκεφτούν και πιο συγκεκριμένα η Αθήνα είναι ανάμεσα στις πόλεις προτίμησης σαν μελλοντικός προορισμός στην Ευρώπη, μετά τη Ρώμη, το Παρίσι, το Μιλάνο και τη Φλωρεντία. Βάσει της ίδιας μελέτης, οι Ιάπωνες αντιμετωπίζουν της Ελλάδα ως έναν διαχρονικά δημοφιλή προορισμό με κύριο χαρακτηριστικό την ιστορική και πολιτιστική της κληρονομιά και τα ωραία τοπία. Στη μελέτη αυτή ερευνάται και η στάση των Ιαπώνων απέναντι σε Ευρωπαϊκές χώρες και τα αντιληπτά από αυτούς πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα κάθε χώρας. Τα αποτελέσματα για την εικόνα που έχουν οι Ιάπωνες για την Ελλάδα δείχνουν ότι στα αντιληπτά πλεονεκτήματα μεταξύ άλλων συγκαταλέγονται οι ωραίες εικόνες, μπλε θάλασσα και άσπρα κτήρια, και το ωραίο φυσικό περιβάλλον, ο αρχαίος πολιτισμός, τα μουσεία και οι ναοί (όπως ο ναός του Απόλλωνα), η μυθολογία, οι καλές τιμές των

προϊόντων. Στα μειονεκτήματα συγκαταλέγονται οι διατροφικές συνήθειες που διαφέρουν σημαντικά από αυτές των Ιαπώνων, η αντίληψη ότι η Αθήνα είναι επικίνδυνη πόλη και η έλλειψη καλής εικόνας της χώρας ανάμεσα στις χώρες της Ευρώπης. Κατά τους διοργανωτές ταξιδιών που συμμετείχαν στην παραπάνω έρευνα, η δημοτικότητα της χώρας μειώνεται και λόγω της απογοήτευσης των ιαπώνων τουριστών που έχουν ήδη επισκεφτεί την Αθήνα, οι οποίοι υποστηρίζουν ότι δεν ανταποκρινόταν τις προσδοκίες τους, καθώς τη θεωρούσαν ως ιστορική, κλασσική πόλη ενώ στην πραγματικότητα είναι σύγχρονη πόλη.

Μετά την έξοδο της Ιαπωνίας από την παγκόσμια οικονομική κρίση και τη σταδιακή ανάκαμψη της οικονομίας της, παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση των εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών. Σύμφωνα με τα τρία μεγαλύτερα τουριστικά πρακτορεία στην Ιαπωνία, έχει παρατηρηθεί κατακόρυφη αύξηση των κρατήσεων για τουρισμό σε χώρες του εξωτερικού με αναχώρηση τον Ιούλιο. Συγκεκριμένα, το 2010 σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο το 2009, παρατηρήθηκε 30% αύξηση στις κρατήσεις του πρακτορείου JTB, 21% στο Kinki Nippon Tourist και 51% στο Nippon Travel Agency. Αντίστοιχη αύξηση σημειώθηκε και για τις αναχωρήσεις του Αυγούστου, 44% για το JTB, 39% για το Kinki Nippon Tourist και 15% για το Nippon Travel Agency. Επίσης, σημαντική ήταν η αύξηση στον αριθμό των οικογενειών που ταξιδεύουν στο εξωτερικό, η οποία επηρεάζει σημαντικά τη συνολική ζήτηση για τουριστικά πακέτα στην Ιαπωνία, όπως αναφέρεται στη μελέτη του Γραφείου Οικονομικών Υποθέσεων της Πρεσβείας της Ελλάδος στο Τόκιο (2010). Η αύξηση αυτή αποδίδεται στις οικονομικές προσφορές των τουριστικών γραφείων, στην αύξηση των bonus των εταιρειών προς τους υπαλλήλους τους, στους θετικούς δείκτες που παρουσιάζει η ιαπωνική οικονομία και στην ενίσχυση του Γιεν έναντι των άλλων ισχυρών νομισμάτων όπως το δολάριο ΗΠΑ και το Ευρώ.

Με βάση τα παραπάνω η Ελλάδα θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί την αύξηση των ταξιδιών των Ιαπώνων και τις νέες τάσεις για να προσελκύσει Ιάπωνες τουρίστες σχεδιάζοντας κατάλληλη τουριστική πολιτική. Τα θετικά στοιχεία που μπορεί να εκμεταλλευτεί η Ελλάδα είναι οι αρχαιολογικοί χώροι που προκαλούν το ενδιαφέρον, η χαμηλή εγκληματικότητα, τα ελληνικά νησιά, οι καθαρές παραλίες, το υψηλό επίπεδο των προσφερομένων υπηρεσιών, οι δυνατότητες εναλλακτικών μορφών τουρισμού και η γενικότερη τουριστική υποδομή της χώρας. Η Ελλάδα θα μπορούσε να αποκτήσει σημαντικό μερίδιο αγοράς σε ώριμες ηλικιακά και συνήθως ταυτόχρονα ισχυρότερες οικονομικά κατηγορίες ιαπώνων τουριστών, οι οποίοι επιθυμούν να επισκεφθούν χώρες της Ευρώπης.

Σημαντικοί ανασταλτικοί παράγοντες που περιόριζαν τις επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα αποτελούσαν η απουσία απ' ευθείας αεροπορικής γραμμής μεταξύ των δύο χωρών καθώς και η έλλειψη στοχευμένης προβολής της Ελλάδας με εκδηλώσεις και διαφημιστικές εκστρατείες στην Ιαπωνία.

Προτεινόμενες ενέργειες με στόχο την προσέλκυση Ιαπώνων τουριστών σύμφωνα με μελέτη του European Travel Commission το 2000 για τον εξερχόμενο Ιαπωνικό τουρισμό αποτελούν:

- η αύξηση της πληροφόρησης ως προς τη χώρα στους Ιάπωνες και η παροχή υλικού και στην ιαπωνική γλώσσα,
- η δημιουργία εντύπωσης ασφαλούς χώρας επίσκεψης,
- η εξασφάλιση κατάλληλων τουριστικών πακέτων διαθέσιμων στα Ιαπωνικά τουριστικά γραφεία,
- η διαφήμιση στα ιαπωνικά μέσα,
- η ανανέωση και ο εμπλουτισμός των πληροφοριών που παρέχονται από τους αρμόδιους τουριστικούς φορείς,
- η αποτελεσματική χρήση του διαδικτύου ως μέσο παροχής πληροφοριών και εικόνων όπως το τοπίο, η αρχιτεκτονική, τα ιστορικά μνημεία, οι εγκαταστάσεις και άλλα.

Κεφάλαιο 8° Πρόβλεψη αφίξεων με τη χρήση χρονοσειράς

8.1 Χρονοσειρές

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 εξέλιξής της
- Η πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς της

8.1.1 Χαρακτηριστικά χρονοσειρών

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 φθίνουσών 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).

8.1.2 Συνιστώσες χρονοσειρών

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.

8.1.3 Επιδράσεις άλλων παραγόντων στη συμπεριφορά των χρονοσειρών

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 ενταχτούν 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.

8.1.4 Στατιστική ανάλυση χρονοσειρών

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

8.2 Το χρονικό πλαίσιο της πρόβλεψης

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.

8.3 Η συνάρτηση αυτοσυσχέτισης (autocorrelation function ACF)

Ο συντελεστής αυτοσυσχέτισης είναι ένας στατιστικός δείκτης ο οποίος χρησιμοποιείται στην ανάλυση χρονοσειρών για τον καθορισμό της τυχαιότητας 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.

8.4 Η συνάρτηση μερικών αυτοσυσχετίσεων (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 ak 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} .

8.5 Λευκός θόρυβος

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).

8.6 Τυχαίος περίπατος

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.

8.7 Η προσέγγιση 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

8.7.1 Το Υπόδειγμα 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 (υποσυστημάτων):

- 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)

8.7.2 Εποχικό υπόδειγμα 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 αυτοπαλίνδρομων όρων (SAR), D είναι ο αριθμός των εποχικών διαφορών και Q είναι ο αριθμός των εποχικών όρων κινητού μέσου (SMA).

8.8 Ανάλυση χρονοσειρών με τη μέθοδο Box-Jenkins

8.8.1 Τα στάδια της μεθόδου

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^ο 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° 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).

8.8.2 Αξιολόγηση υποδείγματος

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

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

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

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.

8.8.3 Επιλογή κατάλληλου υποδείγματος

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

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

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

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.

8.8.4 Διάστημα εμπιστοσύνης της πρόβλεψης

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 $\alpha-1$ διάστημα εμπιστοσύνης για την πραγματική τιμή, h περιόδους μπροστά θα είναι:

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

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:

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

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.

8.8.5 Έλεγχος των καταλοίπων

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.

8.8.6 Έλεγχος της τάξης του υποδείγματος

Αυτός ο έλεγχος γίνεται με μια διαδικασία που ονομάζεται υπερπροσαρμογή (overfitting). Σύμφωνα με αυτή τη διαδικασία ο έλεγχος της καταλληλότητας του εκτιμημένου υποδείγματος γίνεται συγκρίνοντάς το με ένα άλλο υπόδειγμα μεγαλύτερης τάξης. Αν το εκτιμημένο υπόδειγμα είναι τελικά το καταλληλότερο για τα δεδομένα που έχουμε, 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.

8.8.7 Εγκυρότητα πρόβλεψης και σφάλμα

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)

8.8.8 Μειονεκτήματα της μεθόδου

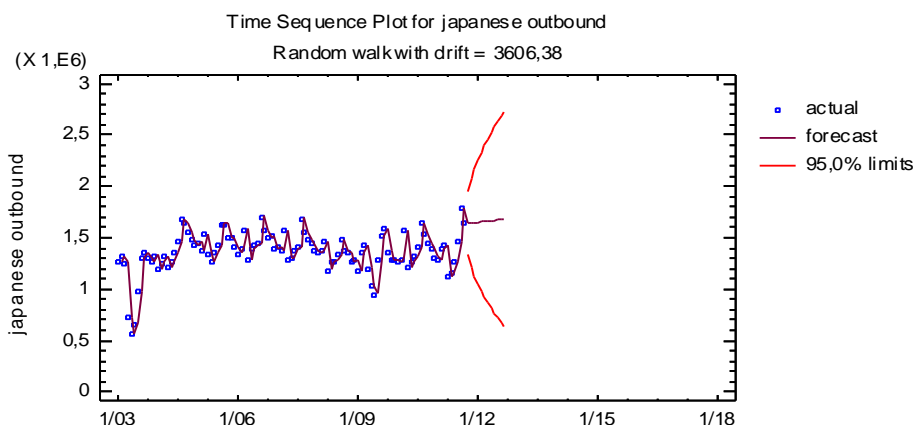
Η μέθοδος B-J αποτελεί μια πολύ ισχυρή προσέγγιση στην επίλυση πολλών προβλεπτικών προβλημάτων. Παρέχει πολύ ακριβείς προβλέψεις χρονολογικών σειρών και διαθέτει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση στην κατασκευή υποδειγμάτων. Παρόλα αυτά παρουσιάζει κάποια μειονεκτήματα, όπως το μεγάλο αριθμό παρατηρήσεων που 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.

Το παραπάνω χαρακτηριστικό θα αποτελέσει περιορισμό της παρούσας μελέτης ως προς τη διαδικασία πρόβλεψης επηρεάζοντας την ακρίβειά της, καθώς θα γίνει με χρήση χρονοσειράς και το μοντέλο που θα χρησιμοποιηθεί δε λαμβάνει υπόψη μεταβολές του περιβάλλοντος, οι οποίες σε πραγματικές συνθήκες επηρεάζουν τις τιμές της μεταβλητής. Συνεπώς για την πρόβλεψη δε θα ληφθούν υπ' όψιν οι συνέπειες που μπορεί να έχει στην τουριστική κίνηση ο σεισμός του 2011.

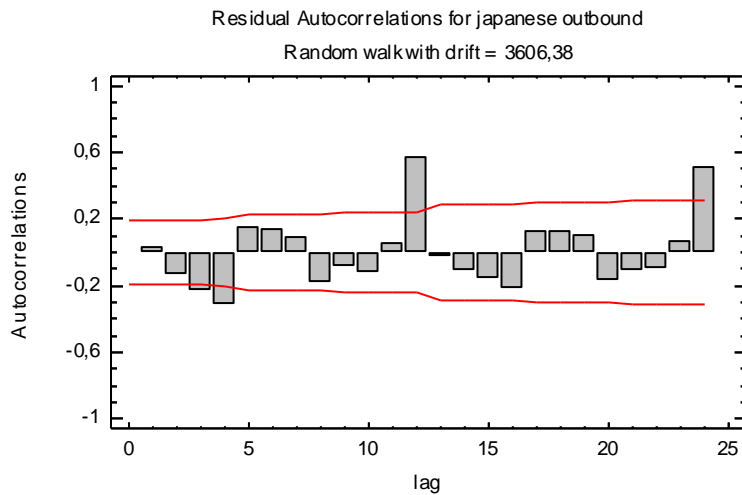
8.9 Πρόβλεψη αναχωρήσεων Ιαπώνων τουριστών προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012

Θα πάρουμε μηνιαίες προβλέψεις εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών προς χώρες του εξωτερικού. Το διάστημα πρόβλεψης είναι από τον Οκτώβριο του 2011 έως το Σεπτέμβριο του 2012. Τα στοιχεία που θα χρησιμοποιηθούν είναι μηνιαίες αναχωρήσεις από την Ιαπωνία προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα Ιανουάριος 2003- Σεπτέμβριος 2011 βάσει του Οργανισμού Τουρισμού της Ιαπωνίας (JNTO). Ο αριθμός των παρατηρήσεων είναι 105, είναι μηνιαίες και ξεκινούν από τον Ιανουάριο του 2003. Από τα στοιχεία που θα χρησιμοποιηθούν, για το διάστημα Ιανουάριος 2003- Απρίλιος 2011 είναι παρατηρήσεις ενώ για το διάστημα Μάιος 2011-Σεπτέμβριος 2011 είναι εκτιμήσεις. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα της χρονοσειράς, οι αναχωρήσεις των Ιαπώνων τουριστών προς χώρες του εξωτερικού δεν παρουσιάζουν διαχρονικά κάποια ανοδική ή καθοδική τάση. Το πλήθος των ταξιδιών προς χώρες του εξωτερικού παραμένει διαχρονικά σχετικά σταθερό.



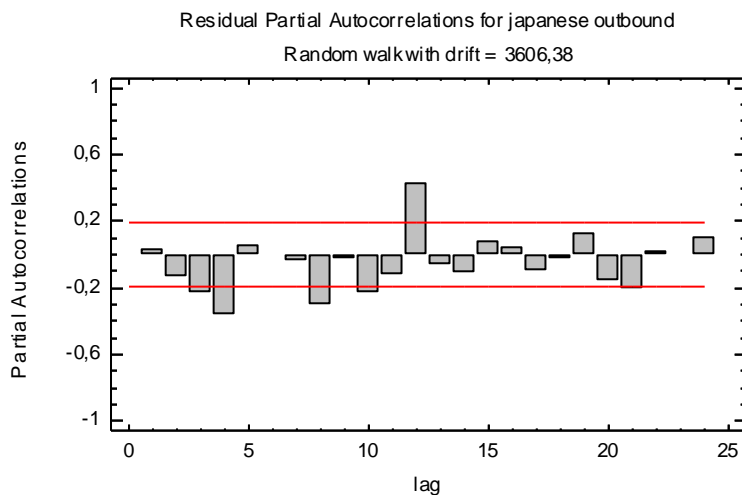
Γράφημα 24: Γράφημα Χρονοσειράς Ιαπώνων εξερχόμενων τουριστών

Στα γραφήματα αυτοσυσχέτισης (ACF) και μερικής αυτοσυσχέτισης (PACF) που ακολουθούν παρατηρούμε ότι στο 12μηνο η χρονοσειρά παρουσιάζει εποχικότητα, γεγονός που θα διαπιστωθεί και στο περιοδόγραμμα που ακολουθεί.



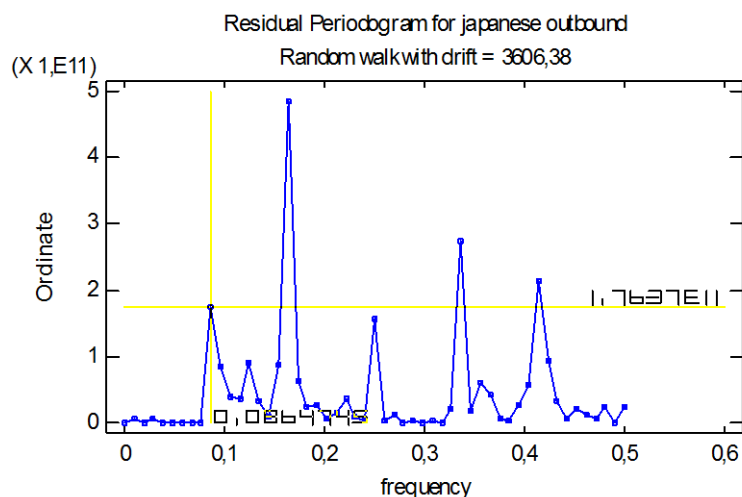
Γράφημα 25: Γράφημα Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών

Οι μπάρες που προεξέχουν στο γράφημα ACF είναι 4 ενώ το στο PACF προεξέχουν 6. Το γεγονός αυτό καθορίζει το μέγιστο βαθμό των τάξεων των συντελεστών MA, SMA και AR, SAR αντίστοιχα στο μοντέλο ARIMA που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη.



Γράφημα 26: Γράφημα Μερικών Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών

Η χρονοσειρά είναι εποχική με εποχικότητα 12 μήνες, η οποία προσδιορίζεται από το περιοδόγραμμα ως εξής: $s = 1 / 0,08647$. Όπου 0,08647 η τετμημένη της πρώτης μεγάλης κορυφής κοντά στην πρώτη περίοδο.



Γράφημα 27: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών

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

- (A) ARIMA(3,0,3)x(2,1,1)₁₂ με σταθερά
- (B) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,6601
- (C) Holt's linear exp. smoothing with alpha = 0,9999 and beta = 0,1
- (D) Brown's quadratic exp. smoothing with alpha = 0,151
- (E) Winter's exp. smoothing with alpha = 0,8103, beta = 0,0026, gamma = 0,6448

Πίνακας 24: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων

Μοντέλα	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE
(A)	70229,3	51709,2	3,81499	3597,17	0,098639
(B)	106481	72685,6	5,88261	-2878,69	-0,170107
(C)	94498,9	65522,3	5,33506	2386,59	0,0142923
(D)	118714	75489,4	6,39809	-1281,54	-0,911474
(E)	88920,3	69418,8	5,10869	-17953,9	-1,54942

Το μοντέλο που προκρίνεται είναι το (A) ARIMA(3,0,3)x(2,1,1)₁₂ με σταθερά, έχοντας την μικρότερη τιμή RMSE (ρίζα του μέσου τετραγωνικού σφάλματος), MAE (μέσο απόλυτο σφάλμα), MAPE (μέσο απόλυτο ποσοστιαίο σφάλμα), όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα.

Πίνακας 25: Έλεγχοι καταλοίπων

Μοντέλα	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	70229,3	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	106481	OK	*	**	OK	OK
(C)	94498,9	OK	OK	*	OK	OK
(D)	118714	OK	*	***	OK	***
(E)	88920,3	OK	OK	***	OK	OK

Εξετάζοντας τη συμπεριφορά των καταλοίπων παρατηρούμε ότι το μοντέλο (A) ARIMA(3,0,3)χ(2,1,1)₁₂ με σταθερά, που προκρίθηκε έχει 5OK στους πέντε ελέγχους καταλοίπων.

Οι έλεγχοι που γίνονται είναι οι παρακάτω:

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

Το αποτέλεσμα των ελέγχων αυτών καθορίζει κατά πόσο είναι κατάλληλο ένα μοντέλο για τα δεδομένα. Τα 5OK δείχνουν ότι το μοντέλο (A) που έχει επιλεγθεί είναι κατάλληλο για να χρησιμοποιηθεί για πρόβλεψη, βάσει των δεδομένων που έχουμε.

Στον παρακάτω πίνακα κρίνεται η σημαντικότητα των συντελεστών του προκρινόμενου μοντέλου πρόβλεψης. Οι συντελεστές με P-value μικρότερο από 0,10 είναι στατιστικά σημαντικοί, διάφοροι του μηδενός, σε βαθμό εμπιστοσύνης 90%. Παρατηρούμε ότι τα p-value των συντελεστών είναι μικρότερα από 0,10 συνεπώς είναι στατιστικά σημαντικοί. Επίσης στα διαγράμματα αυτοσυσχέτισης και μερικής αυτοσυσχέτισης καμία μπάρα δεν προεξέχει πλέον.

Πίνακας 26: Έλεγχος παραμέτρων του μοντέλου ARIMA(3,0,3)χ(2,1,1)₁₂ με σταθερά

Parameter	Estimate	Stnd. Error	t	P-value
AR(1)	-0,441907	0,171899	-2,57074	0,011933
AR(2)	0,407812	0,126605	3,22113	0,001824
AR(3)	0,266105	0,148314	1,7942	0,076423
MA(1)	-1,44974	0,142576	-10,1682	0,000000
MA(2)	-1,17748	0,144217	-8,1646	0,000000
MA(3)	-0,665524	0,100451	-6,62533	0,000000
SAR(1)	-0,380431	0,0934097	-4,07272	0,000106
SAR(2)	-0,451848	0,0925268	-4,88343	0,000005
SMA(1)	0,786006	0,0513095	15,3189	0,000000
Mean	2628,61	11506,5	0,228446	0,819861
Constant	3698,91			

Βάσει των παραπάνω το μοντέλο είναι κατάλληλο για να πάρουμε τις προβλέψεις για το διάστημα Οκτώβριος 2011-Σεπτέμβριος 2012. Οι προβλέψεις που δίνει το μοντέλο και το αντίστοιχο διάστημα εμπιστοσύνης παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 27: Πρόβλεψη Ιαπώνων εξερχόμενων τουριστών με τη χρήση του ARIMA(3,0,3)χ(2,1,1)₁₂ με σταθερά

Μήνας	Πρόβλεψη	Διάστημα Εμπιστοσύνης 90%	
	Κεντρική τιμή	Κάτω όριο	Άνω όριο
10/11	1.580.140	1.422.610	1.737.660
11/11	1.477.860	1.254.210	1.701.510
12/11	1.403.840	1.117.030	1.690.660
1/12	1.368.770	1.052.980	1.684.560
2/12	1.390.040	1.069.130	1.710.950
3/12	1.487.820	1.157.930	1.817.710
4/12	1.238.300	907.490	1.569.110
5/12	1.205.700	872.996	1.538.410
6/12	1.206.930	873.897	1.539.960
7/12	1.342.140	1.008.790	1.675.480
8/12	1.559.080	1.225.610	1.892.550
9/12	1.536.610	1.203.080	1.870.130

Παρατηρείται μικρή αύξηση στις συνολικές αναχωρήσεις προς χώρες του εξωτερικού. Για το προβλεπόμενο διάστημα οι συνολικές αναχωρήσεις προς χώρες του εξωτερικού είναι 16.797.230 ενώ για το αντίστοιχο διάστημα της προηγούμενης χρονιάς οι αναχωρήσεις των Ιαπώνων προς χώρες του εξωτερικού ήταν 16.660.897.

Πίνακας 28: Συγκριτικός πίνακας αναχωρήσεων Ιαπώνων τουριστών προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα Οκτώβριος 2010- Σεπτέμβριος 2011 και πρόβλεψης αναχωρήσεων της επόμενης χρονιάς.

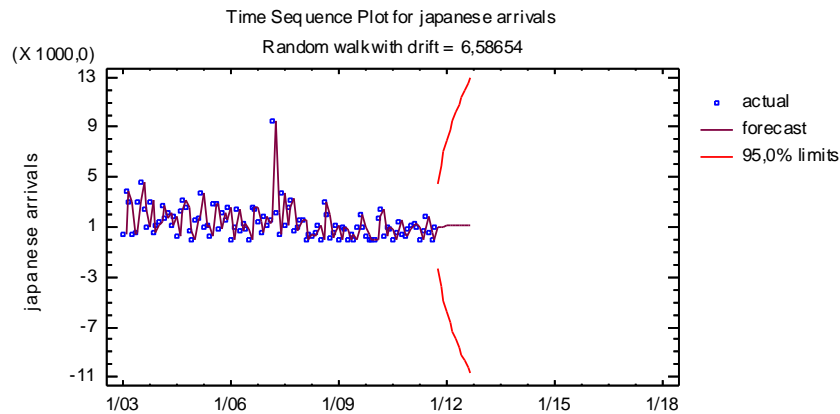
Μήνες	πρόβλεψη 10/2011-9/2012	αναχωρήσεις 10/2010- 09/2011	μεταβολή %
Οκτώβριος	1.580.140	1.437.105	9,95
Νοέμβριος	1.477.860	1.397.424	5,75
Δεκέμβριος	1.403.840	1.308.822	7,26
Ιανουάριος	1.368.770	1.282.348	6,74
Φεβρουάριος	1.390.040	1.391.193	-0,08
Μάρτιος	1.487.820	1.420.584	4,73
Απρίλιος	1.238.300	1.114.906	11,06
Μάιος	1.205.700	1.152.339	4,63
Ιούνιος	1.206.930	1.267.227	-4,76
Ιούλιος	1.342.140	1.465.379	-8,41
Αύγουστος	1.559.080	1.786.412	-12,73
Σεπτέμβριος	1.536.610	1.637.158	-6,14

Ο αριθμός των εξερχόμενων Ιαπώνων τουριστών παρουσιάζει μείωση τους μήνες Φεβρουάριο 2012, Ιούνιο 2012 και Αύγουστο 2012, ενώ παρουσιάζει αύξηση τους υπόλοιπους μήνες του διαστήματος πρόβλεψης με μεγαλύτερη αυτή του Απριλίου.

8.10 Πρόβλεψη αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα το διάστημα Οκτώβριος 2011- Σεπτέμβριος 2012

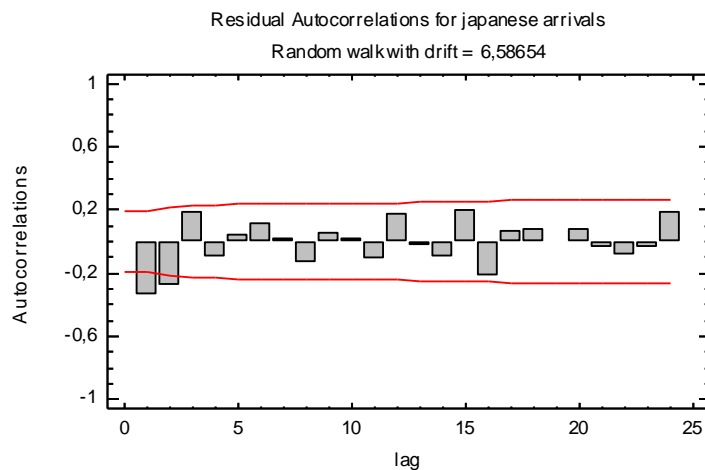
Θα πάρουμε μηνιαίες προβλέψεις αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα. Το διάστημα πρόβλεψης είναι από τον Οκτώβριο του 2011 έως το Σεπτέμβριο του 2012. Τα στοιχεία που θα χρησιμοποιηθούν είναι μηνιαίες αφίξεις από την Ιαπωνία στην Ελλάδα για το διάστημα Ιανουάριος 2003- Σεπτέμβριος 2011 βάσει μετρήσεων της

έρευνας συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος. Ο αριθμός των παρατηρήσεων είναι 105, είναι μηνιαίες και ξεκινούν από τον Ιανουάριο του 2003.

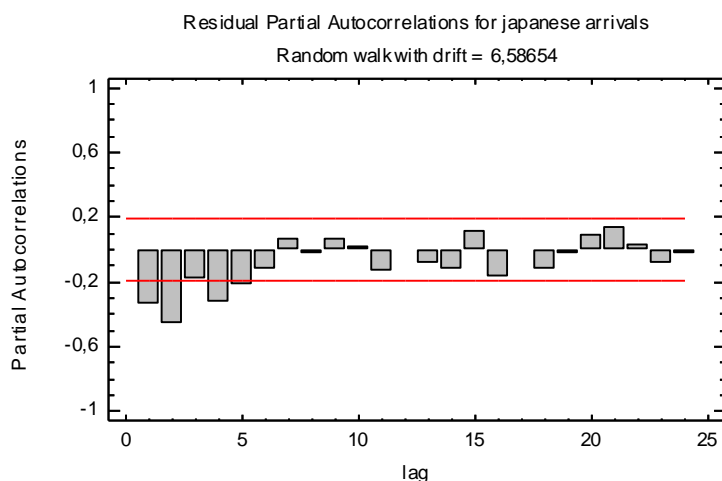


Γράφημα 28: Γράφημα Χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με το διάγραμμα της χρονοσειράς, οι αφίξεις των Ιαπώνων τουριστών παρουσιάζουν διαχρονικά μια μικρή καθοδική τάση, ιδιαίτερα μετά το 2007.

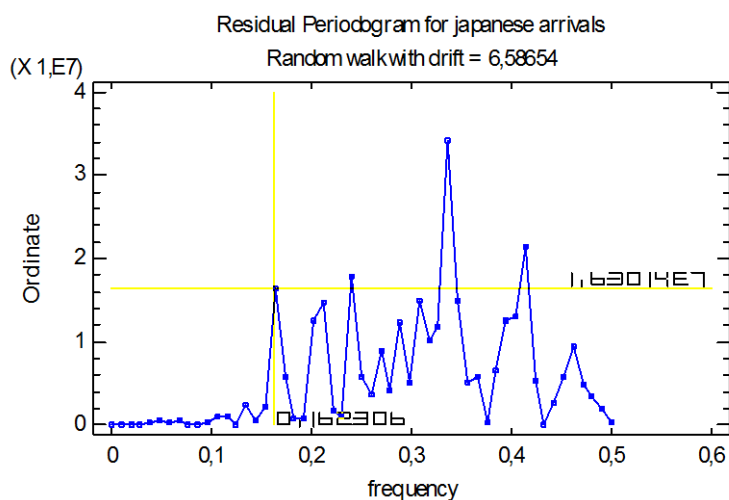


Γράφημα 29: Γράφημα Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα



Γράφημα 30: Γράφημα Μερικών Αυτοσυσχετίσεων της χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα

Οι μπάρες που προεξέχουν στο γράφημα ACF είναι 2 ενώ το στο PACF προεξέχουν 4. Το γεγονός αυτό καθορίζει το μέγιστο βαθμό των τάξεων των συντελεστών MA, SMA και AR, SAR, που μπορούν να είναι έως 2 και 4 αντίστοιχα, στο μοντέλο ARIMA που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη.



Γράφημα 31: Περιοδόγραμμα της χρονοσειράς Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα

Η χρονοσειρά είναι εποχική με εποχικότητα 6 μήνες, η οποία προσδιορίζεται από το περιοδόγραμμα ως εξής: $s = 1 / 0,162306$. Όπου 0,162306 η τετμημένη της πρώτης μεγάλης κορυφής κοντά στην πρώτη περίοδο. Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο

κεφάλαιο ο μεγαλύτερος αριθμός αφίξεων παρατηρείται το Μάρτιο και το Σεπτέμβριο κάθε έτους.

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

- (A) ARIMA(4,1,0)x(2,1,2)₆ με σταθερά
- (B) Brown's linear exp. smoothing with $\alpha = 0,0437$
- (C) Holt's linear exp. smoothing with $\alpha = 0,0685$ and $\beta = 0,0276$
- (D) Brown's quadratic exp. smoothing with $\alpha = 0,0293$
- (E) Simple exponential smoothing with $\alpha = 0,0671$

Πίνακας 29: Σύγκριση προτεινόμενων μοντέλων

Μοντέλα	RMSE	MAE	ME
(A)	1122,22	753,217	-37,5032
(B)	1232,17	794,265	-126,857
(C)	1210,88	756,431	24,7836
(D)	1242,71	800,238	-87,9208
(E)	1291,98	926,907	-150,357

Το μοντέλο που προκρίνεται είναι το (A) ARIMA(4,1,0)x(2,1,2)₆ με σταθερά, έχοντας την μικρότερη τιμή RMSE (ρίζα του μέσου τετραγωνικού σφάλματος) και MAE (μέσο απόλυτο σφάλμα), όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα. Στη συνέχεια θα εξεταστούν τα μοντέλα ως προς 5 ελέγχους καταλοίπων. Το αποτέλεσμα τους καθορίζει κατά πόσο είναι κατάλληλο ένα μοντέλο για τα δεδομένα.

Οι έλεγχοι που γίνονται είναι οι εξής:

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

Πίνακας 30: Διαγνωστικοί Έλεγχοι καταλοίπων

Μοντέλα	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	1122,22	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	1232,17	OK	OK	OK	OK	***
(C)	1210,88	OK	OK	OK	OK	***
(D)	1242,71	OK	OK	OK	OK	***
(E)	1291,98	OK	OK	OK	OK	***

Εξετάζοντας τη συμπεριφορά των καταλοίπων παρατηρούμε ότι το μοντέλο (A) ARIMA(4,1,0)x(2,1,2)₆ με σταθερά, που προκρίθηκε έχει 5OK στους πέντε ελέγχους καταλοίπων. Τα 5OK δείχνουν ότι το μοντέλο που έχει επιλεγεί είναι κατάλληλο για να χρησιμοποιηθεί για πρόβλεψη, βάσει των δεδομένων που έχουμε. Στη συνέχεια θα ελεγχθεί η σημαντικότητα των συντελεστών του προκρινόμενου μοντέλου πρόβλεψης. Οι συντελεστές με p-value μικρότερο από 0,10 είναι στατιστικά σημαντικοί, διάφοροι του μηδενός, σε βαθμό εμπιστοσύνης 90%.

Πίνακας 31: Έλεγχος παραμέτρων του μοντέλου ARIMA(4,1,0)x(2,1,2)₆ με σταθερά

Parameter	Estimate	Std. Error	t	P-value
AR(1)	-0,813971	0,10179	-7,9966	0,000000
AR(2)	-0,853364	0,127084	-6,71498	0,000000
AR(3)	-0,445581	0,130216	-3,42186	0,000942
AR(4)	-0,336009	0,100046	-3,35854	0,001155
SAR(1)	0,683227	0,11534	5,92359	0,000000
SAR(2)	-0,229539	0,10702	-2,14483	0,034691
SMA(1)	1,75563	0,0523131	33,5601	0,000000
SMA(2)	-0,783857	0,0501027	-15,645	0,000000
Mean	-1,88073	4,60999	-0,407968	0,684277
Constant	-3,54365			

Παρατηρούμε ότι τα p-value όλων των συντελεστών είναι μικρότερα από 0,10 συνεπώς οι συντελεστές είναι στατιστικά σημαντικοί. Βάσει των παραπάνω το προκρινόμενο μοντέλο είναι κατάλληλο για να πάρουμε τις προβλέψεις για το διάστημα Οκτώβριος 2011-Σεπτέμβριος 2012.

Οι προβλέψεις που δίνει το μοντέλο $ARIMA(4,1,0) \times (2,1,2)_6$ με σταθερά και το αντίστοιχο διάστημα εμπιστοσύνης παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 32: Πρόβλεψη Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα με τη χρήση του $ARIMA(4,1,0) \times (2,1,2)_6$ με σταθερά

Μήνες	Πρόβλεψη Κεντρική τιμή	Διάστημα Εμπιστοσύνης 90%	
		Κάτω όριο	Άνω όριο
10/11	865	0	3.299
11/11	0	0	2.129
12/11	0	0	2.448
1/12	0	0	2.016
2/12	557	0	3.291
3/12	1.899	0	4.791
4/12	0	0	2.877
5/12	0	0	1.928
6/12	0	0	276
7/12	0	0	2.406
8/12	649	0	3.869
9/12	1.440	0	4.726

Παρατηρείται συνεπώς μείωση των αφίξεων των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα για το διάστημα Οκτώβριος 2011-Σεπτέμβριος 2012 σε σχέση με το διάστημα Οκτώβριος 2010-Σεπτέμβριος 2011. Συνολικά οι αφίξεις για το διάστημα πρόβλεψης είναι 5.410 ενώ για το ίδιο διάστημα την προηγούμενη χρονιά ήταν συνολικά 9.195.

Πίνακας 33: Σύγκριση των προβλέψεων με τις αφίξεις της προηγούμενης χρονιάς

Μήνες	10/2010- 09/2011	10/2011- 10/2012
Οκτώβριος	400	865
Νοέμβριος	329	0
Δεκέμβριος	855	0
Ιανουάριος	1118	0
Φεβρουάριος	1258	557
Μάρτιος	1023	1.899
Απρίλιος	0	0
Μάιος	728	0
Ιούνιος	1811	0
Ιούλιος	621	0
Αύγουστος	0	649
Σεπτέμβριος	1052	1.440

Παρατηρείται αύξηση των αφίξεων τους μήνες Οκτώβριο 2011, Μάρτιο 2012 κατά, Αύγουστο 2012 και το Σεπτέμβριο 2012. Για τους μήνες Νοέμβριο 2011, Δεκέμβριο 2011, Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Απρίλιο, Μάιο, Ιούνιο, Ιούλιο 2012, παρατηρείται μείωση των αφίξεων. Επίσης βάσει των προβλέψεων των αφίξεων των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα και των συνολικών Ιαπώνων τουριστών που θα ταξιδέψουν στο εξωτερικό το ίδιο διάστημα, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον Ιαπωνικό εξερχόμενο τουρισμό παρουσιάζει μείωση. Για το διάστημα πρόβλεψης είναι 0,03%, δηλαδή ανά 10.000 Ιάπωνες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό 3 επισκέπτονται την Ελλάδα, ενώ για το ίδιο διάστημα του προηγούμενου έτους ήταν 0,06 % δηλαδή ανά 10.000 Ιάπωνες που ταξίδευαν σε χώρες του εξωτερικού οι 6 επισκέπτονταν την Ελλάδα.

Η μείωση αυτή αποδίδεται στην ύπαρξη μηδενικών αποτελεσμάτων σε κάποιους μήνες. Το γεγονός ότι τα αποτελέσματα κάποιων μηνών παρουσιάζονται μηδενικά, είναι αναμενόμενο, καθώς στις παρατηρήσεις για τα έτη 2003-2011, για κάποιους μήνες υπάρχουν μηδενικές αφίξεις. Λόγω της προβλεπτικής μεθόδου που χρησιμοποιείται, η πρόβλεψη των αφίξεων βασίζεται στις παρατηρήσεις του διαστήματος που προηγείται του προβλεπόμενου διαστήματος, καθώς και στα σφάλματα των προβλέψεων των αφίξεων για το δοθέν διάστημα, εφόσον υπάρχουν μηδενικά στις παρατηρήσεις είναι λογική συνέπεια να προκύψουν μηδενικά και στις

προβλεπόμενες τιμές. Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν προέρχονται από την Τράπεζα της Ελλάδος. Τα μηδενικά που έχουν παρατηρηθεί στα δεδομένα αποδίδονται στον τρόπο συλλογής των στοιχείων, καθώς δεν είναι δυνατό να μην υπήρχαν καθόλου αφίξεις από Ιάπωνες στην Ελλάδα κάποιους μήνες. Η εκτίμηση των αφίξεων για το διάστημα 2003-2011 έχει γίνει μέσω δείγματος. Συνεπώς μηδενικές αφίξεις στο δείγμα αναγωγικά οδήγησαν σε μηδενικές αφίξεις στο σύνολο. Έτσι προέκυψαν μηδενικές παρατηρήσεις για κάποιους μήνες, οι οποίες οδήγησαν σε μηδενικές προβλέψεις.

Κεφάλαιο 9^ο Συμπεράσματα- Προτάσεις

Η Ιαπωνία αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες οικονομίες στον κόσμο, με ολικό ΑΕΠ 5.390,897δισ. δολάρια για το 2010, και κατά κεφαλή ΑΕΠ 42.325 δολάρια. Είναι η τρίτη μεγαλύτερη οικονομία σε αγοραστική δύναμη, τέταρτος μεγαλύτερος εξαγωγέας στον κόσμο και ο πέμπτος μεγαλύτερος εισαγωγέας. Βασικό χαρακτηριστικό των Ιαπώνων, αποτελεί η νοοτροπία τους και ο χαρακτήρας της Ιαπωνικής κοινωνίας που εστιάζει στην κουλτούρα, την παράδοση και την αφοσίωση στα ιδανικά της χώρας. Στην ανάπτυξη της Ιαπωνίας συντέλεσαν κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες όπως το εκπαιδευτικό σύστημα, οι αξίες, η οικογένεια, και η κουλτούρα του εργασιακού περιβάλλοντος.

Ως προς τον τουρισμό της Ιαπωνίας, βασικό χαρακτηριστικό αποτελεί το δυσανάλογο μέγεθος του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού. Με την πάροδο των ετών, παρατηρείται ότι, οι αφίξεις των επισκεπτών στην χώρα είναι πολύ μικρότερες σε αριθμό, από τον αριθμό των εξερχόμενων τουριστών. Όπως τα προϊόντα της Ιαπωνίας εξάγονται στον υπόλοιπο κόσμο, κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και με τους ίδιους τους Ιάπωνες που ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού. Μέχρι το 1964 ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστών της Ιαπωνίας δεν ξεπερνούσε τους 130 χιλιάδες τον χρόνο. Τα ταξίδια των Ιαπώνων προς χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν σημαντικά κατά τις δεκαετίες 1970,1980 και η τάση αυτή διατηρείται ως σήμερα. Σημαντικό ρόλο στην αύξηση αυτή διαδραματίζουν η συμφωνία Plaza το 1985 όπως και η ανατίμηση του Γιεν έναντι του δολαρίου ΗΠΑ, που είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της αγοραστικής δύναμης των Ιαπώνων στο εξωτερικό. Η αύξηση του εξερχόμενου τουρισμού της Ιαπωνίας υποστηρίζεται από δύο παράγοντες, την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και την αύξηση του χρονικού διαστήματος των διακοπών. Η διάρκεια παραμονής των Ιαπώνων τουριστών εξαρτάται από την απόσταση του προορισμού από την Ιαπωνία. Η διάρκεια παραμονής σε προορισμούς που βρίσκονται σε μεγαλύτερη απόσταση από την Ιαπωνία συνήθως ξεπερνά τις 8 ημέρες.

Για το 2007 οι Ιάπωνες τουρίστες στο εξωτερικό ήταν δεύτεροι σε αριθμό μετά τους Κινέζους μεταξύ των ασιατικών χωρών, ενώ στην παγκόσμια κατάσταση ήταν 15^{οι} με 17.294.935 αναχωρήσεις προς χώρες του εξωτερικού. Οι αναχωρήσεις για το 2010 έφτασαν τις 16.637.224, αριθμός μικρότερος σε σχέση με το 2007 αλλά πολύ

μεγαλύτερος από τον αριθμό των αφίξεων εισερχόμενων τουριστών στην Ιαπωνία το ίδιο έτος, που έφτασαν τις 8.611.500.

Σύμφωνα με το πρόγραμμα επίσημων αργιών και διακοπών, οι Ιάπωνες συνηθίζουν να ταξιδεύουν τις περιόδους: 29 Δεκεμβρίου-3 Ιανουαρίου (διακοπές της Πρωτοχρονιάς), 20 Μαρτίου-5 Απριλίου (Spring Break), 29 Απριλίου-5 Μαΐου (Golden Week), 20 Ιουλίου-31 Αυγούστου (καλοκαιρινές διακοπές). Βάσει των μηνιαίων αναχωρήσεων, παρατηρείται ότι ο εξερχόμενος τουρισμός της Ιαπωνίας παρουσιάζει 12μηνη εποχικότητα με τον Αύγουστο να αποτελεί το μήνα με τις περισσότερες αναχωρήσεις Ιαπώνων εξερχόμενων τουριστών από τη χώρα. Εκτός από τον Αύγουστο, μήνες που παρατηρούνται οι περισσότερες αναχωρήσεις προς χώρες του εξωτερικού, είναι ο Σεπτέμβριος και ο Μάρτιος.

Η συμπεριφορά των Ιαπώνων τουριστών διαμορφώνεται από τα υψηλά επίπεδα των εισοδημάτων τους, που ισοδυναμούν με υψηλά επίπεδα τουριστικής δαπάνης, τη ζήτηση υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, το σχετικά μικρό διάστημα διακοπών των εργαζόμενων λόγω της δέσμευσης με την εργασία τους, τη μεγάλη χρήση υπηρεσιών τουριστικών γραφείων όταν ταξιδεύουν σε χώρες του εξωτερικού και την επιλογή ομαδικών ταξιδιών, λόγω περιορισμών σχετικά με τη γλώσσα της χώρας υποδοχής.

Οι τουριστικοί προορισμοί του εξωτερικού για τους Ιάπωνες διακρίνονται στους οικονομικούς και κοντινούς και στους μακρινούς, που προτιμούνται συνήθως από πιο ηλικιωμένους που δεν έχουν χρονικούς περιορισμούς για τη διάρκεια του ταξιδιού, λόγω υποχρεώσεων της εργασίας. Το μεγαλύτερο ποσοστό ταξιδιών των Ιαπώνων Τουριστών στο εξωτερικό γίνεται για λόγους αναψυχής. Για την επιλογή ενός προορισμού σημαντικός παράγοντας είναι η ασφάλεια του προορισμού, η δυσκολία διάθεσης αρκετών ημερών για να επισκεφτούν προορισμούς που βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση από τη χώρα, το κόστος του ταξιδιού, η εξωτική κουζίνα του προορισμού, οι δυσκολίες επικοινωνίας λόγω της γλώσσας, οι πολλές ώρες του ταξιδιού λόγω της απόστασης.

Βάσει μελετών, η Ευρώπη αποτελεί τον πρώτο προορισμό που επιλέγουν οι Ιάπωνες τουρίστες για να επισκεφτούν μουσεία και ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα. Ανάμεσα στα στοιχεία που την ξεχωρίζουν σαν προορισμό είναι η ιστορία που έχουν οι χώρες της Ευρώπης, τα παλαιά κτίρια, η πολιτιστική ποικιλομορφία, τα μουσεία και η αρμονία μεταξύ του ωραίου φυσικού περιβάλλοντος και του σύγχρονου πολιτισμού

Τα ταξίδια στην Ευρώπη συνήθως γίνονται μέσω επιλογής οργανωμένων πακέτων που περιλαμβάνουν μετακίνηση προς και από τη χώρα προορισμού και κατάλυμα, ή με πλήρη πακέτα που περιλαμβάνουν επίσης οργανωμένες ξεναγήσεις και συγκεκριμένο πρόγραμμα για όλη τη διάρκεια της ημέρας, για όλες τις μέρες παραμονής.

Ανάμεσα στις πρώτες επτά χώρες που θα ήθελαν να επισκεφτούν κάποια στιγμή οι Ιάπωνες, σύμφωνα με έρευνα, είναι και η Ελλάδα. Αυτό οφείλεται κυρίως στη γνώση που έχουν οι Ιάπωνες για την Ελλάδα και την ιστορία της, όπως επίσης και οι καλές σχέσεις των δύο χωρών.

Παρόλο που οι δύο χώρες έχουν διαφορετικές πολιτιστικές βάσεις και τις χωρίζει μεγάλη γεωγραφική απόσταση, διατηρούν πολιτικοοικονομικές σχέσεις, που προσδιορίζονται από μια σειρά συμφωνιών, επενδύσεων και εμπορίου, καθώς και πολιτιστικές μέσω κοινών σημείων και αλληλοκατανόησης της κουλτούρας των δύο πολιτισμών. Η πολιτιστική συνεργασία των δύο χωρών ξεκίνησε επίσημα το 1956 με την ίδρυση του Ελληνο-ιαπωνικού Συνδέσμου και επικυρώνεται έως σήμερα με πολιτιστικές εκδηλώσεις και στις δύο χώρες, στις οποίες επισημαίνονται τα σημεία σύγκλισης των δύο πολιτισμών, παρά τη διαφορετικότητά τους. Σε επίπεδο εμπορίου και επενδύσεων, η Ιαπωνία αποτελεί ελκυστικό τόπο επιχειρηματικής δραστηριότητας και εξαγωγών καθώς έχει μεγάλο αριθμό καταναλωτών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και παρέχει όλες τις απαραίτητες υποδομές για την ανάπτυξη εμπορικών δραστηριοτήτων. Επιπλέον είναι μια χώρα με μεγάλη και αναπτυσσόμενη οικονομία και αποτελεί μεγάλη καταναλωτική και βιομηχανική αγορά για τα ξένα προϊόντα. Έτσι υπάρχει ενδιαφέρον των ελληνικών εταιριών για την Ιαπωνική αγορά. Εκτός αυτού επιδιώκονται επιχειρηματικές συνεργασίες μεταξύ Ελληνικών και Ιαπωνικών επιχειρήσεων. Σημαντικό τομέα επιχειρηματικών σχέσεων των δύο χωρών αποτελεί η ναυτιλία, καθώς Έλληνες πλοιοκτήτες επιλέγουν τα ιαπωνικά ναυπηγεία για τη ναυπήγηση πλοίων.

Ως προς τον τουρισμό, ο αριθμός των Ιαπώνων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα έχει αυξηθεί τις τελευταίες δύο δεκαετίες σε σχέση με τις προηγούμενες, αν και παραμένει μικρός σε σχέση με τον ενεργό πληθυσμό της Ιαπωνίας. Επίσης, αύξηση έχει παρατηρηθεί στον αριθμό των Ελλήνων που επισκέπτονται την Ιαπωνία. Μετά το 2003 όμως παρατηρείται μείωση του αριθμού των αφίξεων Ιαπώνων στην Ελλάδα. Αντιθέτως ο συνολικός αριθμός των Ιαπώνων που ταξίδεψαν το διάστημα 2003-2010 παρέμεινε σχετικά σταθερός με μικρές αυξομειώσεις. Για το 2010, μόλις το 0,07% του Ελληνικού εισερχόμενου τουρισμού προερχόταν από την Ιαπωνία.

Η Ιαπωνία αποτελεί μια από τις χώρες με μεγάλο μέγεθος εξερχόμενου τουρισμού αλλά και τουριστικής δαπάνης. Παρατηρήθηκε ότι η ομάδα των Ιαπώνων τουριστών που χαρακτηρίζονται ως “heavy spenders” σε σχέση με τους “light spenders” έχουν κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία, ταξιδεύουν μεγαλύτερο διάστημα, επιλέγουν ταξίδια σε περιοχές με ιδιαίτερη κουλτούρα και ιστορία, δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον να ταξιδέψουν σε χώρες της Ευρώπης, τον Καναδά και την Ωκεανία παρά σε χώρες της Ασίας και κατά τη διάρκεια των διακοπών τους προτιμούν να επισκέπτονται περισσότερες από μία πόλεις. Η συνολική δαπάνη των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα για το 2003 ανερχόταν στα 23.501.390 ενώ για το 2010 στα 5.352.794. Η μείωση αυτή οφείλεται και στην μείωση των αφίξεων των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα. Παρόλα αυτά παρατηρείται ότι και η δαπάνη ανά τουρίστα έχει μειωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, με δαπάνη ανά τουρίστα το 2003 περίπου 973 ενώ το 2010 περίπου 534.

Η Ιαπωνία είναι μια χώρα στην οποία θα μπορούσε να στοχεύσει η Ελλάδα για την προσέλκυση τουριστών. Η προσέλκυση Ιαπώνων τουριστών είναι σημαντική αφενός λόγω της αύξησης της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα, καθώς ο αριθμός των εξερχόμενων τουριστών είναι μεγάλος και η προσέλκυση ακόμα και του 1% εξ αυτών ισοδυναμεί με μεγάλο αριθμό τουριστών στην Ελλάδα, και αφετέρου λόγω των μηνών που επιλέγουν να ταξιδεύουν οι Ιάπωνες η προσέλκυσή τους θα συμβάλλει στην εξομάλυνση του εποχικού χαρακτήρα του Ελληνικού τουρισμού.

Οι αναχωρήσεις τουριστών από την Ιαπωνία προς χώρες του εξωτερικού αυξήθηκαν σημαντικά από το 1970 και μετά. Παρόλα αυτά, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας μειώθηκε σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Ενδεικτικά, για το 2003 ήταν περίπου 0,18%, δηλαδή ανά 10.000 Ιάπωνες τουρίστες οι 18 διάλεξαν την Ελλάδα σαν προορισμό τους, ενώ για το 2010 μόλις 6. Συγκεκριμένα το 2010, από τους 16.637.224 Ιάπωνες που ταξίδεψαν σε χώρες του εξωτερικού, μόλις 10.021 ήρθαν στην Ελλάδα. Εκτός αυτού, οι αφίξεις Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα προς τον πληθυσμό της Ιαπωνίας φαίνεται να είναι πολύ μικρή. Συγκεκριμένα ανά 10.000 Ιάπωνες μόλις 1 ήρθε στην Ελλάδα το 2010. Η μικρή αυτή αναλογία οφείλεται αρχικά στο μικρό αριθμό αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα, αλλά κυρίως οφείλεται στο μεγάλο πληθυσμό της Ιαπωνίας. Λόγω του γεγονότος ότι αποτελεί μια χώρα με μεγάλο πληθυσμό, με μεγάλο αριθμό εξερχόμενων τουριστών που ταξιδεύουν και τα ταξίδια προς το εξωτερικό ενθαρρύνονται, άρα η τάση αύξησης των ταξιδιών προς χώρες του εξωτερικού αναμένεται να συνεχιστεί, ακόμα και μια αύξηση της τάξεως του 1% του συνολικού πλήθους των εξερχόμενων τουριστών της Ιαπωνίας,

στον αριθμό τουριστών που προσελκύει η Ελλάδα, αντιστοιχεί σε πλήθος 166.372 τουριστών, αριθμός σχεδόν 17 φορές μεγαλύτερος από εκείνον των αφίξεων των Ιαπώνων στην Ελλάδα το 2010. Συνεπώς οδηγεί σε μια αύξηση του συνολικού αριθμού των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, όπως και αύξηση των εσόδων που προκύπτουν από την τουριστική δραστηριότητα, καθώς η Ιαπωνία αποτελεί χώρα με μεγάλο κατά κεφαλήν εισόδημα και μεγάλη τουριστική δαπάνη.

Παρατηρώντας την κατανομή των αφίξεων των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα, διαπιστώνουμε ότι οι περισσότερες αφίξεις στην Ελλάδα δεν πραγματοποιούνται τους μήνες που παρατηρείται συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα. Το μεγαλύτερο ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού στην Ελλάδα συγκεντρώνεται τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, ενώ οι μήνες που παρατηρούνται οι περισσότερες αφίξεις Ιαπώνων τουριστών στη χώρα είναι ο Μάρτιος και ο Σεπτέμβριος και ακολουθεί ο Αύγουστος. Σημαντικό μερίδιο στον εξερχόμενο τουρισμό της Ιαπωνίας κατέχει η ηλικιακή ομάδα 50 ετών και άνω, η οποία προτιμά να ταξιδεύει το διάστημα Απριλίου-Μαΐου, καθώς και τους φθινοπωρινούς μήνες. Συνεπώς η προσέλκυση Ιαπώνων τουριστών στη χώρα θα συμβάλλει στην αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας που επηρεάζει σημαντικά την Ελλάδα.

Συμπερασματικά, η προσέλκυση Ιαπώνων τουριστών θα ωφελήσει την Ελλάδα οδηγώντας σε αύξηση του συνολικού αριθμού των εισερχόμενων τουριστών, αύξηση των τουριστικών εισπράξεων και συμβολή στην εξάλειψη της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας που παρατηρείται στη χώρα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν με τη χρήση χρονοσειράς και κατάλληλου μοντέλου πρόβλεψης, οι συνολικές αναχωρήσεις των Ιαπώνων προς χώρες του εξωτερικού για το διάστημα από τον Οκτώβριο του 2011 έως το Σεπτέμβριο του 2012, αναμένεται μια μικρή αύξηση σε σχέση με τις αναχωρήσεις του αντίστοιχου διαστήματος της προηγούμενης χρονιάς. Για το προβλεπόμενο διάστημα οι συνολικές αναχωρήσεις προς χώρες του εξωτερικού είναι 16.797.230 ενώ για το αντίστοιχο διάστημα της προηγούμενης χρονιάς οι αναχωρήσεις των Ιαπώνων προς χώρες του εξωτερικού ήταν 16.660.897. Σχετικά με τις αφίξεις των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα το ίδιο διάστημα, αναμένεται μείωση σε σχέση με το διάστημα Οκτώβριος 2010-Σεπτέμβριος 2011. Συνολικά οι αφίξεις για το διάστημα πρόβλεψης είναι 5.410 ενώ για το ίδιο διάστημα την προηγούμενη χρονιά ήταν συνολικά 9.195. Η μείωση αυτή στα αποτελέσματα οφείλεται κυρίως στα δεδομένα της Τράπεζα της Ελλάδος, που χρησιμοποιήθηκαν για την πρόβλεψη, τα οποία προέρχονται από δείγμα, που ανάγεται

στον πληθυσμό. Αν σε κάποιο μήνα στο δείγμα δεν έχει συμπεριληφθεί Ιάπωνας, η αναγωγή στον πληθυσμό οδηγεί σε μηδενικές αφίξεις από την Ιαπωνία το μήνα αυτό. Έτσι η ύπαρξη μηδενικών αφίξεων Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα για κάποιους μήνες οδηγεί σε μηδενικές προβλέψεις. Δεδομένου αυτού και βάσει της συγκριτικής εξέτασης των αποτελεσμάτων, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον Ιαπωνικό εξερχόμενο τουρισμό παρουσιάζει μείωση. Για το διάστημα πρόβλεψης είναι 0,03%, δηλαδή ανά 10.000 Ιάπωνες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό 3 επισκέπτονται την Ελλάδα, ενώ για το ίδιο διάστημα του προηγούμενου έτους ήταν 0,06%, δηλαδή ανά 10.000 Ιάπωνες που ταξίδευαν σε χώρες του εξωτερικού οι 6 επισκέπτονταν την Ελλάδα.

Βάσει ερευνών, φαίνεται ότι οι Ιάπωνες αντιμετωπίζουν της Ελλάδα ως έναν διαχρονικά δημοφιλή προορισμό, με κύριο χαρακτηριστικό την ιστορική και πολιτιστική της κληρονομιά και τα ωραία τοπία. Παρόλα αυτά, τα παραπάνω αποτελέσματα δεν είναι τα αναμενόμενα και επιθυμητά, αλλά με τη λήψη κατάλληλων μέτρων και ενεργειών, ο αριθμός των Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα μπορεί να αυξηθεί σημαντικά.

Μελετώντας το προφίλ των Ιαπώνων τουριστών, ιδιαίτερα στα ταξίδια τους στην Ευρώπη, όπου η απόσταση είναι μεγάλη, όπως επίσης το κόστος και ο χρόνος που πρέπει να διαθέσουν, φαίνεται ότι υπάρχουν παράγοντες που επηρεάζουν στην επιλογή της χώρας προορισμού και προϋποθέσεις που πρέπει να ισχύουν. Κάποιες έχουν σχέση με την ίδια τη χώρα, όπως ο πλούσιος πολιτισμός, μουσεία, αξιοθέατα και άλλοι χώροι επίσκεψης, ιστορικές πόλεις, ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της κουλτούρας και του πολιτισμού, για τα οποία διακρίνεται η χώρα, ενώ άλλες έχουν σχέση με την ενημέρωση που έχουν για τη χώρα, όπως είναι το διαθέσιμο πλήθος πληροφοριών στα Ιαπωνικά, η διαφήμιση και η διαθεσιμότητα τουριστικού οδηγού, καθώς επίσης και με την ευκολία πρόσβασης στη χώρα και τη διοργάνωση του ταξιδιού, όπως είναι η διαθεσιμότητα ταξιδιωτικών πακέτων για τη χώρα αυτή σε τουριστικά γραφεία.

Βασικό ανασταλτικό παράγοντα που περιορίζει τις επισκέψεις Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα αποτελεί η απουσία απ' ευθείας αεροπορικής γραμμής μεταξύ των δύο χωρών. Ο περιορισμένος χρόνος διακοπών των Ιαπώνων, σε συνδυασμό με τη δυσκολία πρόσβασης στη χώρα, οδηγεί στην αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων παρά την επιθυμία τους να επισκεφτούν την Ελλάδα. Η ευκολότερη πρόσβαση στη χώρα με

άμεση αεροπορική σύνδεση των δύο χωρών, θα διευκόλυne τα ταξίδια προς την Ελλάδα και θα τα πολλαπλασιάζε.

Σημαντικό παράγοντα αποτελεί η καλή εντύπωση που έχουν οι Ιάπωνες για μια χώρα προκειμένου να την επισκεφτούν, όπως και η δημιουργία εικόνας ασφαλούς προορισμού, καθώς η ασφάλεια είναι μέγιστης σημασίας για τους Ιάπωνες. Στη δημιουργία θετικής εντύπωσης, μπορεί να συμβάλει η συνεχής σύσφιξη των σχέσεων των δύο χωρών μέσω συνεργασιών τόσο σε επιχειρηματικό επίπεδο όσο και σε πολιτιστικό.

Η εξασφάλιση κατάλληλων τουριστικών πακέτων διαθέσιμων στα Ιαπωνικά τουριστικά γραφεία, όπως επίσης και η συμπερίληψη της Ελλάδας σε υπάρχοντα πακέτα, θα συμβάλει σημαντικά, καθώς οι Ιάπωνες συνηθίζουν να ταξιδεύουν στην Ευρώπη μέσω τουριστικών πακέτων και να επισκέπτονται περισσότερες από μία χώρες σε κάθε ταξίδι. Συνήθης είναι η επιλογή πακέτων που συνδυάζουν επισκέψεις σε γειτονικές κυρίως χώρες.

Καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η προβολή της χώρας στην Ιαπωνία και η διαθεσιμότητα επαρκούς πληροφόρησης. Προς την κατεύθυνση αυτή, κρίνεται απαραίτητη η στοχευμένη προβολή της χώρας, η οποία υποστηρίζεται με εκδηλώσεις και διαφημιστικές εκστρατείες στην Ιαπωνία. Συγκεκριμένες ενέργειες που υποστηρίζουν την προβολή της χώρας είναι η διαθεσιμότητα υλικού και τουριστικού οδηγού στην ιαπωνική γλώσσα, η διαφήμιση στα Ιαπωνικά μέσα και ο εμπλουτισμός των πληροφοριών που παρέχονται από τους αρμόδιους φορείς. Δε θα πρέπει να παραβλεπεται ο σημαντικός ρόλος του διαδικτύου ως μέσο ενημέρωσης, αλλά και ως μέσο κράτησης και διοργάνωσης του ταξιδιού. Η αποτελεσματική χρήση του για διαφήμιση, πληροφόρηση και προβολή των θετικών στοιχείων της χώρας, εστιάζοντας σε αυτά που προκαλούν το ενδιαφέρον των Ιαπώνων, όπως τα ιστορικά μνημεία, μπορεί να αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα.

Συνεπώς, η Ελλάδα θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί την αύξηση των ταξιδιών των Ιαπώνων και το ενδιαφέρον που προκαλούν οι αρχαιολογικοί της χώροι, για να προσελκύσει Ιάπωνες τουρίστες, σχεδιάζοντας κατάλληλη τουριστική πολιτική και στοχεύοντας στην απόκτηση σημαντικού μεριδίου αγοράς σε ώριμες ηλικιακά και ισχυρότερες οικονομικά κατηγορίες Ιαπώνων τουριστών, οι οποίοι επιθυμούν να επισκεφθούν χώρες της Ευρώπης.

Βιβλιογραφία

1. Balaz Vladimir, Mitsutake Miyuki, 1998, Japanese tourists in transition countries of Central Europe: present behavior and future trends, *Tourism Management*, Volume 19, No 5, p.433-443
2. Braudel Fernand, 1963, Γραμματική των Πολιτισμών, Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης
3. Cai Liping, Combrink Thomas, 2000, Japanese female travelers- A unique outbound market, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Volume 5, Issue 1, p.16-24
4. Cargill Thomas, Hutchison Michael, Ito Takatoshi, 2000, Financial Policy and central banking in Japan, The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology
5. Curtis Andressen, 2002, A short history of Japan, From Samurai to Sony, Allen & Unwin
6. Delmer M. Brown, 1993, The Cambridge History of Japan, Volume 1 ,Ancient Japan, University of California, Berkeley
7. Denison Edward, Chung William, 1976, Economic growth and its sources, ch.2 in Asia's new giant: How the Japanese economy works, The Brookings Institution
8. European Travel Commission, 2009, Market Insights: Japan, August 2009
9. European Travel Commission, 2000, Study on Japanese Outbound Tourism, A report on the Japanese market , December 2000
10. European Travel Commission, 2011, European Tourism 2011, Trends and Prospects
11. Glazer Nathan, 1976, Social and Cultural factors in Japanese economic growth, ch.12 in Asia's new giant: How the Japanese economy works , The Brookings Institution
12. Haak Ultike Maria, Haak Rene, 2008, Market entry in Japan, Theory and Management Era, Palgrave Macmillan
13. Hane Mikiso, Perez Louis, 2009, Modern Japan, A Historical Survey, Westview Press 4th edition
14. Hobson Perry, Christensen Motoko, 2001, Cultural and structural issues affecting Japanese tourist shopping behavior, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Volume 6, Issue 1, p.37-45
15. Huffman James, 2010, Japan in World history, Oxford University Press

16. Jang SooCheong, Bai Billy, Hong Gong-Soog, O'Leary Joseph, 2003, Understanding travel expenditure patterns: a study of Japanese pleasure travelers to the United States by income level, *Tourism Management* 25, p.331-341
17. Jang SooCheong, Ismail Joseph, Ham Sunny, 2002, Heavy spenders, medium spenders and light spenders of Japanese Outbound pleasure travelers, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, Volume 9, p.83-106
18. Japan Travel Bureau Foundation (JTB), 2000, All about overseas Travelers, JTB Report 2000
19. Lickorish Leonard, Lenkins Carson, 2004, Μια εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Κριτική
20. Kingston Jeff, 2011, Contemporary Japan, History, Politics and Social change since the 1980's, Wiley-Blackwell
21. Marius B. Jansen, 1993, The Cambridge History of Japan, Volume 5, The Nineteenth Century, University of California, Berkeley
22. Masato Takamatsu, 2006, Basics of Japan Outbound Travel Market, Japan Tourism Marketing Co.
23. Morishima Michio, 1982, Why has Japan succeeded?: Western technology and the Japanese ethos, Cambridge University Press
24. OECD, 2011, OECD Economic surveys, Japan, OECD Publishing
25. Patrick Hugh, Rosovsky Henry, 1976, Japan's economic performance: An Overview, ch.1 in *Asia's new giant: How the Japanese economy works*, The Brookings Institution
26. Samuel Seongseop Kim, Dallen J. Timothy, Jinsoo Hwang, 2011, Understanding Japanese tourists' shopping preferences using the Decision Tree Analysis method, *Tourism Management* 32, p.544-554
27. Tsutsui William, 2007, A companion to Japanese history, Blackwell Publishing
28. World Tourism Organization, 2000, Outbound Tourism of Japan- Market Profile, Special Report no.6
29. World Tourism Organization, 2001, Outbound Tourism of Japan & Rep. Korea- Results 2000, Special Report No.9
30. Βαρβαρέσος Σ., 2000, Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, Εκδόσεις Προπομπός
31. Γεωργαντάς Ζ., 1987, Επιστημονικές μελέτες, η προσέγγιση Box-Jenkins στην ανάλυση και πρόβλεψη χρονολογικών σειρών, Κέντρο προγραμματισμού και οικονομικών ερευνών
32. Θαλασσινός Ελευθέριος, 1986, Υποδείγματα χρονολογικών σειρών: Θεωρία, εφαρμογές, Εκδόσεις Σταμούλης

33. Θαλασσινός Ελευθέριος, 1991, Ανάλυση χρονολογικών σειρών: μεθοδολογία Box-Jenkins, Εκδόσεις Σταμούλης
34. Ίγκος Άρης, Πασχαλίδης Κωνσταντίνος, 2008, Μερίδιο Αγοράς και Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού Διαχρονική Εξέλιξη, Διεθνείς Τάσεις και Προτεινόμενη Στρατηγική, GBR Consulting
35. Κλούρη Αικατερίνη, Καραπαππάς Ανδρέας, 2010, Η τουριστική βιομηχανία, Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδος: Αιτίες ανισορροπιών και προτάσεις πολιτικής, Τράπεζα της Ελλάδος, Ιούλιος 2010
36. Λογοθέτης Μ., 2002, Πολιτικές για την άμβλυση του προβλήματος της τουριστικής εποχικότητας: η περίπτωση της Ρόδου, εισήγηση στην ημερίδα με θέμα «Στόχοι, πολιτικές και μέσα προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα», Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών.
37. Μουρδουκούτας Π., 1995, Οι ιαπωνικές επενδύσεις στην Ελλάδα, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
38. Πανηγυράκης Γ., Μουρδουκούτας Π., 1999, Ιαπωνική Διοικητική & Μάρκετινγκ, Τόμος Α΄, Οικονομική Ανάπτυξη & Αγορά, Εκδόσεις Σταμούλης
39. Παπαδάκης Μ., Τσίμπος Κ., Μουρελάτος Α., 1997, Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το λογισμικό Statgraphics, Εκδόσεις Σταμούλης
40. Πατσουράτης Βασίλειος, 2002, Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού τομέα, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων(ΙΤΕΠ)
41. Πρεσβεία της Ελλάδος Γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκιο, 2010, Μελέτη: Η τουριστική πολιτική της Ιαπωνίας και οι δυνατότητες προσέλκυσης Ιαπώνων τουριστών στην Ελλάδα
42. Πρεσβεία της Ελλάδος, Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Τόκιο, 2010, Ενημερωτικό σημείωμα για την οικονομία της Ιαπωνίας και τις Ελληνο-Ιαπωνικές εμπορικο-οικονομικές σχέσεις
43. Πρεσβεία της Ιαπωνίας στην Ελλάδα & SAFIA Student Association For International Affairs, 2009, Οι Διμερείς Σχέσεις Μεταξύ Ελλάδας και Ιαπωνίας: Πολιτική, Οικονομία και Πολιτισμός
44. Τζωρτζόπουλος Π., 1991, Ανάλυση χρονολογικών σειρών, Τάση-Εποχικότητα, Εκδόσεις Το Οικονομικό
45. Τράπεζα της Ελλάδος, 2011, Στατιστικό δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας

Ηλεκτρονικές πηγές

1. el.wikipedia.org/wiki/Κατάλογος_χωρών_ανά_πληθυσμό
2. el.wikipedia.org/wiki/Λευκάδιος_Χερν
3. en.wikipedia.org/wiki/Folli_Follie
4. lafcadiohearn.jp/misc/life.html
5. www.bankofgreece.gr
6. www.casss.gr/PressCenter/Articles/1197.aspx
7. www.eu.emb-japan.go.jp
8. eeas.europa.eu/japan/index_en.htm
9. www.eujapan.com
10. www.gr.emb-japan.go.jp
11. www.greece-japan.com
12. www.greecejapan.org
13. www.grjpn-association.gr
14. www.iaponia.org
15. www.mlit.go.jp/kankocho/en
16. www.mofa.go.jp/region/europe/eu/index.html
17. www.sete.gr
18. www.statistics.gr
19. www.tourism.jp/english/statistics/inbound.php
20. www.tourism.jp/english/statistics/market.php
21. www.tourism.jp/english/statistics/outbound.php