

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΑΤΕΙ - ΚΡΗΤΗΣ



ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΟΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ

- Ψαραδάκης Ισίδωρος, Α.Μ. 4677
- Αναγνωστοπούλου Σοφία, Α.Μ. 4194

Επιβλέπων Καθηγητής: Αλέξανδρος Αποστολάκης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Περίληψη..... σελ. 3
- Περιγραφή-Στόχος Εργασίας.....σελ. 4

Κεφ.1 – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1) Η έννοια του τουρισμού..... σελ.5

1.2) Είδη Τουρισμού

- Συνεδριακός τουρισμός..... σελ. 6
- Θρησκευτικός τουρισμός..... σελ. 6
- Πολιτιστικός τουρισμός..... σελ. 7
- Οικοτουρισμός-Εναλλακτικός τουρισμός..... σελ. 7
- Τουρισμός Υγείας-Ιαματικόςσελ. 8
- Αγροτουρισμόςσελ. 8

1.3) Παγκόσμιος Τουρισμόςσελ.9

1.4) Ο Τουρισμός στη Ελλάδα

- Ιστορική αναδρομή..... σελ.11
- Ο τουρισμός στη Ελλάδα σήμερα..... σελ. 12
- Η σπουδαιότητα του ελληνικού τουρισμού.....σελ. 13
- Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού.....σελ.14

1.5) Συνολική επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια Ελληνική οικονομία ...σελ.16

1.6) Επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα και στην απασχόλησησελ.17

Κεφ.2- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

2.1) Ορισμός της οικονομικής κρίσης..... σελ.19

2.2) Παγκόσμια οικονομική κρίση(αιτίες και αποτελέσματα)..... σελ.19

2.3) Οικονομική κρίση στην Ελλάδα..... σελ.21

Κεφ.3-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- 3.1)** Επιδράσεις οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμόσελ.23
- 3.2)**Επιδράσεις οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρεςσελ.28
- 3.3)**Πίνακας στατιστικής αεροπορικής κίνησης ΥΠΑ(Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας).....σελ.29

Κεφ.4-ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 4.1)** Ανάλυση-σχολιασμός αποτελεσμάτων..... σελ. 33
- 4.2)** Ανάλυση-σχολιασμός cross tabs..... σελ. 47

Κεφ.5- ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... σελ. 60

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ..... σελ. 62

Περίληψη

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί τον σημαντικότερο ίσως κλάδο της ελληνικής οικονομίας. Παρ' όλες τις ευνοϊκές προβλέψεις που έχουν γίνει κατά καιρούς, δυστυχώς εδώ και μερικά χρόνια βρίσκεται αντιμέτωπη με την παγκόσμια κρίση που ξεκίνησε το 2008.

Από το ξέσπασμα της κρίσης οι διεθνείς χρηματαγορές βρίσκονται σε ελεύθερη πτώση χωρίς προοπτική σύντομης ανάκαμψης. Έχουν χάσει περίπου το 50% της κεφαλαιοποίησής τους και, παρά τις παρεμβάσεις ενίσχυσης της ρευστότητας στην Αμερική και την Ευρώπη, συνεχίζουν να ολισθαίνουν. Ο εγχώριος ελληνικός τουρισμός δέχθηκε κι αυτός πλήγμα και εκ των έσω και εκ των έξω. Από τη μία πλευρά στην Ελλάδα οι συνέπειες της διεθνούς κρίσης δεν παρουσιάζονται αμελητέες, γεγονός που επηρεάζει το εισόδημα και την κίνηση του Έλληνα ταξιδιώτη και από την άλλη οι προβλέψεις για την πορεία των οικονομιών στις κυριότερες αγορές του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποδείχτηκαν δυσοίωνες, με τις πέντε χώρες που τροφοδοτούν την ελληνική τουριστική αγορά (Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, ΗΠΑ, Ιταλία, Γαλλία) να εμφανίζουν αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης το 2009, ενώ η όποια ανάκαμψη μετά τα μέσα του 2009 αποδείχθηκε αναιμική.

Στην παρακάτω εργασία θα μελετήσουμε κατά πόσο επηρεάζει η οικονομική κρίση τον τόσο πολύτιμο τομέα για την οικονομία της Ελλάδας, τον τουρισμό μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε στο αεροδρόμιο Ν. Καζαντζάκης του Ηρακλείου Κρήτης.

Περιγραφή και στόχος της εργασίας

Στην έρευνα που πραγματοποιήσαμε κατά την περίοδο Ιανουάριος-Αυγουστος του 2012 στο αεροδρόμιο Ν.Καζαντζάκης του Ηρακλείου Κρήτης πήραμε δείγμα από περίπου 500 ενήλικες επιβάτες που ετοιμάζονταν να ταξιδέψουν εντός η εκτός Ελλάδας.

Τα ερωτηματολόγια μας περιέχουν ερωτήσεις σχετικά με την ηλικία, το γένος και την οικονομική κατάσταση των επιβατών, τον τόπο προορισμού και διαμονής, το είδος ταξιδιού καθώς και ερωτήσεις σύγκρισης των ταξιδιωτικών συνηθειών των επιβατών πριν και μετά την οικονομική κρίση.

Αφού τελειώσαμε τη έρευνα και συλλέξαμε όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την διεκπεραίωση της εργασίας μας, συνεχίσαμε με την ανάλυσή τους.

Όπως λοιπόν, θα δείτε η εργασία μας ουσιαστικά χωρίζεται σε δύο μέρη, στη θεωρία και στα αποτελέσματα της έρευνας. Τα δύο πρώτα κεφάλαια ασχολούνται με την θεωρία του τουρισμού και της οικονομικής κρίσης, το τρίτο με την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας ενώ στο τελευταίο παραθέτονται τα συμπεράσματα.

Στόχος της εργασίας αυτής είναι, μέσα από τα αποτελέσματα της να δώσει στον αναγνώστη μία εικόνα για το πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τον τουρισμό καθώς και κατά πόσο έχει αλλάξει η αντίληψη και η νοοτροπία του τουρίστα για τα ταξίδια σε σχέση με το παρελθόν.

Η έννοια του τουρισμού

- ✓ Είναι αναμενόμενο και λογικό να υπάρχουν πολλοί ορισμοί τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή βιβλιογραφία. Το κοινό χαρακτηριστικό των περισσότερων απ' αυτούς είναι ότι χαρακτηρίζουν τον τουρισμό ως μία δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την τάση του ανθρώπου για επικοινωνία, ψυχαγωγία και δημιουργία νέων εμπειριών μέσα από κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό. Ένας σύντομος ορισμός είναι ο παρακάτω (Mcintosh & Goeldner 1990):

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο που προκύπτει από την δράση και την αντίδραση των παρακάτω παραγόντων:

- ✓ Τουρίστας επισκέπτης.
- ✓ Κοινωνία προορισμού.
- ✓ Τουριστική επιχείρηση.
- ✓ Κράτος

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ) όμως παραθέτει έναν πιο πλήρη και ακριβή ορισμό περιγράφοντας την έννοια του τουρισμού ως μια σειρά δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα, ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη διαφορετικά από το σύνηθες περιβάλλον για λόγους αναψυχής, αποφυγής των προβλημάτων της καθημερινότητας, για άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κτλ. και για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο του έτους. Ο όρος σύνηθες περιβάλλον χρησιμοποιείται για να εξαιρεθούν από τον εν λόγω ορισμό τα συχνά ταξίδια εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής κι εργασίας ή άλλα ταξίδια ρουτίνας.

Γενικά ο τουρισμός είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών όπως μεταφορικών μέσων, χώροι διαμονής και ψυχαγωγίας, εστιατόρια, εμπορικά μαγαζιά και πολλών άλλων δραστηριοτήτων που προσφέρουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην αύξηση των επενδύσεων και στην μεγέθυνση της οικονομίας.

Οι δύο βασικοί πόλοι του τουριστικού κυκλώματος είναι οι τουρίστες και τα καταλύματα προς τα οποία θα μετακινηθούν. Τα καταλύματα και οι συμπληρωματικές υπηρεσίες διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρει ο προορισμός. Σύμφωνα με την εργασία " *Ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα* " που πραγματοποιήθηκε στο Α.Τ.Ε.Ι Μακεδονίας από την Ελένη Δογάνη τα πέντε κύρια συστατικά που συνθέτουν το συνολικό τουριστικό προϊόν είναι τα εξής:

- Οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόλοι έλξης.
- Οι διευκολύνσεις του τόπου προορισμού (Μ.Μ.Μ, καταλύματα, εστιατόρια κτλ).
- Η προσβασιμότητα του τόπου. Πόσο γρήγορα δηλαδή, εύκολα και οικονομικά μπορεί ο τουρίστας να φτάσει στον προορισμό του.
- Η εικόνα του τουριστικού προορισμού.
- Η τιμή του τουριστικού προϊόντος (συνολικό κόστος της μετακίνησης, διαμονής, διατροφής και συμμετοχής στις εκεί δραστηριότητες).

Είδη Τουρισμού

Συνεδριακός Τουρισμός

Ως συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κ.τ.λ. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο.

Η αγορά αυτή αφορά συνήθως επισκέπτες υψηλού εκπαιδευτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι κινούνται σε καταλύματα υψηλών κατηγοριών, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα, αλλά απαιτούν και πολύ υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

Ο χρόνος παραμονής τους στον τουριστικό προορισμό κυμαίνεται συνήθως από 3 έως 5 ημέρες, ενώ συχνά παρατηρείται το φαινόμενο παράτασης τους για μεγαλύτερο διάστημα, με την μορφή κάποιων άλλων μορφών τουρισμού. Βασικό ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση διαδραματίζει η ικανότητα ενός τόπου να προσελκύσει την προσοχή του συνεδριακού επισκέπτη. Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσίες διερμηνείας κ.α.

Θρησκευτικός τουρισμός

Μπορεί να θεωρηθεί το σύνολο εκείνο των τουριστικών δραστηριοτήτων το οποίο σχετίζεται με τις επισκέψεις τουριστών σε μνημεία, χώρους θρησκευτικής σημασίας και ανάλογες εκδηλώσεις θρησκευτικού περιεχομένου.

Ο όρος αυτός μπορεί να χαρακτηριστεί ως αδόκιμος, όταν κρίνεται με αυστηρά θεολογικά κριτήρια, εν τούτοις μπορεί να αποδώσει κατά ένα καλό τρόπο το βασικό κίνητρο που ωθεί τον τουρίστα να επισκεφθεί τους παραπάνω χώρους.

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι δυνατόν να περιλάβει: (α) προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο και επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στο θρησκευτικό χώρο και, (β) τουρίστες που ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι.

Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε ένα τόπο με στόχο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία αυτού (αρχαιολογικά, βυζαντινά, κλασικά ή νεότερα μνημεία, ιστορία, τέχνες, λαογραφία κτλ.). Συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν.

Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μίας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία. Επίσης, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες είτε παθητικές, όπως παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (μουσικών συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων κ.ά.), επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περιηγήσεις σε πολιτιστικές διαδρομές, είτε ενεργητικές, όπως εκμάθηση τοπικής μαγειρικής, τέχνης ή συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες. Μία άλλη σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει αυτή την μορφή τουρισμού, είναι η στενή και ουσιαστική επαφή που αποκτούν οι επισκέπτες με τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τις παραδόσεις του, σε συνδυασμό με τα πολιτισμικά δρώμενα στην περιοχή.

Οικοτουρισμός

Οικοτουρισμός στις προστατευόμενες περιοχές είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται στη φύση, ο οποίος, αντίθετα από τον μαζικό τουρισμό, δεν υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής, ενώ ταυτόχρονα προωθεί την προστασία του φυσικού, αρχικά, και του πολιτιστικού περιβάλλοντος και συμβάλλει στην τοπική οικονομία και στη διατήρηση της συνοχής του κοινωνικού ιστού. Η Ελλάδα διαθέτει ιδιαίτερα πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, καθώς παρά τη μικρή της έκταση παρουσιάζει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες δαντελωτές ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια, βιότοποι εξαιρετικής ομορφιάς και μοναδικά οικοσυστήματα «προικίζουν» την

ελληνική γη με εντυπωσιακά τοπία, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού-εναλλακτικού τουρισμού.

Τουρισμός Υγείας- Ιαματικός τουρισμός

Ο τουρισμός υγείας είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την Υγεία. Μία εναλλακτική μορφή του τουρισμού υγείας είναι ο ιαματικός τουρισμός, ο οποίος αναφέρεται στην χαλάρωση και τη θεραπεία χρόνιων παθήσεων με τη βοήθεια των ιαματικών πηγών. Ο ιαματικός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή τουρισμού που απαντάται και στις ορεινές περιοχές και ιδίως σ' αυτές που διαθέτουν τους φυσικούς πόρους (π.χ. ιαματικές πηγές) και την απαραίτητη υποδομή.

Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση. Επίσης, η δραστηριότητα αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νοιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.

Παράλληλα, κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις ενός τόπου, συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.

Οι συνδυασμοί όλων ή κάποιων από τα είδη τουρισμού που αναφέραμε πιο πάνω μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα μας. Η προσφορά τουριστικών πακέτων γαστρονομίας, ψυχαγωγίας και ενημέρωσης για τον πολιτιστικό πλούτο που διαθέτει η Ελλάδα πρέπει να αποτελέσει προτεραιότητα για τους τουριστικούς πράκτορες καθώς θα αμβλύνει τη χωροταξική

συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας, και θα αναβαθμίσει και θα εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν που προσφέρεται από αυτήν.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών.

Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών.

Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες.

Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης.

Ενδεικτικά, σύμφωνα με άρθρο του www.sete.gr `` Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση 2011 και Προβλέψεις για το 2012 `` βλέπουμε τα παρακάτω :

- Από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% κατ' έτος, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια.
- Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την προαναφερθείσα περίοδο, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις δολάρια το 2005.
- Ως το 1950, οι 15 κορυφαίοι προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% για το 1970 και στο 57% για το 2005, με αποτέλεσμα την πιο ομοιόμορφη κατανομή των οφελών του παγκόσμιου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων πλέον και νέων προορισμών, πολλοί εκ των οποίων βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

- Το 2007 παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.
 - Το 2008 ήταν το έτος που ο παγκόσμιος τουρισμός επλήγει σημαντικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση και άρχισε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009.
 - Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια.
 - Το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 940 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.
 - Το 2011 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια.
 - Το 2012 ο τουρισμός συνέχισε την ανάκαμψή του, ξεπερνώντας για πρώτη φορά το φράγμα του 1 δισ. στις διεθνείς αφίξεις.
 - Το 2013 ο τουρισμός συνεχίζει την ανάπτυξή του και αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση των διεθνών αφίξεων μεταξύ 3-4%.
 - Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δισ ταξιδιωτών.
- Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

Ο Τουρισμός στη Ελλάδα

Ιστορική αναδρομή

Ο τουρισμός, παρόλο που στηρίχτηκε από την αρχαιότητα έως και σήμερα στον ελεύθερο χρόνο και την μετακίνηση εντούτοις παρουσίασε διαχρονικά μία μορφολογική εξέλιξη και μία διευρυμένη χωρικά διάθρωση.

Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την προέλευση και την τάξη των πολιτών που ήταν ελεύθεροι και οικονομικά εύποροι, απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. Ωστόσο ήταν υποχρεωμένοι να ασχολούνται με τα κοινωνικά, ηθικά και πολιτικά αιτήματα που δημιουργούσε η εύρυθμη λειτουργία της κοινωνίας.

Ο ελεύθερος χρόνος συνδεόταν ουσιαστικά με τις ευγενείς απασχολήσεις και ήταν απόρροια μιας πολιτικής σκέψης που όχι μόνο περιέγραφε αλλά οριοθετούσε το τι είναι ελευθερία και τι όχι. Όσοι διέθεταν ελεύθερο χρόνο, δηλαδή αυτοί που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, είχαν την δυνατότητα να συμμετέχουν σε διαφόρων τύπων ταξιδιωτικές μετακινήσεις.

Μπορούμε να αναφέρουμε τις ταξιδιωτικές μετακινήσεις για λόγους αναψυχής των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στην Αίγυπτο καθώς και τις εσωτερικές μετακινήσεις για να παρευρεθούν σε αθλητικούς αγώνες, θεατρικές παραστάσεις, εορτές κτλ. Ο Ηρόδοτος (480-421π.Χ.) περιγράφει στις περιηγήσεις του γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκέπτεται και μπορεί να χαρακτηριστεί σύμφωνα με την τουριστική τυπολογία που διαμορφώνεται το 19^ο αιώνα ως μοντέλο "τουρίστα". Αυτή την περίοδο εμφανίζονται τα πρώτα κρατικά πανδοχεία που παρείχαν δωρεάν τις υπηρεσίες τους, καθώς και τα πρώτα πανδοχεία κερδοσκοπικής μορφής. Αρχικά βρίσκονται αυτόνομα κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων, ενώ προς το τέλος της αρχαιότητας οι πρώτες τάσεις εμπορικοποίησης των ταξιδιωτικών μετακινήσεων. (Βαρβαρέσος Σ., 1998).

Ο τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την οικονομία μιας χώρας. Η Ελλάδα είναι μία χώρα προικισμένη με φυσική ομορφιά, πράγμα που σημαίνει ότι ο τουρισμός είναι κύριος παράγοντας για την οικονομική της ανάπτυξη.

Είναι γεγονός ότι αποτελεί σήμερα τον δυναμικότερα αναπτυσσόμενο τομέα της ελληνικής οικονομίας αφού σύμφωνα με την μελέτη του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) “Ο τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδος-Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο” που πραγματοποιήθηκε το 2010 ισχύουν τα παρακάτω:

- Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά πάνω από 15% και κατά περιόδους ξεπερνάει το 18%.
- Δημιουργεί απασχόληση σε ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων, σε διαφορετικά επίπεδα γνώσεων και ειδίκευσης και κυρίως στους νέους και στη περιφέρεια.
- Ένας (1) στους πέντε (5) κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα.
- Κάθε Ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Αν και ο τουρισμός τα τελευταία 30 χρόνια αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, έχει παράλληλα πολλά χρονίζοντα προβλήματα. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το άρθρο “Τουρισμός : Βασικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας” της Ε.Κοντομάρη στο www.crime.gr.

- Η σημερινή υπερπροσφορά ανέρχεται σε 400.000 κλίνες περίπου ή το 30% του συνολικού δυναμικού της χώρας σε κλίνες.
- Στο τρίμηνο Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος εξακολουθούμε να υποδεχόμαστε περισσότερο από το 50% των διεθνών αφίξεων.
- Το 65% της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα (υπερ-) συγκεντρώνεται σε 4 περιοχές.
- Με τις σημερινές συνθήκες ο ελληνικός τουρισμός λειτουργεί σχεδόν στο 80% των δυνατοτήτων του.
- Η σύγκυση μεταξύ πνεύματος εξυπηρέτησης και αίσθησης δουλοπρέπειας δημιουργεί το σύνδρομο του anti-service, το οποίο διακατέχει σημαντικό τμήμα των άμεσα κι έμμεσα ασχολουμένων με το τουρισμό.
- Το πρωτογενές τουριστικό προϊόν της Ελλάδας είναι ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ. Η προστιθέμενη

αξία όμως δεν είναι το ίδιο καλή. Αποτέλεσμα, μέτριο τελικό προϊόν, πολλές φορές υπερτιμημένο, άρα μη ανταγωνιστικό.

- Η διάθεση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος γίνεται κατά κύριο λόγο από ξένους Tour Operators και από κανάλια διανομής, τα οποία σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζουμε.

Τα χρονίζοντα αυτά προβλήματα και οι κακές επιδόσεις των περιόδων 2009 και 2010, σε συνδυασμό με την άνοδο των ανταγωνιστών μας και κυρίως με το έλλειμμα τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα, επιβεβαιώνουν την ανάγκη για δραστικές παρεμβάσεις στον τουρισμό.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με το άρθρο του *sete.gr* *“Η σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα το 2011”* βασισμένο στα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2011 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 19η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2011, η χώρα μας καταλαμβάνει την 29η θέση μεταξύ 139 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 83η.

Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η σπουδαιότητα του ελληνικού τουρισμού

Κατά την τελευταία δεκαετία διαπιστώθηκε σε μεγάλο βαθμό η σπουδαιότητα του τουρισμού για την μελλοντική οικονομική ανάπτυξη και τον περιορισμό της ανεργίας τόσο στην Ευρώπη όσο και στην χώρα μας.

Η συνειδητοποίηση αυτή έστρεψε τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον προσδιορισμό της συμβολής του τουριστικού τομέα στην δημιουργία του ΑΕΠ και στο μέγεθος της απασχόλησης.

Η κατασκευή και η καθιέρωση τουριστικών λογαριασμών, με βάση τα αυστηρά κριτήρια καταρτίσεως των εθνικών λογαριασμών, θα προσέφερε μια αξιόπιστη και ολοκληρωμένη γνώση για τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Οι πληροφορίες των τουριστικών λογαριασμών έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να περιλαμβάνουν το σύνολο της δραστηριότητας που συνδέεται με τον τουρισμό.

Με βάση τα ανωτέρω, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) σε συνεργασία με την Εταιρεία Παροχής Οικονομικής Πληροφορήσεως και Συμβουλών (W.E.F.A.), χρησιμοποιούν δυο έννοιες στην προσπάθειά τους να προσεγγίσουν το πρόβλημα μετρήσεως του τουριστικού προϊόντος.

1) Την έννοια του **τουριστικού κλάδου**, ο οποίος αναφέρεται στις δραστηριότητες που

παράγουν αγαθά και υπηρεσίες συνδεδεμένα με τους τουρίστες. Αυτές οι δραστηριότητες

είναι τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα, τα γραφεία ταξιδιών πάσης φύσεως, ορισμένοι κλάδοι μεταφορών, κέντρα πληροφόρησης τουριστών, κλάδοι παραγωγής κ.λ.π..

2) Την έννοια της **τουριστικής οικονομίας**, στην οποία περιλαμβάνονται τόσο τα αγαθά και υπηρεσίες που συνδέονται άμεσα με τον τουρίστα, όσο και οι παραγωγικές δραστηριότητες που εξαρτώνται σε υψηλό βαθμό, ακόμη και για την ύπαρξή τους, από την τουριστική δαπάνη.

Τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού

Τα βασικά χαρακτηριστικά του Ελληνικού τουρισμού είναι τα παρακάτω:

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών με συνέπεια τη δημιουργία νέων τουριστικών υποδομών για την προσέλκυση της αυξανόμενης πελατείας.
2. Σημαντική μείωση του μεριδίου των Αμερικανών τουριστών με αποτέλεσμα την απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος και την αναζήτηση νέων αγορών.
3. Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού με συνέπεια τη δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.
4. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου με συνέπεια τη θερινή επιβάρυνση των υποδομών και την υπολειτουργία εκτός σεζόν γεγονός που κάνει αναγκαία την ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες
5. Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: “Ήλιος – θάλασσα”, με συνέπεια την εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες.
6. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα, όπως για παράδειγμα το φυσικό περιβάλλον και η πολιτισμική κληρονομιά, με συνέπεια να υπάρχει σημαντικό περιθώριο ποιοτικής βελτίωσης με την δημιουργία υποδομών.
7. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής με αποτέλεσμα την άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών.
8. Περιορισμένη διάρθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους τουριστικούς πράκτορες με αποτέλεσμα την ύπαρξη ισχυρών πιέσεων για χαμηλές τιμές.
9. Ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα τα οποία είναι μικρού ή μεσαίου μεγέθους και προσφέρουν χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών με αποτέλεσμα την αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς ταξιδιωτικούς πράκτορες.

10. Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές με συνέπεια την έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης καταλυμάτων.
11. Μικρό μέγεθος των μη –ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων με αποτέλεσμα τη δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα τεχνολογικά δεδομένα. (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006», ΕΟΤ).

Σύμφωνα με την σημερινή οικονομική κατάσταση της Ελλάδος, συνάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα αλλά και αδυναμίες του Ελληνικού Τουρισμού.

Τα πλεονεκτήματα του τουρισμού της χώρας είναι τα εξής:

- Η αφθονία και ποικιλομορφία των φυσικών πόρων που επιτρέπουν τουρισμό 12μηνης βάσης.
- Η θέση της χώρας μας στον παγκόσμιο τουρισμό αφού κατέχει την 17^η θέση σε αφίξεις και σε εισπράξεις την 27^η.
- Το σημαντικό ιστορικό και πολιτιστικό απόθεμα καθώς και η σύγχρονη πολιτική παραγωγή.
- Ο σημαντικός ρόλος του Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.
- Η θετική συνεισφορά του Αναπτυξιακού Νόμου στην αναβάθμιση των ξενοδοχειακών και τουριστικών υποδομών γενικότερα.
- Η δημιουργία κατά την τελευταία 15ετία σημαντικών επιχειρήσεων που προσφέρουν εμπλουτισμένο προϊόν για την προσέλκυση τουριστικών ειδικών ενδιαφερόντων. Η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής.

Ο τουρισμός μας έχει τις εξής αδυναμίες σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Ανάπτυξης:

- Ο έντονος εποχικός χαρακτήρας.
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω των τουριστικών δραστηριοτήτων αφού δεν τηρούνται οι περιβαλλοντικοί όροι.
- Η μείωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος εξαιτίας της ανάπτυξης νέων αγορών, όπως είναι της Τουρκίας.
- Η αλλοίωση των πολιτιστικών χαρακτηριστικών στις τοπικές κοινωνίες.
- Η μη διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- Η άνιση τουριστική ανάπτυξη των περιφερειών της χώρας.
- Οι σημαντικές ελλείψεις σε υποδομές, όπως είναι οι μεταφορές, οι ξενοδοχειακές υποδομές και οι συνεδριακοί χώροι.
- Το υψηλό ποσοστό μέσης και χαμηλής τάξης κλινών.

- Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστικών μονάδων είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις με περιορισμένη ικανότητα προώθησης, αξιοποίησης και αποτελεσματικής οικονομικής διαχείρισης.
- Δεν υπάρχει επαρκώς ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Συνολική επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια Ελληνική οικονομία:

Η εκτίμηση της επίδρασης του τουρισμού σε κύρια μεγέθη της ελληνικής οικονομίας βασίζεται σε στοιχεία του 2010 (πιο πρόσφατα διαθέσιμα). Αν και η συρρίκνωση του ακαθάριστου προϊόντος (ως αποτέλεσμα της υφεσιακής τροχιάς της οικονομίας που εν μέρει οφείλεται και στη διαδικασία δημοσιονομικής προσαρμογής) οδηγεί ενδεχομένως σε μείωση των μεγεθών σε απόλυτους όρους, οι εκτιμήσεις ως αναλογία στο σύνολο της οικονομίας αναδεικνύουν το σημαντικό ρόλο του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.

Η συνεισφορά (επίδραση) του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία διακρίνεται σε άμεση, έμμεση και προκαλούμενη. Η αύξηση της τελικής ζήτησης ως αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης (εισερχόμενης και εγχώριας) επηρεάζει τις επιχειρήσεις εκείνες που το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών τους προέρχεται από την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Οι μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής, λόγω της τουριστικής κατανάλωσης, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την τουριστική κατανάλωση. Η μεγαλύτερη παραγωγή στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζονται άμεσα από τον τουρισμό, συνεπάγεται επίσης την αύξηση της ζήτησης για προϊόντα άλλων κλάδων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία. δημιουργείται έτσι από την πλευρά των προμηθευτών, η ανάγκη επιπρόσθετων εισροών (αρχικών και ενδιάμεσων) για την κάλυψη της επιπλέον ζήτησης των προϊόντων που οι ίδιες παράγουν (όσες από τις εκροές δεν μπορούν να παραχθούν εντός της οικονομίας εισάγονται). Η αλληλεξάρτηση αυτή μεταξύ των παραγωγικών διαδικασιών σε μια οικονομία αποτελεί την έμμεση επίδραση.

Επιπρόσθετα, τα νοικοκυριά αμοίβονται με εισοδήματα για την εργασία την οποία προσφέρουν στο πλαίσιο ικανοποίησης της τελικής ζήτησης για τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας. Παράλληλα, ως καταναλωτές δαπανούν τα εισοδήματά τους για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών. Έτσι, μια αλλαγή στην ποσότητα της εργασίας που

χρειάζεται για την παραγωγή σε έναν ή περισσότερους κλάδους επηρεάζει το εισόδημα τους, άρα και τις δαπάνες τις οποίες κάνουν ως καταναλωτικές μονάδες. Επομένως, το ύψος των αγορών τους εξαρτάται από το εισόδημά τους, το οποίο με τη σειρά του εξαρτάται από το μέγεθος της παραγωγής κάθε κλάδου. Με τον όρο προκαλούμενη επίδραση περιγράφεται η συνεισφορά στα αποτελέσματα (ΑΕΠ, απασχόληση, κλπ.) από τη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες στην οικονομία, ως αποτέλεσμα της μεταβολής του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών που λαμβάνουν κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Για την εξέταση της οικονομικής επίπτωσης του τουρισμού στους εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, η μελέτη επικεντρώνεται στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ). Η ΑΠΑ ορίζεται ως η διαφορά μεταξύ της αξίας παραγωγής και της συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης.

Στην ουσία, πρόκειται για τους πόρους που «μένουν» στην οικονομία για την πληρωμή μισθών, εργοδοτικών εισφορών, φόρων στην παραγωγή, αποσβέσεων κεφαλαίου και μερισμάτων στους μετόχους των εταιρειών, καθώς και για την συσσώρευση κεφαλαίου ως αποθεματικό κερδών των επιχειρήσεων, το οποίο αποτελεί σημαντική πηγή πόρων για μελλοντικές επενδύσεις. Το άθροισμα της ΑΠΑ και των έμμεσων φόρων (εξαιρουμένων των επιδοτήσεων) επί των προϊόντων που καταναλώνονται, αποτελεί το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) που παράγεται από κάθε κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Το ΑΕΠ από τον τουρισμό, ισοδυναμεί με το ακαθάριστο προϊόν των κλάδων που συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος.

Επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα και στην απασχόληση.

Σύμφωνα με την έρευνα “Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία” που έγινε στο ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ τον Σεπτέμβριο του 2012, το ΑΕΠ αποτυπώνει την αξία σε χρηματικές μονάδες των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται στη διάρκεια ενός έτους. Μέρος της παραγωγής αυτής από κάθε κλάδο απορροφάται από άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας ως εισροή στην παραγωγική τους διαδικασία. Εκτός όμως από την ενδιάμεση ζήτηση, το προϊόν που παράγεται καταναλώνεται από τα νοικοκυριά, το κράτος (την κυβέρνηση), κατευθύνεται σε επενδύσεις, αλλά και εξάγεται εκτός της χώρας. Το άθροισμα αυτών των παραγόντων αντιπροσωπεύει την τελική ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες η οποία μαζί με την ενδιάμεση αποτελούν τη συνολική ζήτηση για το προϊόν κάθε κλάδου.

Στην περίπτωση του τουρισμού, η κατανάλωση των τουριστικά χαρακτηριστικών προϊόντων από την πλευρά των νοικοκυριών αντιπροσωπεύει τη ζήτηση που δημιουργείται από τον ημεδαπό τουρισμό, ενώ η ζήτηση από το κράτος σχετίζεται με δαπάνες από την πλευρά της κυβέρνησης, όπως για παράδειγμα η διαφημιστική προβολή για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος και τα έξοδα φιλοξενίας ξένων στη διάρκεια επίσκεψης και παραμονής τους στην Ελλάδα. Αντίστοιχα, οι επενδύσεις αφορούν στα χρήματα που δαπανώνται από τον δημόσιο, αλλά και τον ιδιωτικό τομέα για την εκτέλεση επενδυτικών έργων που ως στόχο έχουν τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και των προσφερόμενων υπηρεσιών στους επισκέπτες μιας περιοχής.

Από την άλλη πλευρά, οι εξαγωγές αντανakλούν τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες από τους ξένους που επισκέπτονται την Ελλάδα, μέγεθος το οποίο, σε χρηματική αξία, αποτυπώνεται στις ταξιδιωτικές εισπράξεις και τα έσοδα από την κρουαζιέρα. Η χρήση πινάκων εισροών-εκροών έχουν ως στόχο να εκφράσουν τη δαπάνη από την πλευρά της τελικής ζήτησης σε όρους προϊόντος, κατανέμοντας το συνολικό τουριστικό ΑΕΠ στο άμεσο, έμμεσο και προκαλούμενο αποτέλεσμα. Αυτό επιτυγχάνεται με την υπόθεση ότι η τελική ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες αποτελεί μια εξωγενή αλλαγή στην οικονομική δραστηριότητα οι επιπτώσεις της οποίας εκτιμώνται για το σύνολο της οικονομίας.

Το συνολικό αποτέλεσμα εξετάζεται στη μελέτη αυτή ως το άθροισμα που δημιουργείται από την επίπτωση της τουριστικής δαπάνης, αλλά και την επίπτωση από την πλευρά των επενδύσεων. Θα πρέπει ωστόσο, να σημειωθεί η δυσκολία να εντοπιστούν στοιχεία αναφορικά με το ύψος των επενδύσεων που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα, εξέλιξη που σε σημαντικό βαθμό οφείλεται στο μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό σε διαφορετικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Αντίστοιχη δυσκολία, εντοπίζεται και στον ακριβή προσδιορισμό εκείνων των δημόσιων επενδύσεων που στοχεύουν στην ανάπτυξη ή τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό, είναι πιθανό να υποεκτιμά την επίδραση των επενδύσεων που έχουν άμεση σχέση με τον τουριστικό τομέα στο εγχώριο παραγόμενο προϊόν.

Κεφ.2- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

2.1)Ορισμός της οικονομικής κρίσης

Από τον Οκτώβριο του 2008 η Παγκόσμια οικονομική κρίση αποτελεί πλέον ένα γεγονός το οποίο επέφερε αλλαγές στην καθημερινότητα χιλιάδων πολιτών, στην λειτουργία των επιχειρήσεων, των τραπεζών και των κυβερνήσεων. Οι οικονομικές κρίσεις αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό του καπιταλιστικού συστήματος κάνοντας την εμφάνιση τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

Πώς θα μπορούσε όμως να ερμηνευθεί ο όρος οικονομική κρίση;

Στο παρελθόν ο όρος οικονομική κρίση μπορούσε να σημαίνει μόνο ότι οι οικονομικές προσπάθειες των ανθρώπων ματαιώνονταν (λ.χ. εξαιτίας ενός πολέμου) ή τα αγαθά που παρήγαν καταστρέφονταν ή χάνονταν (από δυσμενείς καιρικές συνθήκες ή από λεηλασία). Μετά την ανάπτυξη της βιομηχανίας και της διαρκώς εξελισσόμενης τεχνολογίας οικονομική κρίση σημαίνει ότι υπάρχει παραγωγή ή υπερπαραγωγή προϊόντων, αλλά δεν υπάρχει αντίστοιχη ζήτηση για οποιοδήποτε λόγο, που συνοψίζεται σε μια πρόταση: το αγοραστικό κοινό δεν μπορεί να αγοράσει, γιατί δεν έχει επαρκές εισόδημα (από ανεργία ή άλλη αιτία). Συνέπεια της κρίσης για τις βιομηχανίες είναι ότι μειώνουν την παραγωγή. Αυτό σημαίνει ότι χρειάζονται λιγότερο προσωπικό, λιγότερες πρώτες ύλες, λιγότερα μεταφορικά μέσα. Συνέπεια άμεση: αύξηση της ανεργίας, άρα μείωση της αγοραστικής δύναμης άρα ο φαύλος κύκλος διευρύνεται και συνεχίζεται, εκτός αν επινοηθούν άλλοι τρόποι /δρόμοι εξόδου από τον κύκλο της οικονομικής κρίσης.

2.2)Παγκόσμια οικονομική ύφεση (αιτίες και αποτελέσματα)

Η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 2008 είναι το αποτέλεσμα που προκλήθηκε από τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση του 2007 σε τομείς της πραγματικής οικονομίας της διεθνούς κοινότητας.

Η πιστωτική κρίση από την έλλειψη ρευστότητας έγινε εμφανής στους χρηματιστηριακούς δείκτες των ανεπτυγμένων χωρών, ενώ πολλά χρηματιστήρια παρέμειναν κλειστά λόγω των μεγάλων απωλειών από τις πωλήσεις των επενδυτών.

Σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας επλήγησαν, όπως ο τραπεζικός, ο ασφαλιστικός, ο κτηματομεσιτικός, οι αυτοκινητοβιομηχανίες, το εμπόριο και άλλοι, με άμεσα αποτελέσματα στα οικονομικά μεγέθη των οικονομιών, όπως αύξηση της ανεργίας, νέες πληθωριστικές πιέσεις, υποτίμηση νομισμάτων κ.α. Σύμφωνα με αναλυτές, η κατάσταση της οικονομικής ύφεσης προσομοιάζει με την παγκόσμια οικονομική ύφεση του 1929, με τους ρυθμούς ανάπτυξης να υποχωρούν και τα δημοσιονομικά των χωρών να εκτίθενται στο ενδεχόμενο εκτροπής.

Την λεγόμενη "Μαύρη Παρασκευή", στις 24 Οκτωβρίου 2008, σημειώθηκαν απώλειες \$ 3,2 τρις στην Ευρασία, ενώ ξένοι επενδυτές έσπευσαν σε μαζικές ρευστοποιήσεις στην Ελλάδα. Ο Γενικός Χρηματιστηριακός Δείκτης των Αθηνών έπεσε κάτω από τις 1.800 μονάδες, στα χαμηλότερα επίπεδα από το 1989, παρά τα πραγματικά κέρδη που εμφάνιζαν οι ελληνικές τράπεζες και επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα σημειώθηκαν απώλειες 24 δισ. ευρώ στο δεύτερο εξάμηνο του 2008, μέσα σε 24 μέρες. (*"Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό"* 2009, www.epistimonikomarketing.gr)

Η κρίση έγινε σύντομα εμφανής σε μεγέθη της πραγματικής ελληνικής οικονομίας. Τα έσοδα του κράτους ανήλθαν στα 39,2 δισ. ευρώ, έναντι στόχου 41,6 δισ. ευρώ, ενώ στην Ελλάδα σημειώθηκαν οι μεγαλύτερες απώλειες βιομηχανικών παραγγελιών στην Ευρωζώνη, ύψους 10%, τη στιγμή που εμφανίστηκαν απώλειες 7% στη Γαλλία. Αναλυτές προβλέπουν μείωση της κατανάλωσης, των εξαγωγών και της παραγωγικής δραστηριότητας, ενώ οι κατασκευές παραμένουν παγωμένες. Απαισιόδοξες ήταν οι προβλέψεις του οικονομικού Τύπου και για τα ποσοστά της ανεργίας στον κόσμο.

Όλα αυτά προκάλεσαν αναθεωρήσεις όλων των κρατικών προϋπολογισμών και, ως αποτέλεσμα, οι ηγέτες της ΕΕ απαίτησαν χαλάρωση του Συμφώνου σταθερότητας, προσαρμόζοντάς το στις δυσμενείς συνθήκες (για παράδειγμα, μη υπολογισμός των δημοσίων επενδύσεων στο έλλειμμα), χωρίς όμως το μαζικό αυτό αίτημα να γίνει ποτέ δεκτό.

Η σημερινή κρίση ξεκίνησε από την ταυτόχρονη συνύπαρξη των ακόλουθων τριών παραγόντων (*"Η ελληνική οικονομία και η απασχόληση"*, Ετήσια έκθεση ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, 2008) :

- Η φούσκα στις τιμές των ακινήτων σε πολλές περιοχές των ΗΠΑ, η οποία διευκόλυνε την υπέρ-κατανάλωση, με αποτέλεσμα την υπέρ-θέρμανση της οικονομίας και την αύξηση του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών, όπως πολλές φορές συμβαίνει σε παρόμοιες κρίσεις.
- Η ραγδαία εξάπλωση στεγαστικών δανείων υψηλού κινδύνου, από 9% των συνολικών στεγαστικών το 2003 σε 24% το 2007, δηλαδή μια αχαλίνωτη πιστωτική επέκταση σε κατηγορίες νοικοκυριών που υπό κανονικές συνθήκες δεν θα έπρεπε να έχουν δανειοδοτηθεί. Οι τράπεζες παρείχαν δάνεια με μόνη εγγύηση την αναμενόμενη αύξηση στην τιμή της κατοικίας, ενώ διευκόλυναν τα νοικοκυριά με ελκυστικά χαμηλά επιτόκια στα πρώτα χρόνια, τα οποία όμως θα αναπροσαρμόζονταν στη συνέχεια. Πολλές φορές οι τράπεζες αναλάμβαναν να πληρώσουν το δάνειο του νοικοκυριού από άλλη τράπεζα, επειδή το νοικοκυριό είχε πρόβλημα αποπληρωμής.
- Η μεταφορά του ρίσκου από τους ισολογισμούς των τραπεζών στο κοινό και τους επενδυτές μέσω τιτλοποιήσεων, πολλοί από τους οποίους αγνοούσαν το ύψος του κινδύνου και υπήρξαν επιρρεπείς στις τότε υψηλές αποδόσεις. Η μεταφορά αυτή του ρίσκου επέτρεπε στις τράπεζες να δανείζουν άφοβα σε μη φερέγγυους δανειολήπτες και στη συνέχεια να αποκτούν ρευστότητα για επιπλέον δανειοδοτήσεις, χωρίς να χρειάζεται να βρουν νέους καταθέτες.

Η οικονομική κρίση οδηγεί σε επισφαλή εργασία, ανεργία, και τελικά φτώχεια που οδηγούν στον κοινωνικό αποκλεισμό όλο και περισσότερων ομάδων πράγμα που αποτελεί πηγή για διάφορες ψυχικές διαταραχές. Η ανεργία σχετίζεται επίσης με αύξηση της ημερήσιας κατανάλωσης αλκοόλ, αύξηση στις αυτοκτονίες, στην ενδοοικογενειακή βία, αλλά και μείωση των θανάτων από τροχαία κατά 1,4%. Ειδικότερα η φτώχεια σχετίζεται με την εμφάνιση ασθενειών καθώς τα άτομα αναγκάζονται να διαβιώνουν σε υποβαθμισμένο περιβάλλον, να τρέφονται ανεπαρκώς και να εργάζονται σε επικίνδυνα και ανθυγιεινά περιβάλλοντα.

Τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης ήταν ορατά ήδη από το 2008. Κατά το 2008, οι καθαρές συνολικές επενδύσεις υποχώρησαν στο 8% περίπου του ΑΕΠ, δηλαδή κατά 4,5 εκατοστιαίες μονάδες έναντι του 2007. Αυτό σηματοδοτεί αφενός τη συρρίκνωση των εισοδημάτων και αφετέρου την αναβολή της υλοποίησης των επενδυτικών σχεδίων του ιδιωτικού τομέα ενόψει της μείωσης της ζήτησης που χαρακτηρίζει την οικονομική κρίση. Επιπλέον η κάμψη των επενδύσεων αντικατοπτρίζει τις δυσκολίες πρόσβασης στον δανεισμό που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Κατά την πρώτη περίοδο της κρίσης, μέχρι τα μέσα του 2009, όταν οξυνόταν η κρίση των τραπεζών, όλες οι κυβερνήσεις των αναπτυσσόμενων καπιταλιστικών χωρών χρηματοδότησαν τη διάσωση του χρηματοπιστωτικού συστήματος, με αποτέλεσμα τη μεγάλη διόγκωση του δημοσιονομικού ελλείμματος και του δημόσιου χρέους. (Πηγή Wikipedia "Τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης")

2.3) Οικονομική κρίση στην Ελλάδα

Για πρώτη φορά η Ελλάδα βρίσκεται στη δίνη μιας διεθνούς οικονομικής κρίσης. Διανύουμε μια δύσκολη εποχή. Η διεθνής κοινότητα αντιμετωπίζει σήμερα την πιο μεγάλη οικονομική σήμερα της μεταπολεμικής περιόδου. Ο πληθωρισμός της ευρωζώνης υπερδιπλασιάστηκε. Η ακρίβεια εξελίχθηκε σε μείζον κοινωνικό πρόβλημα για όλες τις χώρες. Η ανεργία απειλεί σοβαρά τις κοινωνίες. Οι ρυθμοί ανάπτυξης της Ε.Ε. έπεσαν στο μισό. Η χρηματοοικονομική κρίση έφτασε στην καρδιά της Ευρώπης και χρηματοοικονομικοί οργανισμοί κλονίζονται. Κάποιοι έχασαν κάθε επαφή με τη διεθνή πραγματικότητα και ισχυρίζονται ότι για όλα φταίει η Ελληνική Κυβέρνηση. Η οικονομία δεν αποτελεί μεμονωμένη υπόθεση. Είναι συνδεδεμένη με την πολιτική, με την ανθρώπινη φύση και με το τι θεωρείται ορθή συμπεριφορά. Σήμερα, η τρέχουσα οικονομική κρίση ξεπερνά τα διαθέσιμα μέσα και δύσκολα μπορεί να υπάρξει λύση από τις αγορές και από το κράτος ξεχωριστά. (<http://el.wikibooks.org/> "Οικονομική κρίση-αιτίες και αποτελέσματα-Η περίπτωση της Ελλάδας")

Τα πραγματικά όμως προβλήματα της κρίσης τα οποία επεκτάθηκαν και στο σύνολο των πολιτών, είναι η άνοδος των επιτοκίων, η δύσκολη λήψη δανείων, η άνοδος των τιμών των εμπορευμάτων και των καυσίμων που επέφεραν ακρίβεια και τη μείωση

της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών. Δημιουργήθηκε πτώση των καταναλωτικών δαπανών, άρα και πτώση των κύκλων των εργασιών. Η ελληνική οικονομία, πρώτη φορά μετά από δεκαέξι χρόνια, βρίσκεται παγιδευμένη ανάμεσα στην οικονομική ύφεση και τη δημοσιονομική κατάρρευση.

Έτσι, σύμφωνα με την ΕΣΥΕ, το πρώτο τρίμηνο του 2009 χάθηκαν 70.000 θέσεις εργασίας, ενώ, παρά τα 28 δισ. ευρώ που δόθηκαν στις τράπεζες, η ρευστότητα δεν πέρασε στις επιχειρήσεις. Οι σφραγισμένες επιταγές έχουν ξεπεράσει τα 1,7 δισ. ευρώ (<http://el.wikibooks.org/> "Οικονομική κρίση-αιτίες και αποτελέσματα-Η περίπτωση της Ελλάδας").

Τελικά, το μόνο που πετυχαίνουν τα μέτρα της κυβέρνησης είναι να βαθαίνουν την ύφεση και να επιδεινώνουν τη δημοσιονομική κρίση. Έτσι, η ανάπτυξη φέτος θα είναι αρνητική πρώτη φορά από το 1993, ενώ το έλλειμμα θα διαμορφωθεί κοντά στο 6% του ΑΕΠ, έναντι στόχου 3,7% και ο δημόσιος δανεισμός θα ξεπεράσει τα 60 δισ. ευρώ, έναντι στόχου 42 δισ. ευρώ (Υπουργείο Οικονομικών, 2010 "Οικονομικές εξέλιξης του 2009 και προοπτικές για το 2010").

Κεφ.3-Οικονομική κρίση και ελληνικός τουρισμός

3.1)Επιδράσεις οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό

Όπως αναφέραμε παραπάνω ο τουρισμός είναι μία από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες στη Ελλάδα. Η σημασία του γίνεται ακόμα μεγαλύτερη αν αναλογιστούμε την καταλυτική συμβολή στην περιφερειακή ανάπτυξη κ στη δημιουργία απασχόλησης. Με τα προϋπάρχοντα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα και με την οικονομικά δυσμενή κατάσταση που επικρατεί σε όλο τον κόσμο, είναι επόμενο ο τομέας του τουρισμού να δεχθεί πολύ ισχυρό πλήγμα.

Δυστυχώς, σύμφωνα με το άρθρο του Νίκου Σκουλά “Οι Επιπτώσεις της Οικονομικής Κρίσης στον Τουρισμό ” το 2008, οι αναπτυγμένες χώρες προέλευσης, παραδοσιακά, του ελληνικού τουρισμού (Γερμανοί και Βρετανοί αποτελούν το ήμισυ των τουριστικών μας αφίξεων), βρίσκονται στο επίκεντρο της οικονομικής κρίσης με καλπάζουσα ανεργία, συρρίκνωση εισοδημάτων και πολύ υψηλό δείκτη ανασφάλειας και αβεβαιότητας των κατοίκων τους.

Αλλά και, προ παντός, γιατί η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα και οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του «διακριτικού» (discretionary) εισοδήματος.

Παρότι δεν έχουν γίνει σοβαρές έρευνες στο marketing του τουρισμού, είναι περίπου αυτονόητο ότι η ελαστικότητα της ζήτησης για διακοπές και ψυχαγωγία αυξάνεται όσο χαμηλότερα είναι τα εισοδήματα του νοικοκυριού.

Ουσιαστικά, η πλούσια, οικονομικά ανεξάρτητη οικογένεια, ακόμα και σε ημέρες κρίσης, πιθανότατα δεν θα στερηθεί τις διακοπές της σε εγκαταστάσεις πολυτελείας. Η φτωχή οικογένεια, πιθανότατα, θα τις αναβάλει ή θα μειώσει τη διάρκεια και τη δαπάνη της. Αυτό ισχύει, παρά το γεγονός ότι, τα τελευταία χρόνια, η ανάγκη για διακοπές καθιστά την τουριστική ζήτηση όλο και πιο ανελαστική. Η ανελαστικότητα όμως αυτή δεν έχει δοκιμαστεί σε συνθήκες παγκόσμιας κρίσης αυτού του μεγέθους.

Η έρευνα αγοράς στον τουρισμό, συνήθως εξετάζει τον ανταγωνισμό, αποκλειστικά εντός κατηγοριών τουριστικών προϊόντων. Σπάνια όμως εισέρχεται στον πυρήνα του ανταγωνισμού μεταξύ τουριστικών και άλλων κατηγοριών προϊόντων, αναζητώντας απάντηση στο ερώτημα: με δεδομένες ποικίλες εναλλακτικές επιλογές, πώς μπορεί ο τουρισμός να διεκδικήσει μεγαλύτερο μερίδιο της επιλεκτικής δαπάνης ενός νοικοκυριού με περιορισμένους οικονομικούς πόρους;

Κατά κανόνα, στις μη επιλεκτικές δαπάνες (η ζήτηση είναι ανελαστική) στον προϋπολογισμό ενός συνήθους νοικοκυριού περιλαμβάνονται οι δαπάνες για

προϊόντα και υπηρεσίες πρώτης ανάγκης όπως στέγης (ενοίκιο ή στεγαστικό), τρόφιμα, νερό, ΔΕΗ, ΟΤΕ, δαπάνες συντήρησης του σπιτιού, βασική ένδυση και υπόδηση, πετρέλαιο θέρμανσης και βενζίνη.

Οι επιλεκτικές δαπάνες (discretionary spending) αφορούν σε μη βασικές ή μη-επείγουσες ανάγκες όπως ανακαίνιση του σπιτιού, επενδύσεις και αποταμίευση, διακοπές ή αγορά ειδών πολυτελείας όπως π.χ. τηλεόραση plasma, home cinema, επώνυμα ενδύματα και αξεσουάρ ή κοσμήματα.

Σύμφωνα με την ημερίδα του καθηγητή Σ.Βαρβαρέσου "Διεθνής οικονομική κρίση και Τουρισμός" (1991) με την μείωση κατά 11,2% του αριθμού των διεθνών τουριστών σηματοδοτείται η έναρξη της κρίσης του ελληνικού τουρισμού. Όλοι οι παραδοσιακοί δείκτες μειώνονται. Η λέξη "κρίση" αρχίζει να διαχέεται από τα Μ.Μ.Ε και τους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα. Ωστόσο ελάχιστες ήσαν οι αναφορές στην πραγματική χροιά της κρίσης, ενώ απουσιάζει η εμπειριστατωμένη άποψη των εθνικών τουριστικών φορέων και οργανισμών.

Ορισμένοι προβάλλουν την ιδέα μίας αρνητικής και περαστικής συγκυρίας. Άλλοι πιο προβληματισμένοι καταγράφουν τις δομικές αδυναμίες ενός συστήματος και αμφισβητούν την αρμονική σχέση που διέπει τουρισμό και οικονομική ανάπτυξη.

Μέσα από μία σειρά αναλύσεων προκύπτει ότι η ελληνική τουριστική κρίση παρουσιάζει ταυτόχρονα έναν χαρακτήρα συγκυριακό και δομικό.

Τελικά πέρα από μία γενικότερη κρίση του ελληνικού τουρισμού, η διαχρονική χειροτέρευση του υιοθετημένου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, ανταποκρίνεται σε μία κρίση του μοντέλου των 4S.

Κατά την διάρκεια της ανάπτυξης του ποσοτικού μοντέλου που εφαρμόστηκε στην Ελλάδα, διακρίνονται τέσσερις διαφορετικοί περίοδοι μεταξύ 1950 και 2008, σχετικά με τις αυξητικές τάσεις του διεθνούς τουρισμού και τις φάσεις του κύκλου ζωής του προϊόντος.

Η πρώτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1950-1970 και αντιπροσωπεύει την φάση της εισαγωγής/ανάπτυξης.

Η δεύτερη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1971-1980 και αντιπροσωπεύει την φάση της σταθεροποίησης.

Η τρίτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1981-1990 και αντιπροσωπεύει μία φάση αβεβαιότητας.

Η τέταρτη περίοδος αφορά την χρονική περίοδο 1991-2008 που αντιπροσωπεύει μία φάση ωριμότητας-κορεσμού, συνοδευόμενης από ένα αβέβαιο διεθνές πολιτικό σκηνικό και μία διεθνή οικονομική κρίση.

Στατιστικά το φαινόμενο της μαζικοποίησης, στην περίπτωση του ελληνικού τουριστικού μοντέλου θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως μία αύξηση των αφίξεων. Φυσικά η αύξηση των αφίξεων των διεθνών τουριστικών ανάγεται σε μία σύνθετη διαδικασία εφόσον προϋποθέτει :

A. Μία αύξηση του αριθμού των τουριστών.

- B. Μία αντικατάσταση των τουριστών μεσαίων ή υψηλών εισοδηματικών κατηγοριών από τουρίστες χαμηλότερων κατηγοριών.

Έτσι καταγράφεται μία μείωση της κατανάλωσης του προϊόντος “ήλιος και θάλασσα”, η οποία δεν επηρεάζει ουσιαστικά την διαμόρφωση ενός ιδίου και αμετάβλητου προϊόντος. Κατόπιν τούτου διαπιστώνεται ότι η κρίση μπορεί να είναι περισσότερο γενικευμένη και πολυδιάστατη. Τίθεται όμως ένα πρώτο ερώτημα

Η κρίση αποτελεί μία γενική κρίση ;

Οι στατιστικές διαπιστώσεις δεν αποδεικνύονται επαρκείς για να διαγνώσουν την κρίση του τουριστικού τομέα. Μετά το 1990 και συγκεκριμένα την περίοδο 1990-1996 η στασιμότητα ή η επιβράδυνση/μείωση των τουριστικών αφίξεων δεν αντιπροσωπεύουν το πιο ανησυχητικό σημείο. Εκείνο το οποίο δημιουργεί πραγματική ανησυχία είναι η διακοπή της αναπτυξιακής τάσης που είχε καταγράψει έως τότε ο τουρισμός.

Άραγε αυτή η διακοπή της ανοδικής πορείας μπορεί να σχετίζεται με μία κρίση του ελληνικού τουρισμού ως απόρροια μίας διεθνούς τουριστικής κρίσης;

Η ελληνική τάση μεταξύ 1990 και 1991 ακολούθησε την διεθνή τάση, χωρίς συνέχεια ωστόσο για το επόμενο χρονικό διάστημα. Φυσικά μεταξύ τουριστικών αφίξεων και τουριστικών εισπράξεων παρατηρείται μία μείωση των δεύτερων, χωρίς ωστόσο να υπάρχει απόλυτη αντιστοίχιση μεταξύ τους.

Η περίπτωση του ελληνικού τουρισμού ανταποκρίνεται περισσότερο ή λιγότερο στο μοντέλο των 4S και υποδηλώνει προφανώς την σχετική ύπαρξη μίας κρίσης. Αυτή η κρίση αποδεικνύεται πολυδιάστατη και πολυεπίπεδη. Για να προβούμε σε αξιόπιστες διαπιστώσεις απαιτείται μία εις βάθος ανάλυση όπου θα λαμβάνονται υπόψη πολυάριθμες μεταβλητές. Ως εκ τούτου ο ελληνικός τουρισμός με έντονες χωρικές διαφοροποιήσεις, γνώρισε μία σύνθετη και πολυδιάστατη κρίση που οφείλεται :

- στην αρνητική συγκυρία που επηρέασε και τον τουρισμό
- στις διαρθρωτικές/δομικές αιτίες/αδυναμίες

Στα πλαίσια μίας σφαιρικής προσέγγισης, η οικονομική και πολιτική συγκυρία δεν αρκεί από μόνη της να αιτιολογήσει την κρίση και το μέγεθός της. Ως εκ τούτου θα πρέπει να προστεθεί στα παραπάνω και ένας αριθμός δομικών/διαρθρωτικών αιτιών που χαρακτηρίζονται ως πολυεπίπεδες. Αυτές είναι οι ακόλουθες τέσσερις :

- A. Οι “φυσικές αιτίες” ερμηνεύονται από τους τουριστικούς κύκλους και τις περιόδους ανάπτυξης και παρακμής ενός μοντέλου.
- B. Η Ελλάδα σταμάτησε να είναι μία “φθηνή χώρα υποδοχής τουριστών”

- Γ. Η εμφάνιση ανταγωνιστριών χωρών, οι οποίες προσφέρουν ένα τουριστικό προϊόν (οργανωμένα ταξίδια) παρόμοιο με εκείνο της Ελλάδας, αλλά σε μία καλύτερη σχέση ποιότητας-τιμής.
- Δ. Η μεγάλη εξάρτηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από έναν μικρό αριθμό χωρών προέλευσης και ιδίως από την γερμανική και βρετανική τουριστική αγορά. Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί ο μεγάλος βαθμός παρέμβασης των Τ.Ο στην εμπορευματοποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Οι ερμηνείες που προβάλλουν οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες όπως ο "Πόλεμος του Κόλπου" το 1991, ή η διεθνής οικονομική κρίση του 2007-2008, εν μέρει μόνον μπορούν να αιτιολογήσουν την κρίση του ελληνικού τουριστικού μοντέλου.

Σύμφωνα με το άρθρο του καθηγητή Ναπολέοντα Μαραβέγια "Οικονομική κρίση και τουριστική ανάπτυξη" στο enet.gr το 2010 έχει διαπιστωθεί ότι ο αριθμός των ξένων τουριστών αυξάνεται κάθε χρόνο, αλλά οι δαπάνες των τουριστών δεν αυξάνονται με τον ίδιο ρυθμό.

Στη σημερινή συγκυρία της παγκόσμιας κρίσης, το πρόβλημα εντοπίζεται και στη μείωση του αριθμού των ξένων τουριστών και στη μείωση της τουριστικής δαπάνης. Συνεπώς, η σχετική συζήτηση για τους τρόπους με τους οποίους θα αυξηθεί ο ποιοτικός τουρισμός και θα διευρυνθεί η τουριστική περίοδος αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Όμως, όπως συνήθως, περισσεύουν οι συζητήσεις, αλλά λείπουν οι συγκεκριμένες δημόσιες πολιτικές και οι ιδιωτικές συμπεριφορές που θα μπορούσαν να προσφέρουν λύσεις στο διαπιστωμένο πρόβλημα.

Υπάρχει ένα μεγάλο ζήτημα που θα έπρεπε να αποκτήσει προτεραιότητα στην τουριστική πολιτική και βέβαια στην καθημερινή πρακτική των ασχολούμενων με τον τουρισμό στη χώρα μας, πέρα από την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών, που βελτιώνονται σταδιακά. Το ζήτημα αυτό αφορά τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, ώστε να μην μπορεί να ομογενοποιηθεί και να συρρικνωθεί στο δίπτυχο ήλιος και θάλασσα, χωρίς αναφορά στον τόπο και στον πολιτισμό του. Ήλιος και θάλασσα υπάρχουν σε αφθονία σε πολλές περιοχές του κόσμου και ειδικά της Μεσογείου. Για τον μαζικό τουρισμό, συνεπώς, το κριτήριο επιλογής είναι κυρίως το κόστος με παρόμοια ποιότητα υπηρεσιών.

Είναι προφανές ότι η χώρα μας δεν μπορεί να έχει φθηνότερες τιμές από τις άλλες μεσογειακές χώρες που δεν ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ η ποιότητα των υπηρεσιών δεν είναι πάντοτε καλύτερη. Έτσι, η προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή η ανάδειξη της μοναδικότητάς του είναι απόλυτα αναγκαία. Η μοναδικότητα προκύπτει από την άρρηκτη σύνδεση του τουρισμού με τον τόπο και τον πολιτισμό του, δηλαδή με την τοπική μουσική, το τοπικό φαγητό, τα τοπικά έθιμα, την τοπική θρησκευτική παράδοση, τη συμπεριφορά των κατοίκων κ.ά.

Στο ζήτημα αυτό υπάρχει τεράστια δυσκολία, γιατί απαιτεί μια εντελώς διαφορετική αντίληψη για τον τρόπο ζωής και την αναζήτηση της ποιότητας στην καθημερινότητά μας. Η προχειρότητα, η ευκολία, η ελάχιστη προσπάθεια, η αδηφάγία στην αναζήτηση του κέρδους κ.λπ. χαρακτηρίζουν συχνά όλες σχεδόν τις εκφράσεις του πολιτισμού μας, όπως τη μουσική, το φαγητό, την αρχιτεκτονική, την πολεοδόμηση, την προστασία του τοπίου και γενικότερα του περιβάλλοντος.

Η κατάσταση αυτή οξύνεται στις τουριστικές περιοχές αρκετών νησιών μας και κυρίως των παραλίων της ηπειρωτικής Ελλάδας. Η ανυπαρξία κάποιας αστικής παράδοσης σε πολλές περιοχές της χώρας, οι οποίες από καθαρά αγροτικές αναπτύχθηκαν τουριστικά πολύ γρήγορα, επιδεινώνει την κατάσταση. Ο χώρος αντιμετωπίζεται ως αντικείμενο στυγνής κερδοσκοπίας, ενώ η αλλοίωση του φυσικού τοπίου και η καταστροφή του περιβάλλοντος είναι συχνά ανεπανόρθωτη. Το κράτος με τις υπηρεσίες του, οι νομαρχιακές και δημοτικές αρχές θα έπρεπε να έχουν παρέμβει πριν από χρόνια για να περιορίσουν την αυθαιρεσία και τα περίφημα «ελληνουργήματα» σε όλες τις εκφράσεις του πολιτισμού μας και ταυτόχρονα να ενθαρρύνουν τις ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες.

Πιθανώς, η οικονομική κρίση, η οποία περιορίζει την αφθονία του μαζικού τουρισμού, να ωθήσει τόσο την τουριστική πολιτική των δημόσιων αρχών όσο και τις συμπεριφορές των ασχολούμενων με τον τουρισμό προς μια περισσότερο βιώσιμη αντιμετώπιση του ελληνικού χώρου, προσδίδοντας πολιτιστική μοναδικότητα στο τουριστικό προϊόν, προκειμένου να αναπτυχθεί ποιοτικός τουρισμός και να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος.

Σημαντικός παράγοντας για τον ρυθμό κρατήσεων και αγοράς τουριστικών πακέτων με προορισμό την Ελλάδα είναι και η αρνητική δημοσιότητα που έχει λάβει η χώρα μας από τα διεθνή μέσα ενημέρωσης και που σχετίζονται με τις δυσχερείς οικονομικές συνθήκες, την αβεβαιότητα που επικρατεί σχετικά με την παραμονή της χώρας στο ευρώ, αλλά και την αστάθεια με τις υπάρχουσες πολιτικές συνθήκες, και επιπρόσθετα τις φήμες για ένα άντι-γερμανικό αίσθημα που διακατέχει τον Ελληνικό λαό, που καλλιεργεί μερίδα του διεθνούς τύπου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η σημαντικότερη επίδραση, με πτώση 6 ποσοστιαίων μονάδων στα κέρδη από τις κρατήσεις της Γερμανίας, και 3,9 από την αγορά της Ολλανδίας που έγιναν την περίοδο του Φεβρουαρίου, ένα μήνα που αποτελεί κατεξοχήν μήνα κρατήσεων για τις παραπάνω χώρες, ενώ παράλληλα στιγματίστηκε και από τις έντονες διαμαρτυρίες στο κέντρο της Αθήνα.

3.2)Επιδράσεις οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πρόσφατης έρευνας της **GfK Travel Insights** “Οικονομική κρίση και Τουρισμός στην Ελλάδα” η κατάσταση στον Ελληνικό Τουρισμό που για το 2011 είχε αρκετά θετική επίδοση, προμηνυόταν δυσοίωνα για το 2012, με βάση τις κρατήσεις από το πρώτο τετράμηνο του 2012 ενώ το 2013 είχε σημαντική άνοδο.

Για την Ελληνική τουριστική αγορά, που βασίζεται σχεδόν αποκλειστικά στους καλοκαιρινούς μήνες, σε σχέση με άλλες γειτονικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, παρατηρείται ότι οι δύο σημαντικότερες τουριστικές αγορές της Ευρώπης παρουσιάζουν σημαντική μείωση ως προς την επιλογή της Ελλάδας σαν τον τόπο προορισμού για τις καλοκαιρινές διακοπές τους. Αυτές οι χώρες είναι η Γερμανία και η Ολλανδία, ενώ σημειώνουν σημαντική αύξηση στα κέρδη για τα πακέτα στις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου (Γερμανία 5%, Ολλανδία 2.3%), για την Ελλάδα αναμένεται μείωση -27,4% για τα έσοδα από την Γερμανία (-135.000 τουρίστες) και - 13,7% για τα έσοδα από την Ολλανδία (- 37.000 τουρίστες).

Ο ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες και συγκεκριμένα από την Τουρκία, και των χωρών της Β. Αφρικής, οι οποίες φαίνεται ότι ξεπερνούν τις κοινωνικές αναταραχές της περυσινής χρονιάς, αποτελούν τους πιο σοβαρούς αλλά και ευδιάκριτους λόγους της μείωσης της τουριστικής προσέλευσης.

- Διπλάσιοι Γερμανοί αναμένεται να επισκεφτούν αυτό το καλοκαίρι την Τουρκία, ενώ για την Ολλανδία η αύξηση αυτή κυμαίνεται σε μονοψήφιο ποσοστό.

Σημαντική παράμετρος είναι η αύξηση της μέσης τιμής πώλησης των τουριστικών πακέτων διακοπών για την Τουρκία τόσο στην Γερμανική όσο και στην Ολλανδική αγορά.

- Πάνω από 200.000 Γερμανοί τουρίστες (21,9% αύξηση) αναμένονται να επισκεφτούν την Αίγυπτο τους προσεχείς καλοκαιρινούς μήνες σύμφωνα με την GfK Travel Insights.

- 50.000 Ολλανδοί (14.5% αύξηση), μόνο για τους καλοκαιρινούς μήνες θα επισκεφτούν επίσης την Αίγυπτο.

- Για την Τυνησία επίσης η αύξηση των κρατήσεων για το 2012 πλησιάζει στο 50% για την Γερμανία ενώ για την Ολλανδία η αύξηση θα πλησιάσει το 100% , καθώς παραμένει ένας πιο ανταγωνιστικός προορισμός από άποψη κόστους.

Αντίθετα παρατηρείται σημαντική αύξηση της μέσης τιμής των τουριστικών πακέτων για την Αίγυπτο, παρόλο που η διάρκεια της διαμονής έχει μειωθεί δραστικά και για τις δυο χώρες.



3.3)

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ

Κίνηση Αερολιμένων

ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ "ΝΙΚΟΣ ΚΑΖΑΝΤΖΑΚΗΣ"

ΑΠΟ 01-01-11 ΕΩΣ 31-12-11

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΗΣΗΣ	ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ		Ε Π Ι Β Α Τ Ε Σ	
	Αφξ- Αν	Αφιχθέντες	Αναχωρούντες	Διερχόμενοι
I ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ				
1. Εσωτερικού				
Ολυμπιακής	4822	160495	169714	
Άλλων Ελληνικών Εταιρειών	8729	284969	296077	155
Ξένων Εταιρειών	358	8263	9123	107
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	13909	453727	474914	262
2. Εξωτερικού				
Ολυμπιακής				
Άλλων Ελληνικών Εταιρειών	3982	259022	265455	5427
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛ/ΚΩΝ ΕΤΑΙ/Ν	3982	259022	265455	5427
Ξένων Εταιρειών				
α) Τακτική	2490	167067	164689	7172
β) Έκτακτη	8	29		17
γ) Μη Τακτική	22665	1747514	1760974	33706
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΞΕΝΩΝ ΕΤΑΙΡ/Ν	25163	1914610	1925663	40895
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	29145	2173632	2191118	46322



ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ Κίνηση Αερολιμένων
 ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ "ΝΙΚΟΣ ΚΑΖΑΝΤΖΑΚΗΣ"
 ΑΠΟ 01-01-12 ΕΩΣ 31-12-12
 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΗΣΗΣ	ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ		ΕΠΙΒΑΤΕΣ	
	Αφξ-Ανχ	Αφιχθέντες	Αναχωρούντες	Διερχόμενοι
I ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ				
1. Εσωτερικού				
Ολυμπιακής	4116	133712	140460	
Άλλων Ελληνικών Εταιρειών	6739	250995	262102	21
Ξένων Εταιρειών	1084	29477	31202	158
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	11939	414184	433764	179
2. Εξωτερικού				
Ολυμπιακής	172	10249	9898	
Άλλων Ελληνικών Εταιρειών	3933	279287	282191	2107
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛ/ΚΩΝ ΕΤΑΙ/Ν	4105	289536	292089	2107
Ξένων Εταιρειών				
α) Τακτική	2692	185552	185498	4786
β) Έκτακτη	8	34	26	
γ) Μη Τακτική	21499	1658048	1663969	53576
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΞΕΝΩΝ ΕΤΑΙΡ/Ν	24199	1843634	1849493	58362
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	28304	2133170	2141582	60469



ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ Κίνηση Αερολιμένων
 ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑΣ "ΝΙΚΟΣ ΚΑΖΑΝΤΖΑΚΗΣ"
 ΑΠΟ 01-01-13 ΕΩΣ 31-12-13
 ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΗΣΗΣ	ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ		Ε Π Ι Β Α Τ Ε Σ	
	Αφξ- Ανχ	Αφιχθέντες	Αναχωρούντες	Διερχόμενοι
I ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ				
1. Εσωτερικού				
Ολυμπιακής	1534	45837	45618	24
Άλλων Ελληνικών Εταιρειών	7257	298344	316681	37
Ξένων Εταιρειών	2241	82137	83490	504
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	11032	426318	445789	565
2. Εξωτερικού				
Ολυμπιακής				
Άλλων Ελληνικών Εταιρειών	5147	398320	399688	802
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΛ/ΚΩΝ ΕΤΑΙ/Ν	5147	398320	399688	802
Ξένων Εταιρειών				
α) Τακτική	2581	188777	186101	1402
β) Έκτακτη	10	32	62	
γ) Μη Τακτική	24195	1910135	1920267	38396
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΞΕΝΩΝ ΕΤΑΙΡ/Ν	26786	2098944	2106430	39798
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	31933	2497264	2506118	40600

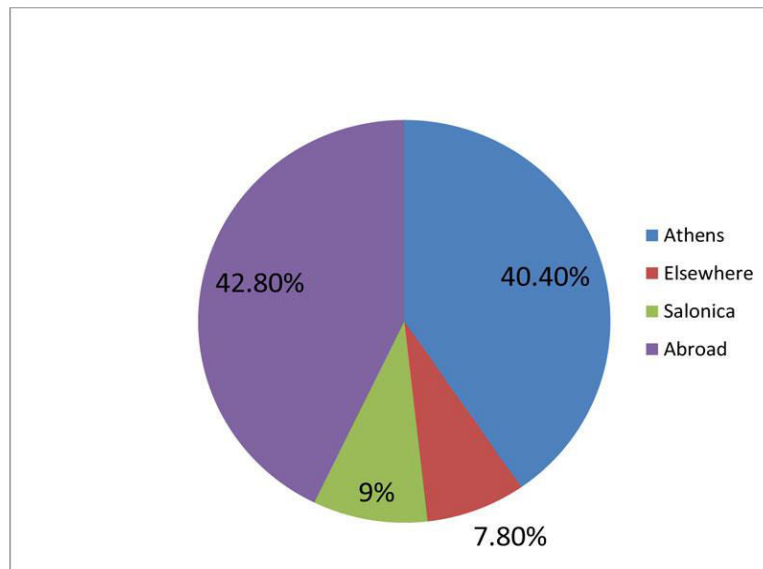
Οι παραπάνω πίνακες είναι αντιπροσωπευτικό δείγμα της κατάστασης του τουρισμού μετά την οικονομική κρίση. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της ΥΠΑ παρατηρούμε ότι το 2011 οι αφιχθέντες από το εξωτερικό ήταν 2.173.632 άτομα, αριθμός που μειώθηκε σε 2.133.170 ενώ οι ταξιδιώτες του εσωτερικού από 453.727 το 2011 μειώθηκαν σε 414.184 το 2012. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι ο κύριος λόγος αυτής της μείωσης είναι η αρνητική

επιρροή της οικονομικής κρίσης που χτύπησε τη χώρα μας και όχι μόνο. Αντίθετα το 2013 παρατηρήσαμε αύξηση και κυρίως στους αφιχθέντες από το εξωτερικό πράγμα που σημαίνει ότι η χώρα μας κερδίζει ξανά την εμπιστοσύνη των ξένων ως τουριστικός προορισμός και ότι όλη αυτή η δυσφήμιση που είχε αποκτήσει λόγω της κατάστασης της η Ελλάδα, καταλαγιάζει.

Κεφ.4-ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

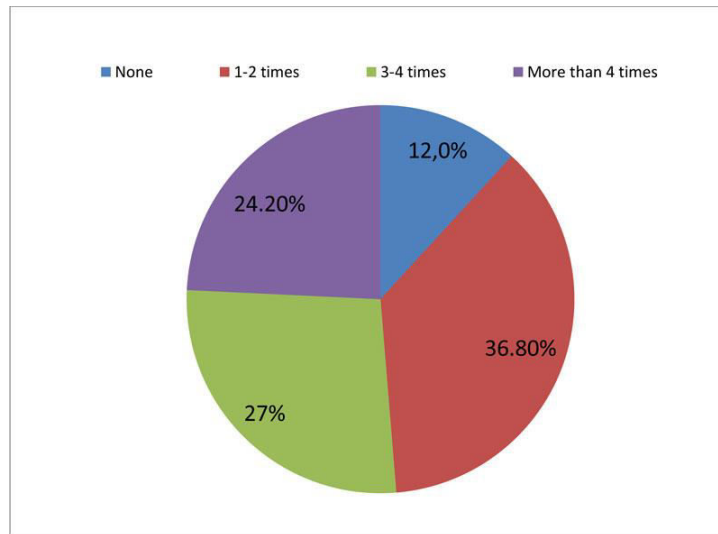
4.1)Σ' αυτή την ενότητα θα περάσουμε στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας μας. Αφού συγκεντρώσαμε όλες τις απαντήσεις και βγάλαμε τα ποσοστά επί τοις εκατό, δημιουργήσαμε τους πίνακες σε μορφή πίτας ώστε να είναι πιο ξεκάθαρα και κατανοητά τα αποτελέσματά μας. Κάθε απάντηση εμφανίζεται με διαφορετικό χρώμα πάνω στην πίτα ώστε να είναι πιο ξεκάθαρη η εικόνα και από κάτω ακολουθεί ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων.

1)Ποιος είναι ο προορισμός σας?



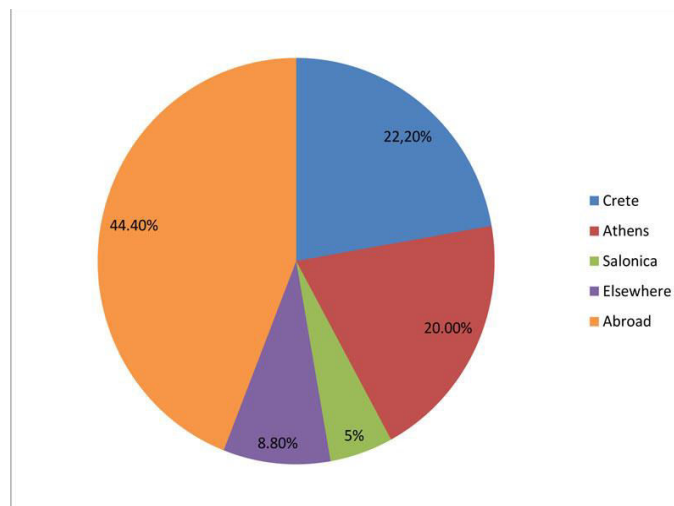
Στην ερώτηση “ποιος είναι ο προορισμός σας” παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία (42,8%) έχει ως προορισμό το εξωτερικό ενώ το 40,40% του δείγματος ταξιδεύει για την Αθήνα. Λιγότερο από ένας στους δέκα ερωτηθέντες ταξιδεύουν για Θεσσαλονίκη ενώ μόλις το 7,8% έχουν ως τελικό προορισμό κάποιο άλλο μέρος της Ελλάδας.

2) Πόσο συχνά ταξιδέψατε το περασμένο έτος(2011)?



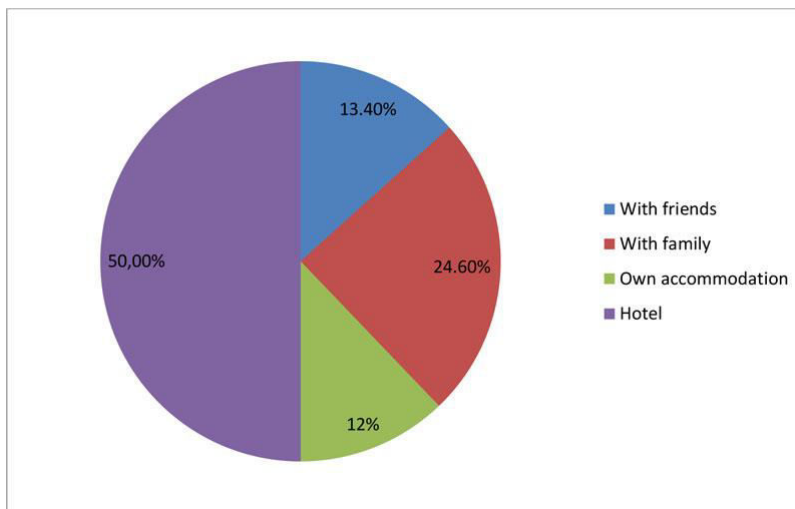
Βάσει του δείγματος μας στην ερώτηση “Πόσο συχνά ταξιδέψατε πέρυσι (2011)?” το 36,80% απάντησε ότι ταξίδεψε 1-2 φορές ενώ το 27% 3-4 φορές. Περίπου ένας στους τέσσερις ερωτηθέντες ταξίδεψε πάνω από 4 φορές ενώ μόλις το 12% δεν πραγματοποίησε κανένα ταξίδι μέσα στο 2011.

3) Σε ποιο μέρος τελειώνει το ταξίδι σας?



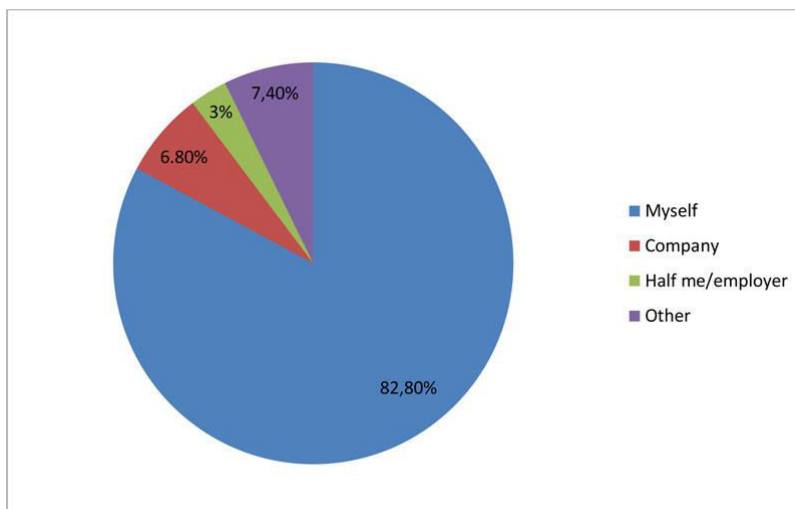
Όπως βλέπουμε στο διάγραμμα το 44.40% απάντησε ότι το ταξίδι του τελειώνει στο εξωτερικό η κατοικία τους δηλαδή(μόνιμη η προσωρινή) είναι εκτός Ελλάδος. Το 22,20% θα επιστρέψει στη Κρήτη ενώ για 2 στους 10 ταξιδιώτες το ταξίδι σταματάει στη Αθήνα. Για το 8,80% του δείγματος το ταξίδι τελειώνει σε άλλες περιοχές της χώρας μας ενώ μόλις το 5% θα καταλήξει στη Θεσσαλονίκη.

4) Που μείνατε σε αυτό το ταξίδι σας?



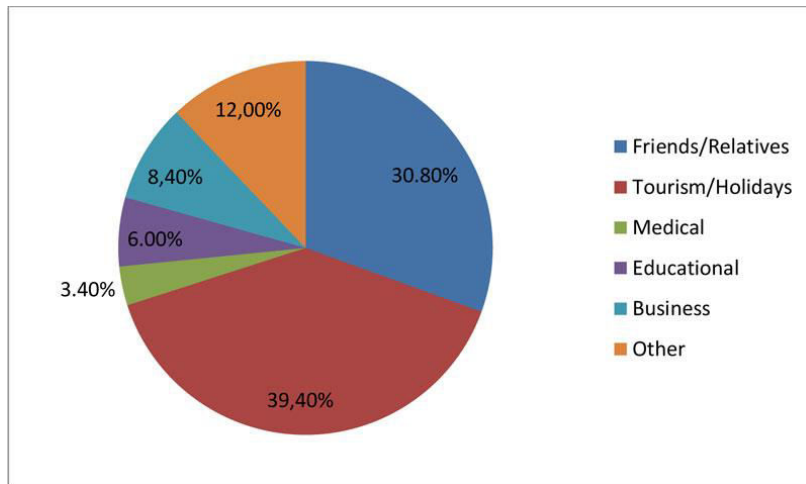
Το 50% του δείγματος μας, έμεινε σε ξενοδοχειακό κατάλυμα ενώ το 26% σε σπίτι του οικογενειακού του περιβάλλοντος. Το 13,40% έμεινε σε φιλικό σπίτι ενώ το 12% σε δικιά του κατοικία.

5) Ποιος πληρώνει για αυτό το ταξίδι?



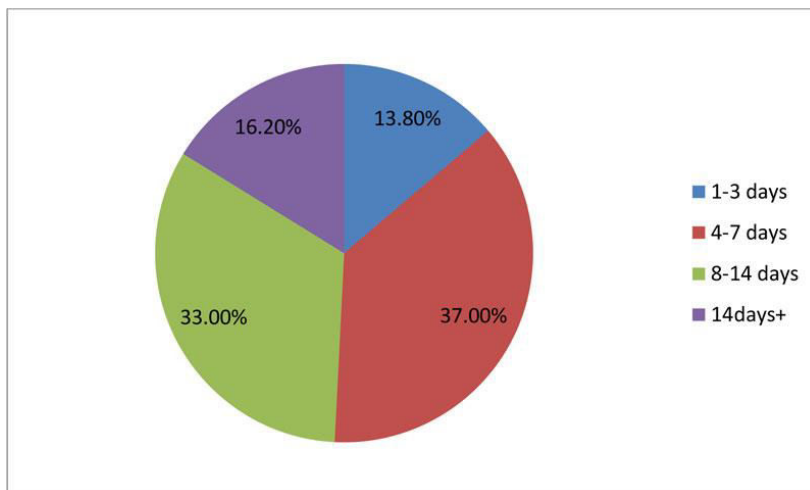
Η συντριπτική πλειοψηφία (82,80%) δήλωσε ότι πληρώνουν μόνοι τους το ταξίδι. Μόλις το 6,80% δήλωσε ότι τα έξοδα καλύπτονται από τον εργοδότη και το 7,40% μισά από τους ίδιους και μισό από τον εργοδότη. Μόλις 3 στους 100 ερωτηθέντες είπαν ότι το ταξίδι τους πληρώνεται από άλλους παράγοντες.

6) Ποιος ήταν ο σκοπός αυτού του ταξιδιού?



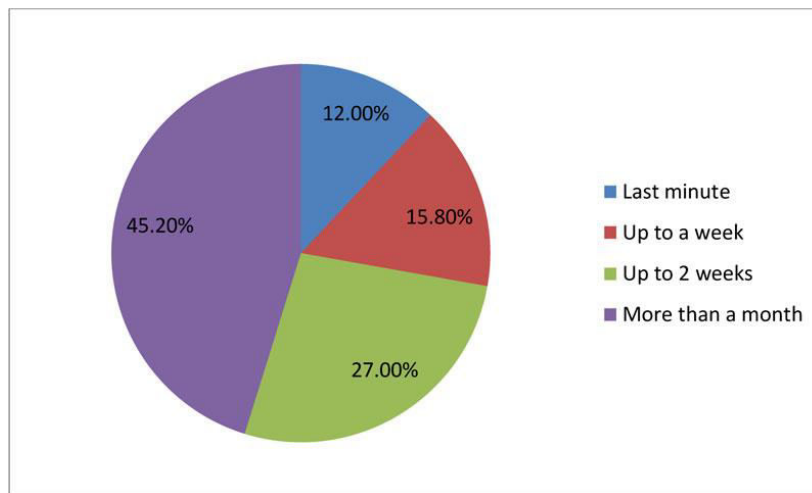
Όπως βλέπουμε στο διάγραμμα η πλειοψηφία (39.40%) πραγματοποίησαν αυτό το ταξίδι για λόγους αναψυχής(τουρισμό) ενώ το 30,80% για να επισκεφθούν κάποιο φίλο ή συγγενή.12 στους 100 ερωτηθέντες ταξίδεψαν για κάποιο άλλο λόγο ,το 8,40% για επαγγελματικό σκοπό ενώ το 6% για εκπαιδευτικό σκοπό και μόλις το 3.4% για ιατρικό σκοπό.

7) Ποια ήταν η διάρκεια παραμονή σας σε αυτό το ταξίδι?



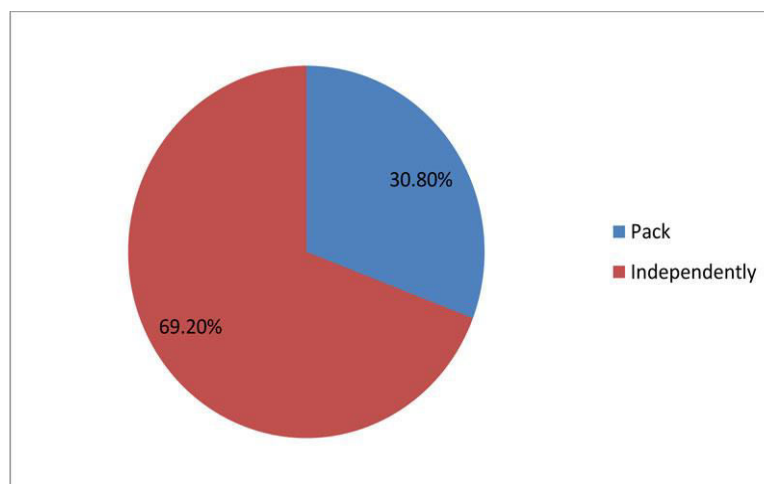
Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας οι 37 στους 100 ερωτηθέντες απάντησαν ότι η διάρκεια παραμονής τους σ αυτό το ταξίδι είναι 4-7 ημέρες,33 στους 100 8-14 ημέρες, ένα ποσοστό της τάξεως του 16.20% υποστήριξε ότι θα περάσει πάνω από 14 μέρες σ αυτό το ταξίδι του ενώ τέλος , το 13.8% απάντησε ότι θα μείνει 1-3 ημέρες.

8) Πότε κάνατε την κράτηση?



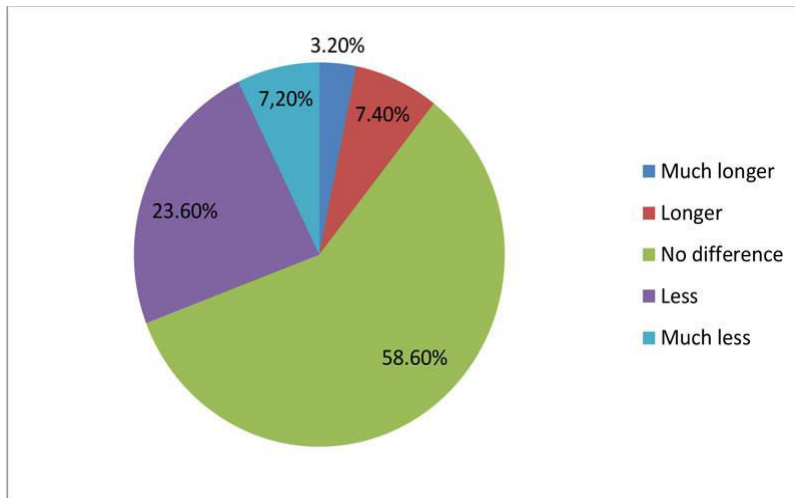
Σ' αυτή τη ερώτηση το 45,20% απάντησε ότι έκανε την κράτηση πάνω από ένα μήνα πριν, το 27% μέχρι και δύο εβδομάδες πριν ενώ το 15.80% μόλις μία εβδομάδα πριν. Αξίζει να σημειώσουμε εδώ ότι ένα υψηλό ποσοστό της τάξεως του 12% έκανε την κράτηση του τελευταία στιγμή.

9) Πως κάνατε την κράτηση αυτού του ταξιδιού?



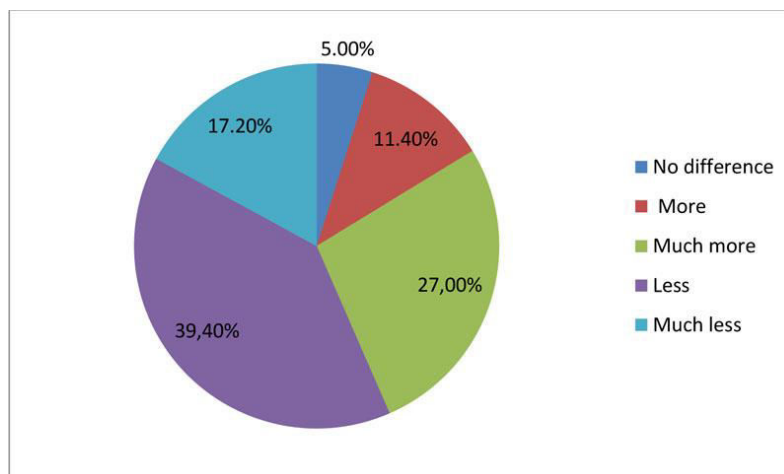
Στην παραπάνω ερώτηση σχεδόν 7 στους 10 ταξιδιώτες δήλωσαν ότι η κράτηση τους δεν ήταν μέρος κάποιου τουριστικού πακέτου ενώ οι υπόλοιποι 3 περίπου στους 10 αγόρασαν αυτό το ταξίδι τους ως τουριστικό πακέτο.

10) Πόσο έχει επηρεάσει/επηρέασε η οικονομική κρίση την διάρκεια του σημερινού ταξιδιού σε σχέση με παλαιότερα?



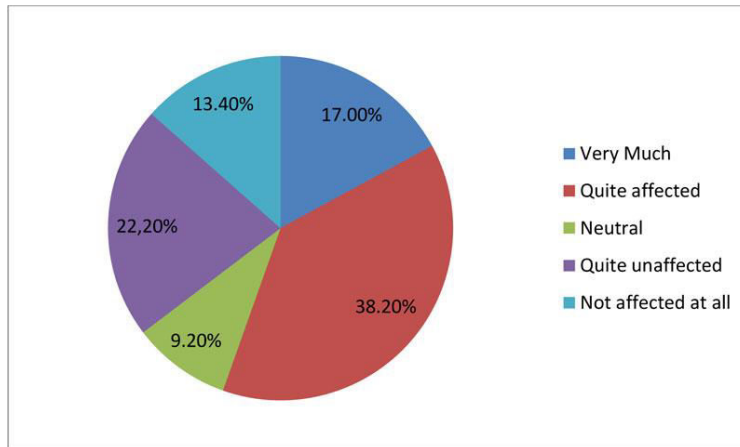
Σ' αυτό το σχεδιάγραμμα παρατηρούμε ότι παραπάνω από τους μισούς (58,60%) έχουν απαντήσει ότι η διάρκεια του ταξιδιού τους δεν έχει επηρεαστεί καθόλου σε σχέση με παλιότερα. Ένα ποσοστό της τάξεως του 23.60% δηλώνει ότι η διάρκεια των ταξιδιών του είναι μικρότερη σε σχέση με το παρελθόν, το 7,40% ότι το παρόν ταξίδι είναι πολύ μεγαλύτερο σε σχέση με παλιά, το 7,20% ότι πλέον το ταξίδι τους διαρκεί πολύ λιγότερο ενώ μόλις το 3,20 υποστηρίζει ότι το η διάρκεια είναι πολύ μεγαλύτερη σε σχέση με το παρελθόν.

11) Πόσο έχει επηρεάσει/επηρέασε η οικονομική κρίση την δαπάνη για το σημερινό ταξίδι σε σχέση με παλαιότερα?



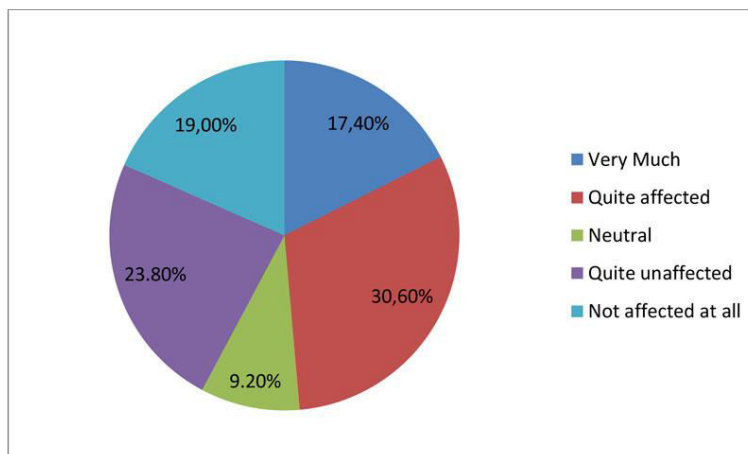
Όσον αφορά την δαπάνη του ταξιδιού σε σχέση με το παρελθόν, βλέπουμε ότι το 39,40% ξοδεύει τώρα λιγότερα, ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 27% δαπανεί πολλά περισσότερα τώρα απ' ότι παλιά, το 17,20% αρκετά λιγότερα σε σχέση με το παρελθόν, το 11,40% δαπάνησε περισσότερα για αυτό του το ταξίδι φέτος ενώ μόλις οι 5 από τους 100 ερωτηθέντες υποστηρίζουν ότι δεν έχουν παρατηρήσει καμία διαφορά στα έξοδά τους.

12) Πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τα επίπεδα της προσωπικής σας ευτυχίας (γενικά)



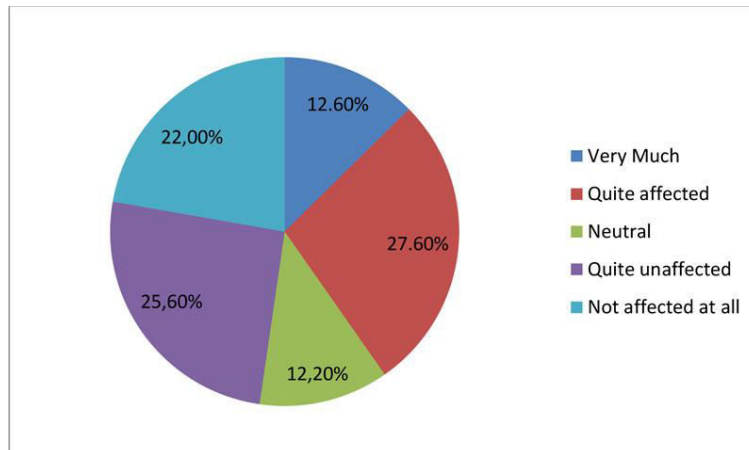
Με βάση το διάγραμμα το 38,20% του δείγματος απάντησε ότι η προσωπική του ευτυχία έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση, το 22,20% δεν έχει επηρεαστεί σχεδόν καθόλου, το 17% έχει επηρεαστεί πάρα πολύ, το 13,40% δεν έχει παρατηρήσει καμία διαφορά πριν και μετά την κρίση και τέλος το 9,20% ήταν ουδέτερο στη ερώτηση.

13) Πόσο επηρέασε η οικονομική κρίση τα ταξιδιωτικά\τουριστικά σας σχέδια πέρυσι?



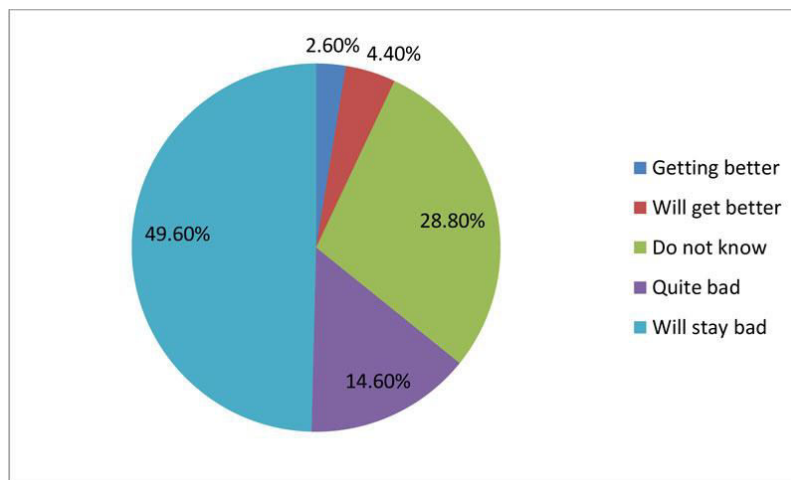
Στο παραπάνω ερώτημα το 30,60% απάντησε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε σε μικρό επίπεδο τα ταξιδιωτικά σχέδια πέρυσι ενώ το 23,8% δεν επηρεάστηκε σχεδόν καθόλου. Στη συνέχεια το 19% δεν επηρεάστηκε καθόλου και το 17,4% επηρεάστηκε πολύ. Ένα ποσοστό της τάξεως του 9,20% ήταν ουδέτερο στην ερώτηση μας.

14) Πόσο επηρέασε η οικονομική κρίση την συχνότητα των ταξιδιών σας πέρυσι?



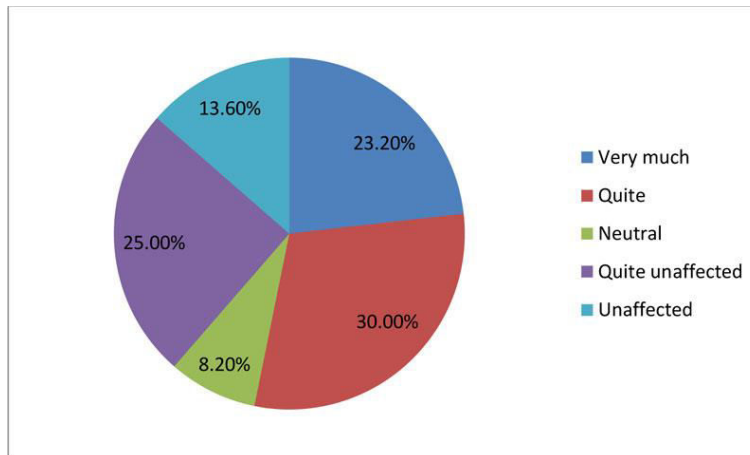
Όσον αφορά την συχνότητα των ταξιδιών πέρυσι, παρατηρούμε ότι τα ποσοστά είναι σχεδόν ίσα κατανομημένα. Συγκεκριμένα, το 27,6% υποστηρίζει ότι η οικονομική κρίση τους επηρέασε ελάχιστα, το 25,60% επηρεάστηκε σχεδόν καθόλου, το 22% καθόλου ενώ μόλις το 12,6% επηρεάστηκε πάρα πολύ. Το υπόλοιπο 12,20% ήταν ουδέτερο στην ερώτησή μας.

15) Ποιες είναι οι μελλοντικές σας προσδοκίες σχετικά με την Ελληνική οικονομία?



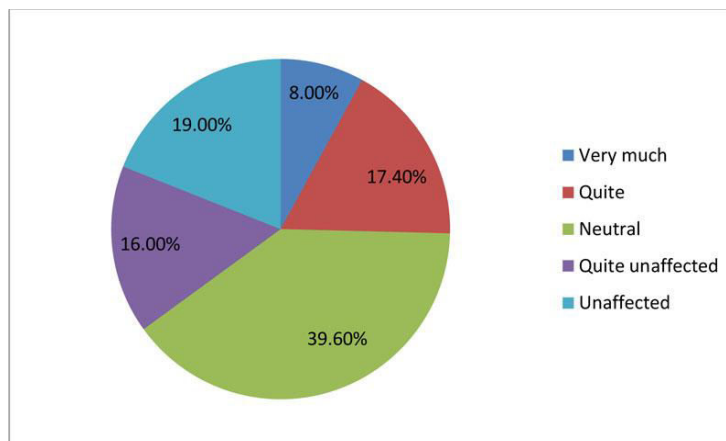
Όπως βλέπουμε στο παραπάνω διάγραμμα σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες (49.6%) υποστηρίζουν ότι η κατάσταση στη Ελλάδα θα παραμείνει πολύ άσχημη λόγω της οικονομικής κρίσης. Το 28,80% δηλώνει άγνοια και το 14,60% ότι η κατάσταση θα συνεχίσει να είναι μέτρια. Οι υπόλοιποι ερωτηθέντες 4,4% και 2,6% εμφανίζονται να είναι πιο αισιόδοξοι υποστηρίζοντας, οι πρώτοι ότι η κατάσταση θα γίνει καλύτερη, ενώ οι δεύτεροι ότι ήδη έχει αρχίσει η ανάκαμψη για τη χώρα μας.

16) Πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση την ικανότητά σας να ταξιδέψετε (για αναψυχή \ σκοπός διακοπών) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι?



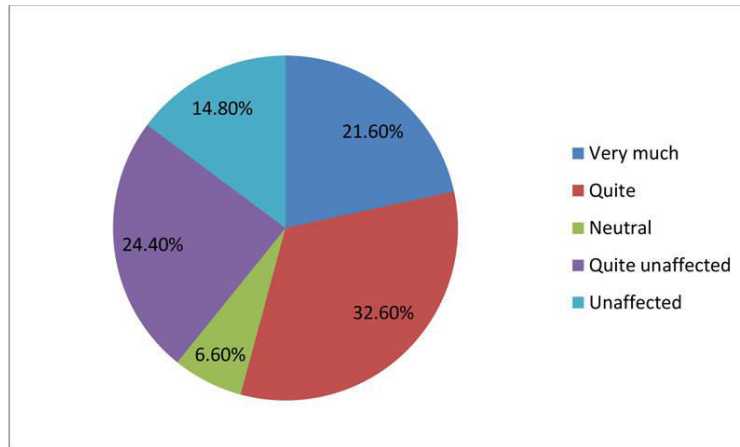
Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας 3 στους 10 ερωτηθέντες απάντησαν ότι τα μελλοντικά τους ταξίδια θα επηρεαστούν ελαφρώς από την οικονομική κρίση ενώ ένας στους τέσσερις σχεδόν καθόλου. Το 23,20% υποστηρίζει ότι θα επηρεαστεί πάρα πολύ και το 13,60% δεν θα επηρεαστεί καθόλου. Το υπόλοιπο 8,20% ήταν ουδέτερο στην ερώτησή μας.

17) Πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση την ικανότητά σας να ταξιδέψετε (για επιχειρηματικό \ επαγγελματικό σκοπό) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι?



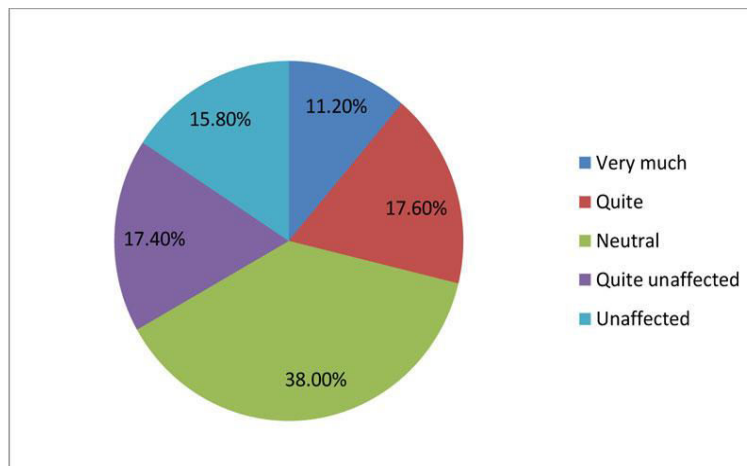
Όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα το 39,60% του δείγματός μας εμφανίζεται να είναι ουδέτερο στην ερώτησή μας. Το 17,4% υποστηρίζει ότι σε σύγκριση με πέρυσι η ικανότητα του να ταξιδεύει θα επηρεαστεί αρκετά σε αντίθεση με το 19% που δεν θα έχει καμία επιρροή φέτος. Το 16% δηλώνει ότι δεν θα επηρεαστεί σχεδόν καθόλου ενώ μόλις 8 στους 100 ερωτηθέντες θα επηρεαστούν πάρα πολύ.

18) Πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση τις δαπάνες του ταξιδιού σας (για αναψυχή\σκοπός διακοπών) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι?



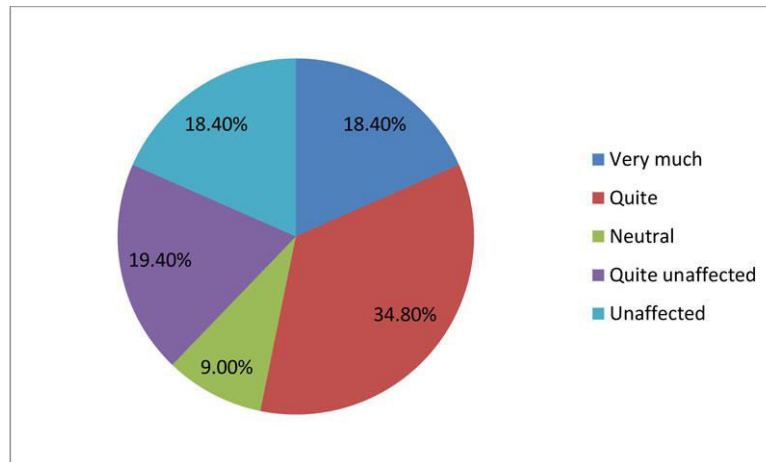
Στην ερώτηση πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση τις δαπάνες σας για ταξίδια αναψυχής ή πλειοψηφία (32,6%) απάντησε ότι θα επηρεαστεί σε κάποιο βαθμό. Το 24,40% υποστηρίζει ότι δεν θα επηρεαστεί σχεδόν καθόλου, το 21,6% ότι θα επηρεαστεί πολύ ενώ το 14,8% θα μείνει ανεπηρέαστο. Το 6,60% του δείγματός μας είναι ουδέτερο στο ερώτημα.

19) Πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση τις δαπάνες του ταξιδιού σας (για επιχειρηματικό\επαγγελματικό σκοπό) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι?



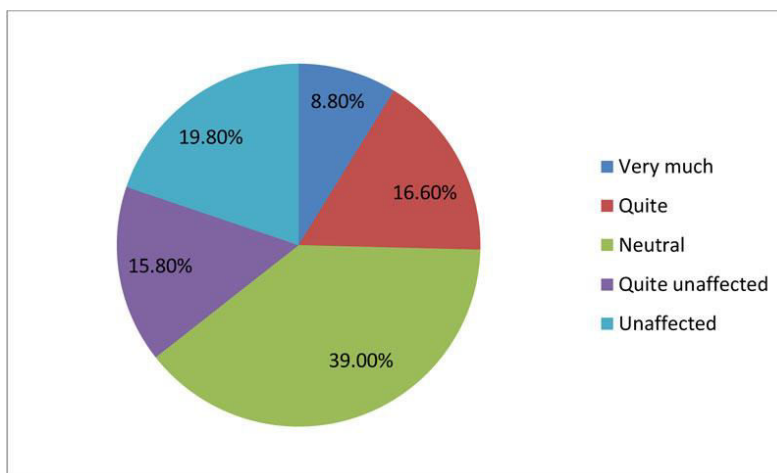
Όσον αφορά τις μελλοντικές προσδοκίες των ερωτηθέντων για τις δαπάνες του επαγγελματικού ταξιδιού τους το 38% ήταν ουδέτερο στην ερώτηση, το 17,60% θα επηρεαστεί ελάχιστα, το 17,40% σχεδόν καθόλου το 15,8% θα μείνει ανεπηρέαστο ενώ τέλος το 11,20% θα επηρεαστεί πάρα πολύ.

20) Πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση την διάρκεια παραμονής σας στο ταξίδι σας (για αναψυχή\σκοπός διακοπών) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι?



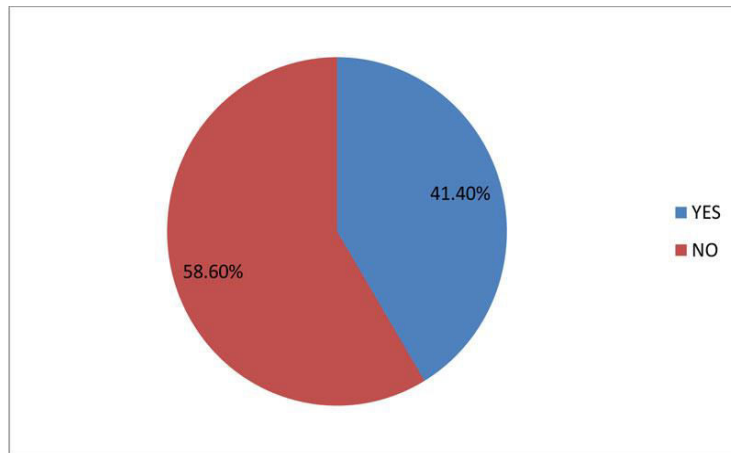
Το 34,8% αναμένει να επηρεαστεί λίγο από την οικονομική κρίση όσον αφορά τη διάρκεια παραμονής του ταξιδιού τους. Ενώ το 19,4% πιστεύει ότι δεν θα επηρεαστεί σχεδόν καθόλου. Στη συνέχεια όπως βλέπουμε στο διάγραμμα το 18,4% πιστεύει ότι θα επηρεαστεί πάρα πολύ. Ακριβώς το ίδιο ποσοστό πιστεύει ότι θα μείνει εντελώς ανεπηρέαστο ενώ το 9% του δείγματος μας έμεινε ουδέτερο απέναντι στην ερώτησή μας.

21) Πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση την διάρκεια παραμονής σας στο ταξίδι σας (για επιχειρηματικό\επαγγελματικό σκοπό) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι?



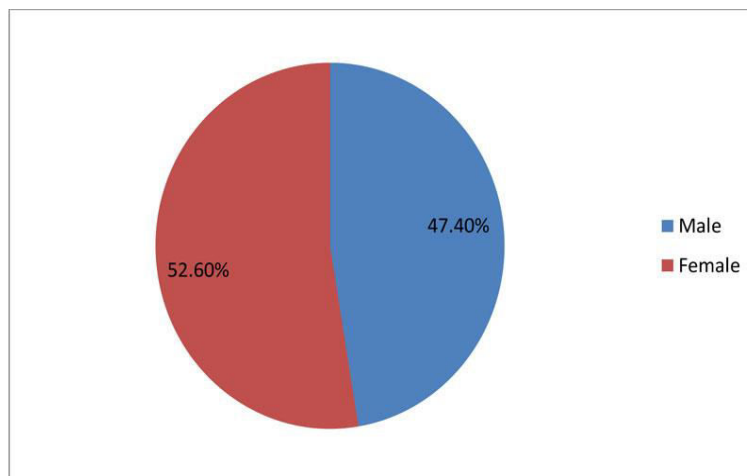
Όπως βλέπουμε στο συγκεκριμένο διάγραμμα το 39% έμεινε ουδέτερο στην ερώτησή μας. Το 16,6% περιμένει η οικονομική κρίση να επηρεάσει λίγο τη διάρκεια παραμονής των ταξιδιών τους. Το 15,8% θα επηρεαστεί σχεδόν καθόλου. Το 19,8% πιστεύει ότι δεν θα επηρεαστεί καθόλου από την οικονομική κρίση, ενώ τέλος το 8,8% θα αλλάξει κατά πολύ τη διάρκεια παραμονής φέτος.

22) Έχετε αγοράσει οποιοδήποτε τύπο τουριστικής ασφάλισης σε αυτό το ταξίδι σας?



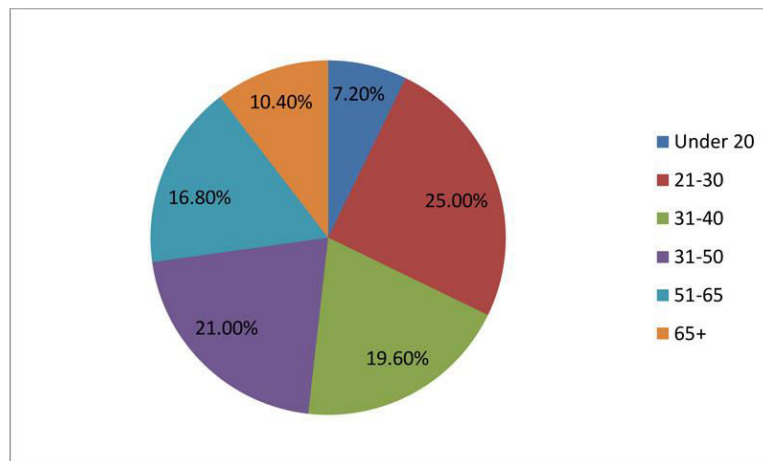
Εδώ παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος μας (58,60%) δεν έχει προβεί σε αγορά οποιασδήποτε ασφάλειας ενώ το υπόλοιπο 41,40% έχει τουριστική ασφάλεια.

23) Ποιο είναι το φύλο σας?



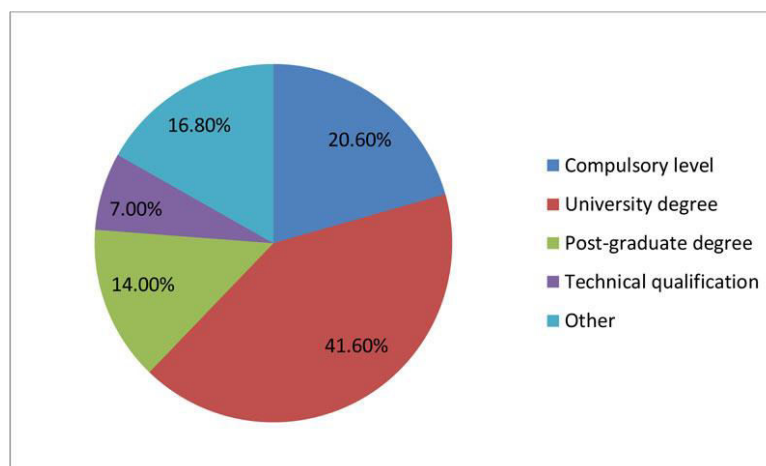
Το 47.4% είναι άντρες ενώ το 52,6% είναι γυναίκες. Προσπαθήσαμε οι ερωτηθέντες να είναι σωστά μοιρασμένοι όσον αφορά το φύλο ώστε να έχουμε ένα πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα γι αυτό και η μικρή διαφορά στα ποσοστά.

24) Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε?



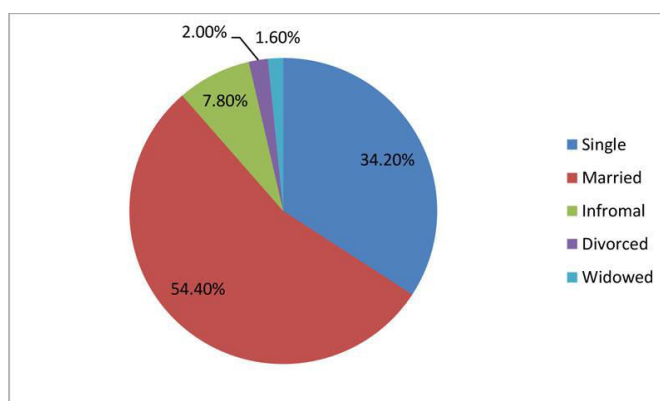
Το 25% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 21-30 ετών, το 21% είναι από 41-50, το 19,6% από 31-40, το 16,80% από 51-65, το 10,4% από 65 και πάνω και τέλος το 7,20% κάτω από 20.

25) Ποιο είναι το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδό σας?



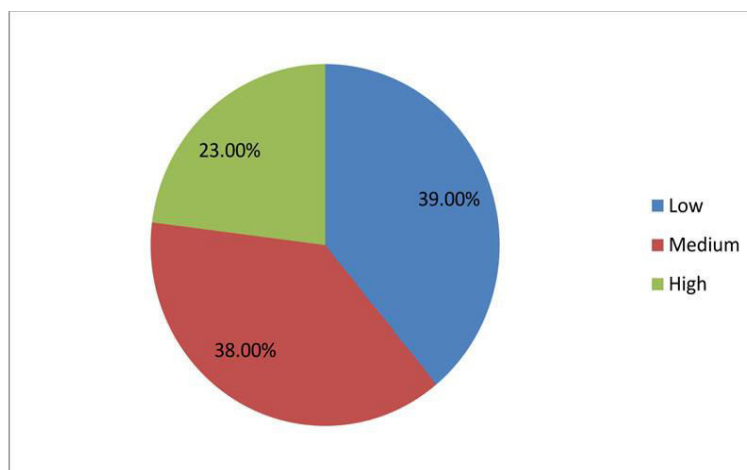
Όπως βλέπουμε στο παραπάνω διάγραμμα το 41.6% είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου, το 20,6% έχουν το υποχρεωτικό μορφωτικό επίπεδο, το 16,8% έχουν άλλο είδος μόρφωσης, το 14% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου και τέλος το 7% έχουν τεχνολογική εκπαίδευση.

26) Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση?



Το 54,40% δήλωσαν παντρεμένοι, το 34,20% ελεύθεροι, το 7,8% βρίσκονται σε ανεπίσημη σχέση, το 2% είναι διαζευγμένοι και τέλος το 1,6% χήροι.

27) Ποιο είναι το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα (μετά τον φόρο) ?



Το 39% ανήκει στην χαμηλά οικονομική τάξη, το 38% στη μεσαία τάξη και τέλος το 23% στην υψηλά οικονομική τάξη.

4.2) ΠΙΝΑΚΑΣ-ΑΝΑΛΥΣΗ CROSS TABS

Στον παρακάτω πίνακα (cross tabs) έχουμε διασταυρώσει τα αποτελέσματα μιας ερώτησης με αυτά μιας άλλης. Για παράδειγμα συγκρίνουμε τα δείγματα από την ερώτηση “ Για πού ταξιδεύετε?” με τα δείγματα όλων των υπολοίπων ερωτήσεων έτσι ώστε να έχουμε ένα πιο εξειδικευμένο συμπέρασμα.

	ΚΡΗΤΗ	ΑΘΗΝΑ	ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ	ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
ΑΘΗΝΑ	50,5%	95,0%	12,0%	59,1%	10,00%
ΑΛΛΗ ΠΟΛΗ	15,3%	3,0%	8,0%	27,3%	2,30%
ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	14,4%	0,0%	76,0%	13,6%	1,80%
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	19,8%	2,0%	4,0%	0,0%	85,90%
ΚΑΘΟΛΟΥ	20,7%	8,0%	8,0%	15,90%	9,10%
1-2 ΦΟΡΕΣ	44,1%	19,0%	32,0%	40,90%	40,90%
3-4 ΦΟΡΕΣ	18,9%	28,0%	16%	31,80%	30,90%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 4 ΦΟΡΕΣ	16,2%	45,0%	44%	11,40%	19,10%
ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ	19,8%	13%	28%	22,70%	6,80%
ΜΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ	29,7%	33%	44%	38,60%	13,2%
ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ	12,6%	19%	16%	22,70%	5,9%
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	37,8%	35%	12%	15,90%	74,1%
Ο ΙΔΙΟΣ	83,8%	73%	96%	68,20%	88,2%
ΕΤΑΙΡΙΑ/ΕΡΓΟΔΟΤΗΣ	6,3%	15%	0%	11,40%	3,2%
ΜΙΣΟ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΙΣΟ ΙΔΙΟΣ	3,6%	4%	0%	6,80%	1,8%
ΑΛΛΟΣ	6,3%	8%	4%	13,60%	6,8%
ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΦΙΛΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΓΕΝΩΝ	41,4%	38%	40%	56,80%	15,9%
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ΔΙΑΚΟΠΕΣ	16,2%	13%	4%	4,50%	74,1%
ΙΑΤΡΙΚΟ	7,2%	3%	4%	9,10%	0,50%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ	8,1%	9%	20%	4,50%	2,3%
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ	9,0%	18%	0%	11,40%	4,1%
ΑΛΛΟ	18,0%	19%	32%	13,60%	3,2%
1-3 ΗΜΕΡΕΣ	18,9%	35%	8%	11,40%	2,7%
4-7 ΗΜΕΡΕΣ	33,3%	42%	48%	68,20%	29,1%
8-14 ΗΜΕΡΕΣ	34,2%	16%	24%	9,10%	45,9%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 14 ΗΜΕΡΕΣ	13,5%	7%	20%	11,40%	22,3%

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΣΤΙΓΜΗ	19,8%	25%	8%	18,20%	1,4%
ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ 1 ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΠΡΙΝ	18,9%	26%	3%	18,20%	10,5%
ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ 2 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ ΠΡΙΝ	24,3%	20%	36%	34,10%	29,1%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΜΗΝΑ ΠΡΙΝ	36,9%	29%	52%	29,50%	59,1%
ΩΣ ΜΕΡΟΣ ΠΑΚΕΤΟΥ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ	9,9%	9%	0%	2,30%	60,5%
ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ	90,1%	91%	100%	97,70%	39,5%
ΠΟΛΥ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	2,7%	1%	8%	0,00%	4,5%
ΛΙΓΟ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	7,2%	7%	12%	9,10%	6,8%
ΚΑΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΑ	48,6%	47%	40%	38,60%	75,0%
ΛΙΓΟ ΕΛΑΧΙΣΤΑ	35,1%	35%	24%	29,50%	11,4%
ΠΟΛΥ ΛΙΓΟΤΕΡΟ	6,3%	10%	16%	22,70%	2,3%
ΠΟΛΥ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	1,8%	3%	0%	9,10%	7,3%
ΛΙΓΟ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	7,2%	11%	16%	11,40%	13,2%
ΟΠΩΣ ΚΑΙ ΠΑΛΙΟΤΕΡΑ	17,1%	16%	16%	18,20%	40,0%
ΛΙΓΟ ΕΛΑΧΙΣΤΑ	51,4%	50%	24%	38,60%	30,5%
ΠΟΛΥ ΛΙΓΟΤΕΡΟ	21,6%	20%	44%	22,70%	9,5%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	19,8%	27%	36%	25,00%	7,3%
ΑΡΚΕΤΑ	57,7%	49%	40%	61,40%	18,6%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	11,7%	5%	4%	0,00%	12,3%
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	10,8%	16%	0%	13,60%	35,0%
ΚΑΘΟΛΟΥ	0,0%	3%	20%	0,00%	26,8%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30,6%	20%	28%	18,20%	8,2%
ΑΡΚΕΤΑ	37,8%	44%	32%	65,90%	13,6%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	14,4%	10%	0%	2,30%	8,6%
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	14,4%	18%	20%	13,60%	33,6%
ΚΑΘΟΛΟΥ	2,7%	8%	20%	0,00%	35,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	18,9%	13%	16%	25,00%	6,4%
ΑΡΚΕΤΑ	44,1%	35%	32%	50,00%	10,9%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	16,2%	15%	0%	9,10%	10,9%
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	17,1%	29%	28%	13,60%	30,5%
ΚΑΘΟΛΟΥ	3,6%	8%	24%	2,30%	41,4%
ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΚΑΛΥΤΕΡΑ	3,6%	1%	0%	0,00%	3,6%
ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΣΥΝΤΟΜΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ	1,8%	1%	8%	2,30%	7,3%
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	21,6%	10%	4%	22,70%	45,0%
ΤΟ ΧΕΙΡΟΤΕΡΟ ΠΕΡΑΣΕ	14,4%	12%	28%	13,60%	14,5%
ΘΑ ΠΑΡΑΜΕΙΝΟΥΝ ΑΣΧΗΜΑ	58,6%	76%	60%	61,40%	29,5%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	27,0%	35%	52%	38,60%	9,5%
ΑΡΚΕΤΑ	49,5%	45%	16%	45,50%	11,8%

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	6,3%	9%	0%	0,00%	11,4%
ΛΙΓΟ	16,2%	11%	12%	15,90%	39,1%
ΚΑΘΟΛΟΥ	1,0%	0%	20%	0,00%	28,2%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	6,3%	13%	16%	13,60%	4,5%
ΑΡΚΕΤΑ	20,7%	28%	20%	38,60%	6,4%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	59,5%	36%	40%	29,50%	33,2%
ΛΙΓΟ	9,0%	14%	0%	15,90%	22,3%
ΚΑΘΟΛΟΥ	4,5%	9%	24%	2,30%	33,6%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	22,5%	37%	40%	34,10%	9,5%
ΑΡΚΕΤΑ	49,5%	47%	20%	50,00%	15,5%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	12,6%	3%	4%	2,30%	6,4%
ΛΙΓΟ	15,3%	9%	24%	13,60%	38,2%
ΚΑΘΟΛΟΥ	0,0%	4%	12%	0,00%	30,5%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30,6%	20%	28%	18,20%	8,2%
ΑΡΚΕΤΑ	37,8%	44%	32%	65,90%	13,6%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	14,4%	10%	0%	2,30%	8,6%
ΛΙΓΟ	14,4%	18%	20%	13,60%	33,6%
ΚΑΘΟΛΟΥ	2,7%	8%	20%	0,00%	35,9%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	23,4%	28%	24%	36,40%	7,3%
ΑΡΚΕΤΑ	45,0%	43%	40%	40,90%	24,1%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	11,7%	8%	0%	4,50%	10,0%
ΛΙΓΟ	15,3%	14%	4%	18,20%	25,9%
ΚΑΘΟΛΟΥ	4,5%	7%	32%	0,00%	32,7%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	5,4%	15%	8%	18,20%	5,9%
ΑΡΚΕΤΑ	18,9%	25%	24%	29,50%	8,2%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	62,2%	37%	40%	31,80%	29,5%
ΛΙΓΟ	8,1%	16%	4%	11,40%	21,8%
ΚΑΘΟΛΟΥ	5,4%	7%	24%	9,10%	34,5%
ΝΑΙ	18,9%	33%	8%	18,20%	65,0%
ΟΧΙ	81,1%	67%	92%	81,80%	35,0%
ΑΡΣΕΝΙΚΟ	45,0%	47%	40%	52,30%	48,6%
ΘΗΛΥΚΟ	55,0%	53%	60%	47,70%	51,4%
ΚΑΤΩ ΤΩΝ 20	7,2%	5%	4%	13,60%	7,3%
21-30	35,1%	40%	28%	20,50%	13,6%
31-40	21,6%	20%	24%	29,50%	15,9%
31-50	16,2%	11%	20%	18,20%	28,6%
51-65	14,4%	21%	20%	11,40%	16,8%
65 ΚΑΙ ΑΝΩ	5,4%	3%	4%	6,80%	17,7%

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	18,9%	19%	24%	36,40%	18,6%
ΠΤΥΧΙΟ ΑΕΙ	45,9%	49%	20%	22,70%	42,3%
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	10,8%	16%	16%	20,50%	13,2%
ΤΕΧΝΙΚΟ	5,4%	6%	8%	4,50%	8,6%
ΑΛΛΟ	18,9%	10%	32%	15,90%	17,3%
ΑΓΑΜΟΣ/Η	45,9%	45%	24%	45,50%	22,3%
ΕΓΓΑΜΟΣ/Η	45,0%	41%	68%	29,50%	68,6%
ΣΕ ΜΙΑ ΑΤΥΠΗ ΣΧΕΣΗ	7,2%	12%	8%	15,90%	4,5%
ΔΙΑΖΕΥΓΜΕΝΟΣ/Η	0,9%	2%	0%	2,30%	2,7%
ΧΗΡΟΣ/Α	0,9%	0%	0%	6,80%	1,8%
ΜΕΧΡΙ 25000€	52,3%	49%	48%	68,20%	20,9%
ΜΕΧΡΙ 35000€	35,1%	39%	32%	31,80%	40,9%
35000€ ΚΑΙ ΑΝΩ	12,6%	12%	20%	0,00%	38,2%

Βλέπουμε λοιπόν ότι το 95% αυτόν που ταξιδεύουν για Αθήνα θα μείνουν στην Αθήνα. Τελειώνει δηλαδή το ταξίδι τους εκεί. Όπως κ το 85,90% που ταξιδεύουν στο εξωτερικό έχουν σαν τελικό προορισμό κάποια πόλη του εξωτερικού. Επίσης εδώ αξίζει να σημειώσουμε ότι κανένας από τους ταξιδιώτες που προορισμός του είναι η Αθήνα δεν θα συνεχίσει για Θεσσαλονίκη.

Στη συνέχεια παρατηρούμε ότι όσοι έχουν ως προορισμό τη Θεσσαλονίκη ταξιδεύουν περισσότερο από 4 φορές τον χρόνο όπως το 45% του δείγματός μας που πάει Αθήνα. Εδώ αξίζει να επισημάνουμε ότι ανεξαρτήτως προορισμού οι περισσότεροι επιβάτες ταξιδεύουν 1-2 φορές τον χρόνο.

Στην επόμενη ερώτηση για το που έμειναν κατά την διάρκεια αυτού του ταξιδιού η πλειοψηφία αυτών που πάνε Θεσσαλονίκη (44%) έμειναν σε οικογενειακό σπίτι ενώ το 74% του δείγματος που έχει ως προορισμό το εξωτερικό έμεινε σε ξενοδοχείο .

Στην ερώτηση “Ποιος πληρώνει για αυτό το ταξίδι?” η συντριπτική πλειοψηφία ανεξαρτήτου προορισμού απάντησε ότι πληρώνουν οι ίδιοι. Επίσης παρατηρούμε ότι κανένας το ταξίδι δεν καλύπτεται εξ ολοκλήρου η έστω κατά το ήμισυ από τον εργοδότη από αυτούς που προορίζονται για Θεσσαλονίκη.

Ακολουθεί η ερώτηση ποιος είναι ο σκοπός του ταξιδιού και παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία (74,1%) των ερωτηθέντων που πετάνε για εξωτερικό απάντησαν ότι επισκέφθηκαν το νησί της Κρήτης για τουρισμό ενώ μόλις το 0,50% για ιατρικό λόγο. Εδώ αξίζει να σχολιάσουμε ότι κανένας από τους ταξιδιώτες που έχουν ως προορισμό τη Θεσσαλονίκη δεν επισκέφθηκαν την Κρήτη για επιχειρηματικό σκοπό.

Στην ερώτηση πόσο κράτησε το ταξίδι όπως ήταν αναμενόμενο μόλις το 2,7% απ αυτούς που ταξιδεύουν στο εξωτερικό έμεινε στη Κρήτη για 1-3 ημέρες ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό (68,20%) το συναντάμε σε αυτούς που ταξιδεύουν σε άλλη πόλη κι έμειναν στην Κρήτη 4-7 ημέρες.

Στην ερώτηση πότε κλείσατε το εισιτήριό σας τα ποσοστά μοιράζονται σε όλες τις απαντήσεις εκτός από αυτούς που ταξιδεύουν στο εξωτερικό όπου όπως ήταν αναμενόμενο η πλειοψηφία απάντησε ότι το έκλεισε περισσότερο από ένα μήνα πριν.

Ακολουθεί η ερώτηση πως κάνατε την κράτηση κ όπως βλέπουμε η συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδιωτών ανεξαρτήτου προορισμού απάντησαν ανεξάρτητα εκτός από όσους ταξιδεύουν στο εξωτερικό όπου οι περισσότεροι (60,50%) είπαν ότι η κράτησή τους έγινε ως πακέτο συμφωνίας.

Όσον αφορά την επιρροή της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό, στην ερώτηση πόσο έχει επηρεάσει/επηρέασε η οικονομική κρίση την διάρκεια του σημερινού ταξιδιού σε σχέση με παλαιότερα, οι περισσότεροι παρατηρούμε ότι απάντησαν ότι η διάρκεια δεν έχει επηρεαστεί κατά πολύ. Μάλιστα τα μεγαλύτερα ποσοστά τα συναντάμε στην απάντηση “καμία διαφορά”.

Στο παρακάτω ερώτημα, πόσο έχει επηρεάσει/επηρέασε η οικονομική κρίση την δαπάνη για το σημερινό ταξίδι σε σχέση με παλαιότερα, οι μισοί από αυτούς που ταξιδεύουν για Αθήνα απάντησαν ότι θα ξοδέψουν λίγο λιγότερα ενώ ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 40% από αυτούς που ταξιδεύουν για εξωτερικό θα δαπανήσουν τα ίδια με παλιά. Επίσης πρέπει να πούμε ότι δεν παρατηρούμε υψηλά ποσοστά στις απαντήσεις θα ξοδέψω περισσότερα ή λίγο περισσότερα.

Στην ερώτηση πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τα επίπεδα της προσωπικής σας ευτυχίας (γενικά), δυστυχώς παρατηρούμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά αναλογικά βρίσκονται στις απαντήσεις αρκετά και πάρα πολύ και είναι επιβάτες του εσωτερικού σε αντίθεση με αυτούς του εξωτερικού που το 35% απάντησε ελάχιστα ενώ το 26,8% καθόλου.

Στην ερώτηση πόσο επηρέασε η οικονομική κρίση τα ταξιδιωτικά/τουριστικά σας σχέδια πέρυσι, παρατηρούμε πάλι ότι η πλειοψηφία όσων ταξιδεύουν στο εξωτερικό απάντησαν ελάχιστα ή καθόλου σε αντίθεση μ' αυτούς που προορίζονται στο εσωτερικό όπου τα υψηλότερα ποσοστά τα βρίσκουμε στις απαντήσεις αρκετά και πάρα πολύ.

Όσον αφορά τις μελλοντικές προβλέψεις για την οικονομική κατάσταση της χώρας η πλειοψηφία των ταξιδιωτών του εσωτερικού υποστηρίζουν ότι θα παραμείνει άσχημη ενώ για αυτούς του εξωτερικού υπάρχει μια αβεβαιότητα και το 45% απάντησε ότι δεν γνωρίζει.

Στην ερώτηση πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση την ικανότητά σας να ταξιδέψετε (για αναψυχή \ σκοπός διακοπών) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι το 39,1% αυτών που πετάνε εκτός Ελλάδος απάντησε λίγο ενώ όσοι πάνε εσωτερικό απάντησαν πάρα πολύ και αρκετά.

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

Στην ερώτηση πόσο αναμένετε να επηρεάσει η οικονομική κρίση την ικανότητά σας να ταξιδέψετε (για επιχειρηματικό/επαγγελματικό σκοπό) αυτό το έτος σε σύγκριση με πέρυσι, τα μεγαλύτερα ποσοστά αυτών που ταξιδεύουν έξω απάντησαν λίγο και καθόλου ενώ τα υψηλότερα ποσοστά των ταξιδιωτών του εσωτερικού βρίσκονται στην απάντηση ουδέτερος.

Όσον αφορά τις δαπάνες των ταξιδιωτών φέτος σε σύγκριση με πέρυσι για ταξίδια αναψυχής, η πλειοψηφία απάντησε αρκετά εκτός βέβαια απ αυτούς που ταξιδεύουν εκτός Ελλάδας που το 32,7% υποστηρίζει καθόλου ενώ το 25,9% λίγο. Για τα επαγγελματικά ταξίδια οι περισσότεροι ανεξαρτήτου προορισμού είναι ουδέτεροι ενώ το 34,5% όσων ταξιδεύουν εξωτερικό απάντησαν ότι οι δαπάνες τους δεν θα επηρεαστούν.

Στην ερώτηση σχετικά με την αγορά τουριστικής ασφάλειας για αυτό το ταξίδι η συντριπτική πλειοψηφία όσων ταξιδεύουν στο εσωτερικό δεν προέβει σε αγορά. Για αυτούς που ταξιδεύουν εξωτερικό τα ποσοστά μοιράζονται.

Στην ερώτηση για το μορφωτικό επίπεδο αξίζει να σημειώσουμε ότι οι περισσότεροι που πάνε εκτός Ελλάδας 42,30% έχουν πτυχίο ΑΕΙ.

Όσον αφορά το εισόδημα των ταξιδιωτών παρατηρούμε ότι είναι χαμηλότερο για αυτούς του εσωτερικού σε σύγκριση με αυτούς που ταξιδεύουν εκτός Ελλάδας.

Συνεχίζουμε με την ερώτηση που αναφέρεται στις μελλοντικές προσδοκίες για την οικονομία στη Ελλάδα:

	ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΚΑΛΥΤΕΡΑ	ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΣΥΝΤΟΜΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ	ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	ΤΟ ΧΕΙΡΟΤΕΡΟ ΠΕΡΑΣΕ	ΘΑ ΠΑΡΑΜΕΙΝΟΥΝ ΑΣΧΗΜΑ
ΑΘΗΝΑ	15,40%	9,10%	30,60%	30,10%	53,20%
ΑΛΛΟ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	15,40%	0,00%	5,60%	11,00%	8,50%
ΘΕΣ/ΝΙΚΗ	7,70%	9,10%	4,90%	9,60%	11,30%
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	61,50%	81,80%	59,0%	49,30%	27,0%
ΚΑΘΟΛΟΥ	15,40%	4,50%	12,50%	20,50%	9,70%
1-2 ΦΟΡΕΣ	38,50%	18,20%	43,80%	27,40%	37,10%
3-4 ΦΟΡΕΣ	23,10%	68,20%	23,60%	26,00%	25,80%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 4 ΦΟΡΕΣ	23,10%	9,10%	20,10%	26,00%	27,40%
ΚΡΗΤΗ	30,80%	9,10%	16,70%	21,90%	26,20%
ΑΘΗΝΑ	7,70%	4,50%	6,90%	16,40%	30,60%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	0,00%	9,10%	70,00%	9,60%	6,00%
ΑΛΛΟ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ	0,00%	4,50%	6,90%	8,20%	10,90%

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

ΕΛΛΑΔΑΣ					
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	61,50%	72,70%	68,80%	43,80%	26,20%
ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ	0,00%	9,10%	10,40%	6,80%	18,10%
ΜΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ	0,00%	0,00%	6,90%	34,20%	35,50%
ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ	23,10%	18,20%	9,00%	8,20%	13,70%
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	76,90%	72,70%	73,60%	50,70%	32,70%
Ο ΙΔΙΟΣ	92,30%	77,30%	88,20%	83,60%	79,40%
ΕΤΑΙΡΙΑ/ΕΡΓΟΔΟΤΗΣ	0,00%	0,00%	4,90%	2,70%	10,10%
ΜΙΣΟ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΙΣΟ ΙΔΙΟΣ	7,70%	4,50%	2,80%	5,50%	2,00%
ΑΛΛΟΣ	0,00%	18,20%	4,20%	8,20%	8,50%
ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΦΙΛΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΓΕΝΩΝ	0,00%	4,50%	15,30%	37,00%	41,90%
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ΔΙΑΚΟΠΕΣ	69,20%	77,30%	59,70%	38,40%	23,00%
ΙΑΤΡΙΚΟ	7,70%	4,50%	1,40%	6,80%	3,20%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ	0,00%	9,10%	6,90%	8,20%	4,80%
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ	7,70%	4,50%	7,60%	2,70%	10,90%
ΑΛΛΟ	15,40%	0,00%	9,00%	6,80%	16,10%
1-3 ΗΜΕΡΕΣ	0,00%	9,10%	8,30%	16,40%	17,30%
4-7 ΗΜΕΡΕΣ	30,80%	4,50%	38,90%	30,10%	41,10%
8-14 ΗΜΕΡΕΣ	30,80%	72,70%	42,40%	41,10%	21,80%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 14 ΗΜΕΡΕΣ	38,50%	13,60%	10,40%	12,20%	19,80%
ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΣΤΙΓΜΗ	15,40%	9,10%	9,00%	5,50%	15,70%
ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ 1 ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΠΡΙΝ	7,70%	4,50%	8,30%	30,10%	17,30%
ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ 2 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ ΠΡΙΝ	46,20%	13,60%	36,10%	17,80%	24,60%
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ 1 ΜΗΝΑ ΠΡΙΝ	30,80%	72,70%	46,50%	46,60%	42,30%
ΩΣ ΜΕΡΟΣ ΠΑΚΕΤΟΥ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ	30,80%	63,60%	54,20%	32,90%	13,70%
ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ	69,20%	36,40%	45,80%	67,10%	86,30%
ΠΟΛΥ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	15,40%	0,00%	2,10%	0,00%	4,40%
ΛΙΓΟ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	7,70%	18,20%	8,30%	4,10%	6,90%
ΚΑΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΑ	53,80%	72,70%	76,40%	63,00%	46,00%
ΛΙΓΟ ΕΛΑΧΙΣΤΑ	23,10%	9,10%	11,80%	24,70%	31,50%
ΠΟΛΥ ΛΙΓΟΤΕΡΟ	0,00%	0,00%	1,40%	8,20%	11,30%
ΠΟΛΥ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	15,40%	4,50%	6,20%	2,70%	4,40%
ΛΙΓΟ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ	7,70%	4,50%	12,50%	20,50%	8,90%
ΟΠΩΣ ΚΑΙ ΠΑΛΙΟΤΕΡΑ	46,20%	50,00%	45,10%	26,00%	13,70%

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

ΛΙΓΟ ΕΛΑΧΙΣΤΑ	23,10%	36,50%	29,20%	35,60%	47,60%
ΠΟΛΥ ΛΙΓΟΤΕΡΟ	7,70%	4,50%	7,60%	15,10%	25,00%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	0,00%	0,00%	8,30%	4,10%	28,20%
ΑΡΚΕΤΑ	30,80%	36,40%	28,50%	53,40%	39,90%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	30,80%	27,30%	6,90%	8,20%	8,10%
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	30,80%	13,60%	29,90%	26,00%	16,90%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	22,70%	26,40%	8,20%	6,90%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7,70%	0,00%	4,20%	5,50%	30,60%
ΑΡΚΕΤΑ	7,70%	9,10%	27,10%	38,40%	33,50%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	38,50%	4,50%	12,50%	9,60%	6,00%
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	38,50%	31,80%	27,80%	32,90%	17,30%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	54,50%	28,50%	13,70%	12,50%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7,70%	0,00%	5,60%	5,50%	20,20%
ΑΡΚΕΤΑ	7,70%	9,10%	20,10%	23,90%	33,10%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	38,50%	4,50%	11,80%	15,10%	10,90%
ΕΛΑΧΙΣΤΑ	38,50%	31,80%	25,70%	28,80%	23,40%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	54,50%	36,80%	17,80%	12,50%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	23,10%	0,00%	11,10%	9,60%	36,30%
ΑΡΚΕΤΑ	0,00%	9,10%	21,50%	35,60%	36,70%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	38,50%	27,30%	8,30%	12,30%	3,60%
ΛΙΓΟ	30,80%	50,00%	33,30%	28,80%	16,50%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	13,60%	25,70%	13,70%	6,90%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	0,00%	0,00%	2,10%	4,10%	13,70%
ΑΡΚΕΤΑ	7,70%	13,60%	14,60%	15,10%	20,60%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	61,50%	4,50%	31,20%	52,10%	42,70%
ΛΙΓΟ	23,10%	31,80%	26,40%	12,30%	9,30%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	50,00%	25,70%	16,40%	13,70%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7,70%	0,00%	5,60%	19,20%	34,30%
ΑΡΚΕΤΑ	23,10%	31,80%	26,40%	23,30%	39,50%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	30,80%	9,10%	6,20%	11,00%	4,00%
ΛΙΓΟ	30,80%	45,50%	32,60%	31,50%	15,30%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	13,60%	29,20%	15,10%	6,90%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7,70%	0,00%	6,20%	6,80%	16,50%
ΑΡΚΕΤΑ	0,00%	13,60%	16,70%	13,70%	20,60%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	61,50%	4,50%	27,80%	47,90%	42,70%
ΛΙΓΟ	23,10%	31,80%	26,40%	17,80%	10,50%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	50,00%	22,90%	13,70%	9,70%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	23,10%	4,50%	7,60%	9,60%	28,20%

Οι επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

ΑΡΚΕΤΑ	23,10%	36,40%	30,60%	30,10%	39,10%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	30,80%	0,00%	8,30%	21,90%	5,20%
ΛΙΓΟ	7,70%	36,40%	21,50%	21,90%	16,50%
ΚΑΘΟΛΟΥ	15,40%	22,70%	31,90%	16,40%	10,90%
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	0,00%	0,00%	2,80%	6,80%	14,10%
ΑΡΚΕΤΑ	15,40%	18,20%	14,60%	9,60%	19,80%
ΟΥΔΕΤΕΡΟΣ	61,50%	0,00%	26,40%	47,90%	46,00%
ΛΙΓΟ	15,40%	31,80%	26,40%	17,80%	7,70%
ΚΑΘΟΛΟΥ	7,70%	50,00%	29,90%	17,80%	12,50%
ΝΑΙ	61,50%	54,50%	48,60%	43,80%	34,30%
ΟΧΙ	38,50%	45,50%	51,40%	56,20%	65,70%
ΑΡΣΕΝΙΚΟ	46,20%	36,40%	51,40%	45,20%	46,80%
ΘΗΛΥΚΟ	53,80%	63,60%	48,60%	54,80%	52,30%
ΚΑΤΩ ΤΩΝ 20	7,70%	18,20%	9,00%	8,20%	4,80%
21-30	7,70%	9,10%	19,40%	12,30%	34,30%
31-40	15,40%	13,60%	19,40%	21,90%	19,80%
31-50	30,80%	50,00%	25,00%	15,10%	17,30%
51-65	23,10%	0,00%	13,20%	28,80%	16,50%
65 ΚΑΙ ΑΝΩ	15,40%	9,10%	13,90%	13,70%	7,30%
ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	15,40%	13,60%	23,60%	11,00%	22,60%
ΠΤΥΧΙΟ ΑΕΙ	23,10%	9,10%	41,70%	54,80%	41,50%
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	46,20%	22,70%	14,60%	8,20%	12,90%
ΤΕΧΝΙΚΟ	0,00%	4,50%	9,00%	12,30%	4,80%
ΑΛΛΟ	15,40%	50,00%	11,10%	13,70%	18,10%
ΑΓΑΜΟΣ/Η	15,40%	27,30%	30,60%	24,70%	40,70%
ΕΓΓΑΜΟΣ/Η	69,20%	72,70%	58,30%	67,10%	46,00%
ΣΕ ΜΙΑ ΑΤΥΠΗ ΣΧΕΣΗ	15,40%	0,00%	6,90%	8,20%	8,50%
ΔΙΑΖΕΥΓΜΕΝΟΣ/Η	0,00%	0,00%	3,50%	0,00%	2,00%
ΧΗΡΟΣ/Α	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	2,80%
ΜΕΧΡΙ 25000€	23,10%	4,50%	21,50%	27,40%	56,50%
ΜΕΧΡΙ 35000€	30,80%	68,20%	38,90%	57,50%	29,40%
35000€ ΚΑΙ ΑΝΩ	46,20%	27,30%	39,60%	15,10%	14,10%

Για ακόμα μια φορά βλέπουμε ότι οι ταξιδιώτες του εξωτερικού βλέπουν με πιο αισιόδοξο μάτι την οικονομία αφού το 81.80% υποστηρίζει ότι σύντομα η κατάσταση θα γίνει καλύτερη ενώ το 61.50% απάντησε ότι ήδη η οικονομία μας έχει πάρει την ανιούσα. Η πλειοψηφία αυτών που ταξιδεύουν για Αθήνα (53.20%) και αυτών που ταξιδεύουν Θεσσαλονίκη (11.30%) λένε ότι θα παραμείνουν άσχημα τα

πράγματα σε αντίθεση με αυτούς που πάνε σε άλλα μέρη της Ελλάδας όπου οι περισσότεροι πιστεύουν ότι γίνονται καλύτερα. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι στην πρωτεύουσα και συμπρωτεύουσα η συνθήκες είναι δυσκολότερες και ο κόσμος πιο δύσπιστος και απαισιόδοξος.

Όσον αφορά την συχνότητα των ταξιδιών αξίζει να σημειωθεί ότι το 68.20% αυτών που ταξιδεύουν 3-4 φορές το χρόνο υποστηρίζουν ότι η οικονομία θα γίνει σύντομα καλύτερη ενώ το 43.80% όσων ταξιδεύουν 1-2 φορές έχουν άγνοια για το τι θα γίνει στο μέλλον.

Βάσει των αποτελεσμάτων της επόμενης ερώτησης συμπεραίνουμε για ακόμα μία φορά ότι οι κάτοικοι του εξωτερικού που ζουν μία διαφορετική οικονομική κατάσταση στην καθημερινότητα τους απάντησαν ότι τα πράγματα θα γίνουν σύντομα καλύτερα (72.70%) και ότι γίνονται καλύτερα (61.50%). Επίσης υψηλό ποσοστό απαντήσεων συναντάμε σ' αυτούς που το ταξίδι τους τελειώνει στην Κρήτη (26.20%) και Αθήνα (30.60%) όπου απάντησαν ότι τα πράγματα θα παραμείνουν άσχημα.

Στην ερώτηση "που μείνατε κατά τη διάρκεια αυτού του ταξιδιού σας;" αξίζει να σημειώσουμε ότι κανένας απ' αυτούς που έμειναν σε καταλύματα φίλων ή οικογενείας πιστεύουν ότι η οικονομία γίνεται καλύτερη αντιθέτως συναντάμε μεγάλα ποσοστά στην απάντηση "θα παραμείνουν άσχημα". Όσον αφορά αυτούς που έμειναν σε ξενοδοχείο η πλειοψηφία απαντά ότι γίνονται καλύτερα ή τουλάχιστον θα γίνουν σύντομα. Επίσης μεγάλο ποσοστό (73.60%) συναντάμε στην απάντηση "δεν γνωρίζω". Στην ερώτηση που έχει να κάνει με το σκοπό του συγκεκριμένου ταξιδιού οι επιβάτες που ταξίδεψαν για να επισκεφθούν φίλους και συγγενείς εμφανίζονται όχι και τόσο αισιόδοξοι για το μέλλον αφού κανένας δεν πιστεύει ότι η κατάσταση καλυτερεύει ενώ μόλις το 4.50% ότι σύντομα θα γίνει καλύτερη, η πλειοψηφία 41.90% απάντησε ότι θα συνεχίσει να είναι άσχημη. Όσοι πραγματοποιούν αυτό το ταξίδι για διακοπές υποστηρίζουν το 77.30% ότι η οικονομία καλυτερεύει σύντομα, το 69.20% ότι βρίσκεται ήδη σε άνοδο ενώ το 59.70% δήλωσε άγνοια. Παρατηρούμε λοιπόν ότι η πλειοψηφία όσων ταξιδεύουν για διακοπές κάνουν θετικές βλέψεις για το μέλλον.

Στη συνέχεια ακολουθεί η ερώτηση που αφορά στη διάρκεια του ταξιδιού. Εδώ το υψηλότερο ποσοστό (72.70%) το συναντούμε σ' αυτούς που μένουν από 8-14 ημέρες οι οποίοι απάντησαν ότι τα πράγματα θα γίνουν σύντομα καλύτερα.

Στην επόμενη ερώτηση βλέπουμε ότι το 72.70% αυτών έκαναν την κράτηση του ταξιδιού περισσότερο από ένα μήνα πριν είπαν ότι τα πράγματα θα γίνουν σύντομα καλύτερα ενώ αυτή την απάντηση έδωσε μόλις το 4.50% αυτών που έκλεισαν το ταξίδι μέχρι και μία εβδομάδα πριν. Αξίζει εδώ να σημειώσουμε ότι ένα ποσοστό της τάξεως του 30.10% απάντησε ότι το χειρότερο πέρασε.

Συνεχίζοντας παρατηρούμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία(86.30%) αυτών που αγόρασαν το συγκεκριμένο ταξίδι ανεξάρτητα υποστηρίζουν ότι η κατάσταση θα παραμείνει άσχημη σε αντίθεση με αυτούς που το αγόρασαν ως πακέτο συμφωνίας όπου τα υψηλότερα ποσοστά απαντήσεων τα συναντάμε στις δύο πρώτες απαντήσεις (γίνονται καλύτερα, θα γίνουν σύντομα καλύτερα).

Στην ερώτηση “Πόσο έχει επηρεάσει/επηρέασε η οικονομική κρίση την διάρκεια του σημερινού ταξιδιού σε σχέση με παλαιότερα?” οι περισσότεροι(76.40%) απ’ αυτούς που δεν επηρεάστηκαν απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν τι να περιμένουν μελλοντικά για την οικονομία μας. Επίσης ένα ποσοστό 31.50% όπου επηρεάστηκε ελάχιστα η διάρκεια σε σχέση με πέρυσι υποστηρίζει ότι τα πράγματα θα παραμείνουν άσχημα.

Συνεχίζοντας έχουμε την ερώτηση “Πόσο έχει επηρεάσει/επηρέασε η οικονομική κρίση την δαπάνη για το σημερινό ταξίδι σε σχέση με παλαιότερα?” όπου όπως παρατηρούμε 1 στους 4 ερωτηθέντες που ξοδεύουν λιγότερα σε σχέση με παλιά είναι λογικό να απαντήσουν ότι προβλέπουν την οικονομία να παραμένει άσχημη. Επίσης ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό (47.60%) από αυτούς που δαπανούν λιγότερα σε σχέση με παλιότερα πιστεύουν επίσης ότι τα πράγματα θα συνεχίσουν να είναι δύσκολα.

Η επόμενη ανάλυση έχει να κάνει με το κατά πόσο επηρεάστηκε η προσωπική ευτυχία των ερωτηθέντων μετά την οικονομική κρίση στη χώρα μας. Εδώ πρέπει να σταθούμε στο ότι το 53.40% του δείγματος μας που απάντησε ότι επηρεάστηκε αρκετά ,πιστεύει ότι το χειρότερο πέρασε. Επίσης λογικό είναι να συναντάμε υψηλά ποσοστά απ’ αυτούς που επηρεάστηκαν “πάρα πολύ” και “αρκετά” στην απάντηση ότι η κατάσταση θα παραμείνει άσχημη αφού είναι ακόλουθο όσοι επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό οικονομικά να μην βλέπουν το μέλλον της οικονομίας τόσο θετικά σε αντίθεση με αυτούς που δεν επηρεάστηκαν καθόλου όπου το 22.70% απάντησε ότι τα πράγματα θα γίνουν σύντομα καλύτερα.

Στην ερώτηση “Πόσο επηρέασε η οικονομική κρίση τα ταξιδιωτικά\τουριστικά σας σχέδια πέρυσι? “τα συμπεράσματα που βγάζουμε από τις απαντήσεις είναι τα ίδια με τις παραπάνω ερωτήσεις, όσων δηλαδή τα ταξιδιωτικά τους σχέδια επηρεάστηκαν αρνητικά λόγω της οικονομικής κρίσης απάντησαν ότι προβλέπουν ότι η οικονομία θα ανακάμψει δύσκολα.

Η επόμενη ερώτηση αναφέρεται στο κατά πόσο επηρεάστηκε η συχνότητα ταξιδιών μετά την οικονομική κρίση όπου κι εδώ ένα 54.50% απ’ αυτούς που δεν επηρεάστηκαν καθόλου προβλέπει ότι η οικονομία γίνεται σύντομα καλύτερη. Επίσης υψηλά ποσοστά συναντάμε στην απάντηση “δεν γνωρίζω” πράγμα που δηλώνει μεγάλη αβεβαιότητα για τη μελλοντική πορεία της οικονομίας μας.

Οι επόμενες έξι ερωτήσεις αναφέρονται στις μελλοντικές προβλέψεις των ερωτηθέντων. Αρχικά, θέσαμε το εξής ερώτημα σε όσους πήραν μέρος στην έρευνα, κατά πόσο θα επηρεάσει η κρίση την ικανότητα τους να ταξιδέψουν για λόγους αναψυχής και μετά για επαγγελματικούς λόγους. Βλέπουμε λοιπόν ότι υπάρχει μία μικρή διαφορά ανάμεσα στις προβλέψεις για τα επαγγελματικά ταξίδια και αυτά της αναψυχής. Όσον αφορά τα πρώτα οι προβλέψεις δεν είναι τόσο αρνητικές όσο τα δεύτερα. Θα λέγαμε ότι υπάρχει απλά μια αβεβαιότητα για το μέλλον των επαγγελματικών ταξιδιών. Το 36.30% αυτών που πιστεύουν ότι τα ταξίδια αναψυχής θα επηρεαστούν πάρα πολύ αναμένουν ότι η δύσκολη κατάσταση στην οικονομία θα συνεχίσει να υφίσταται, όταν μόλις το 13.70% του δείγματός μας, απάντησαν το ίδιο όσον αφορά τα επαγγελματικά ταξίδια. Οι μισοί από τους ερωτηθέντες των οποίων τα "business trips" δεν θα επηρεαστούν καθόλου βλέπουν τα πράγματα να γίνονται σύντομα καλύτερα. Την ίδια απάντηση έδωσε κι ένα μεγάλο ποσοστό δείγματος (61.50%) όπου έμεινε ουδέτερο στην ερώτηση μας. Για ακόμα μία φορά λοιπόν φτάνουμε στο ίδιο συμπέρασμα, ότι δηλαδή όσοι επηρεάζονται ελάχιστα από την οικονομική κρίση πιστεύουν ότι ανακάμπουμε σιγά σιγά. Εκτός όμως από αυτό, εδώ προκύπτει κι ένα ακόμα συμπέρασμα ότι όσοι έχουν επηρεαστεί από την κρίση ελαττώνουν τα ταξίδια αναψυχής σε μεγαλύτερο βαθμό από τα επαγγελματικά. Τα ταξίδια αναψυχής λοιπόν, αποτελούν πλέον αγαθό πολυτελείας.

Οι επόμενες 4 ερωτήσεις αναφέρονται στις μελλοντικές προσδοκίες των ερωτηθέντων για τα τουριστικά και επαγγελματικά ταξίδια σε σχέση με το παρελθόν. Όπως λοιπόν συμπεράναμε και προηγουμένως αυτά που θα επηρεαστούν αρνητικά στο μέλλον είναι τα ταξίδια αναψυχής μιας και τα υψηλότερα ποσοστά τα συναντάμε στις απαντήσεις "πάρα πολύ" και "αρκετά" στην ερώτηση που έχει να κάνει με τα ταξίδια αναψυχής.

Οι επόμενες ερωτήσεις έχουν να κάνουν με τα προσωπικά στοιχεία των ερωτηθέντων. Βάσει του φύλου των ταξιδιωτών βλέπουμε ότι οι γυναίκες φαίνεται να μην είναι αισιόδοξες για την οικονομία σε σχέση με τους άντρες. Επιπλέον λαμβάνοντας υπόψη την ηλικία παρατηρούμε ότι οι μόνοι που φαίνεται να βλέπουν με καλύτερο μάτι το μέλλον της οικονομίας μας είναι οι ηλικίες 41-50. Συμπεραίνουμε δηλαδή ότι περισσότερο έχουν "πληγεί" οι νέοι και οι συνταξιούχοι. Στη συνέχεια πρέπει να σταθούμε στο πως βλέπουν οι ερωτηθέντες το μέλλον βάσει του μορφωτικού τους επιπέδου. Εδώ αξίζει να σημειώσουμε ότι η πλειοψηφία όσων είναι κάτοχοι πτυχίου ΑΕΙ απάντησε ότι το χειρότερο πέρασε (54.80%) και το 41.50% ότι τα πράγματα θα παραμείνουν άσχημα σε αντίθεση με τους κατόχους μεταπτυχιακού όπου το 46.20% απάντησε ότι η κατάσταση γίνεται καλύτερη. Το 69.20% των παντρεμένων απάντησε ότι τα πράγματα θα γίνουν

σύντομα καλύτερα όταν μόλις το 15.40% των άγαμων έδωσε την ίδια απάντηση. Οι άγαμοι λοιπόν που λογικά οι περισσότεροι είναι σε νεαρή ηλικία βλέπουμε όπως και στην προηγούμενη ερώτηση ότι ανησυχούν περισσότερο για το μέλλον της οικονομίας σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες. Τέλος όπως ήταν αναμενόμενο οι περισσότεροι ερωτηθέντες (56.50%) που ανήκουν στην τάξη με χαμηλό εισόδημα απάντησαν ότι τα πράγματα θα παραμείνουν άσχημα σε αντίθεση με το 46.20% των ταξιδιωτών με υψηλό εισόδημα που δήλωσε ότι τα πράγματα γίνονται καλύτερα.

Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας από ότι φαίνεται δεν βρισκόμαστε στην αρχή διεξόδου από τη διεθνή κρίση αλλά μάλλον στην αρχή νέων και πιο σύνθετων αδιεξόδων για την παγκόσμια οικονομία. Όλα τα οικονομικά δεδομένα της χώρας βαδίζουν από το κακό στο χειρότερο δεν θα μπορούσε λοιπόν από όλη αυτή την κατάσταση να ξεφύγει ο τουρισμός.

Ο τουρισμός είναι μία από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες στην Ελλάδα. Η σημασία του γίνεται ακόμα μεγαλύτερη αν αναλογιστούμε την καταλυτική του συμβολή στη περιφερειακή ανάπτυξη και στη δημιουργία απασχόλησης. Η παρούσα οικονομικά και κοινωνικά δύσκολη περίοδος που διανύουμε έφερε στην επιφάνεια την ανάγκη να αναθεωρήσουμε λανθασμένες νοοτροπίες που είχαμε υιοθετήσει τα τελευταία χρόνια έτσι ώστε ο τομέας του τουρισμού να περάσει αλώβητος από την παρούσα κρίση.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες έχουν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση όχι μόνο όσον αφορά τα τουριστικά τους σχέδια αλλά και γενικότερα στη ζωή τους.

Θετικό είναι ότι η διάρκεια ταξιδιού έχει επηρεαστεί σχετικά λίγο σε σχέση με τις δαπάνες αφού πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες έχουν περιορίσει κατά πολύ τα έξοδά τους. Μεγάλη επιρροή υπάρχει επίσης στα τουριστικά σχέδια αφού η ικανότητα μεγάλου αριθμού τουριστών να ταξιδέψουν φέτος σε σχέση με πέρυσι επηρεάστηκε κατά μεγάλο βαθμό.

Γενικά στην έρευνα μας βλέπουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματός μας έκαναν την κράτησή τους τουλάχιστον ένα μήνα πριν τη πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, ανεξάρτητα και χωρίς να έχουν αγοράσει οποιοδήποτε είδος τουριστικής ασφάλειας. Επίσης οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες ανήκουν στη χαμηλή οικονομικά τάξη.

Πιο συγκεκριμένα τώρα, όσον αφορά τα ταξίδια σε σχέση με την οικονομική κρίση, ένα συμπέρασμα είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος υποστηρίζει ότι η οικονομία στην Ελλάδα θα συνεχίσει να είναι σε άσχημη κατάσταση για αρκετό καιρό ακόμα. Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι ειδικά η νεοί άνθρωποι φαίνεται να είναι απαισιόδοξοι για το μέλλον μιας και είναι η ηλικιακή ομάδα που έχει "χτυπηθεί" περισσότερο από την οικονομική κρίση. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο ότι μεγάλο ποσοστό ταξιδεύει στο εξωτερικό και το ταξίδι του τελειώνει εκεί. Εκτός όμως από τους νέους και οι συνταξιούχοι έχουν επηρεαστεί αρκετά αφού βάσει των απαντήσεών τους φαίνεται ότι φοβούνται για το μέλλον. Επίσης μεγάλη ανησυχία για το μέλλον εκφράζουν όσοι ταξιδεύουν για Αθήνα πράγμα που δηλώνει ότι η πρωτεύουσα έχει επηρεαστεί αρκετά από την δύσκολη κατάσταση που βρίσκεται η χώρα μας σε σχέση με άλλους προορισμούς στην επαρχία.

Λίγο πιο αισιόδοξοι για την οικονομία εμφανίζονται όσοι ζουν (μόνιμα ή προσωρινά) σε χώρες του εξωτερικού όπου δεν έχουν επηρεαστεί ούτε προβλέπουν μείωση στα μελλοντικά τους ταξιδιωτικά σχέδια σε τέτοιο βαθμό όσο οι επιβάτες του εσωτερικού. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η χώρα μας βρίσκεται σε μεγαλύτερη δυσχέρεια σε σχέση με άλλες χώρες του εξωτερικού.

Επίσης βλέπουμε ότι η πλειοψηφία όσων ταξιδεύουν στο εσωτερικό παρατήρησαν μείωση στη συχνότητα και στις δαπάνες του παρόντος ταξιδιού σε σχέση με παλαιότερα όχι όμως και στη διάρκεια του. Εκεί που παρατηρείται η μεγαλύτερη μείωση όμως είναι στο ότι έχει να κάνει με ταξίδι αναψυχής. Ένα αγαθό λοιπόν που επιλέγει ο μέσος Έλληνας πολίτης να μειώσει αισθητά λόγω της οικονομικής κρίσης είναι ο τουρισμός αναψυχής. Δε θα λέγαμε όμως ότι ισχύει το ίδιο και για όσους ζουν εκτός Ελλάδας.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι δεν επηρεάζονται τα επαγγελματικά ταξίδια αφού η πλειοψηφία υποστηρίζει ότι δεν έχει ούτε προβλέπει μεγάλες αλλαγές σ' αυτόν τον τομέα πράγμα που είναι παρήγορο αφού σημαίνει ότι το επιχειρησιακό-εμπορικό κομμάτι "κινείται" ακόμα.

Θέλουμε επίσης να επισημάνουμε ότι βάσει των αποτελεσμάτων αλλά και της επαφής μας με τον κόσμο στο αεροδρόμιο κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της έρευνά μας, επικρατεί μια ανησυχία και μία αβεβαιότητα για την άσχημη πορεία της οικονομικής κατάστασης της χώρας μας η οποία όπως φαίνεται έχει επηρεάσει αρνητικά τον τουρισμό και κυρίως τις εσωτερικές μετακινήσεις. Οι Έλληνες ταξιδιώτες κυρίως έχουν δει τα ταξίδια τους να μειώνονται αισθητά σε συχνότητα, διάρκεια και κόστος σε σχέση με παλαιότερα καθώς εκφράζουν τον φόβο ότι θα μειθθούν ακόμα περισσότερο στο μέλλον.

Όπως βλέπουμε και από τα αποτελέσματα της έρευνας δεν μπορεί να εκτιμηθεί η διάρκεια της οικονομικής ύφεσης στην οποία έχει επέλθει η χώρα μας. Το σίγουρο όμως είναι ότι ο τουριστικός κλάδος έχει επηρεαστεί αρνητικά. Ο τουρισμός όπως όλοι γνωρίζουμε αποτελεί τονωτική ένεση για την οικονομία της χώρας μας όχι μόνο γιατί αποφέρει πολλά έσοδα αλλά και για το λόγο ότι απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων ειδικά τους καλοκαιρινούς μήνες. Είναι λοιπόν αυτονόητο ότι για μία χώρα όπου ο βασικός πυλώνας της οικονομίας της είναι ο τουρισμός, απαιτείται σωστός χειρισμός από το κράτος αλλά και από τον ιδιωτικό τομέα ώστε να μειώσουμε όσο γίνεται την αρνητική επιρροή της οικονομικής κρίσης στο τουριστικό προϊόν.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Mcintosh and Goeldner (1990), *"Tourism: Principles, practices, philosophies"*.

- Σ.Βαρβαρέσος(1991) *“Διεθνής οικονομική κρίση και Τουρισμος”* Α.Τ.Ε.Ι Αθήνας.
- Σ.Βαρβαρέσος (1998), *“Τουρισμός έννοιες,μεγέθη,δομές.Η ελληνική πραγματικότητα”* εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
- ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ(2012) ,*“Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία”*
- ΙΝΕ-ΓΣΕΕ,(2008) ,*«Η ελληνική οικονομία και η απασχόληση»*, Ετήσια Έκθεση, Αθήνα.
- Ε.Θεοδοροπούλου(2008),*“Ο αειφορικός τουρισμός ως εργαλείο και μέσο οικονομικής και βιώσιμης ανάπτυξης”*, Πτυχιακή εργασία-Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο-Αθήνα.
- Ε.Σημαντηράκη(2010)*“Ελληνικός τουρισμός και οικονομική κρίση”* ,Πτυχιακή εργασία Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης-Ηράκλειο.
- Α.Νούλας (2009),*“Χρηματοπιστωτικές κρίσεις, αίτια και αφορμές”* , Πτυχιακή εργασία Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
- Υπουργείο Οικονομικών, (2010) , *«Οικονομικές εξέλιξης του 2009 και προοπτικές για το 2010»*
- *“Πρόβλεψη πτώσης 20% στα έσοδα από τον τουρισμό”* , Διεύθυνση Οικον. Μελετών της Eurobank.
- Ν.Σαριανίδης(2008-2009)*“Ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα ”* ,Πτυχιακή εργασία,Α.Τ.Ε.Ι Δυτικής Μακεδονίας .
- Ε.Ο.Τ ,*“Τουριστική Πολιτική 2002 –2006”*.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- www.nsa.gr , *“Οι Επιπτώσεις της Οικονομικής Κρίσης στον Τουρισμό ”* Νίκος Σκουλάς(2008).
- www.crime.gr , *“Τουρισμός : Βασικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας”* της Ε.Κοντομάρη (2013).
- www.espa.gr
- www.epistimonikomarketing.gr , *“Επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης στον τουρισμό”* (2009)
- www.enet.gr *“Οικονομική κρίση και τουριστική ανάπτυξη”* Ναπολέοντας Μαραβέγιας (2010)
- www.diakopes.gr Έρευνα της **GfK Travel Insights**, *“Οικονομική κρίση και Τουρισμός στην Ελλάδα”*
- www.sete.gr , *“ Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση 2011 και Προβλέψεις για το 2012 ”*
- www.sete.gr ,*“Ο τουρισμός πρωταγωνιστής στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδος-Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο”* (2010)
- www.sete.gr *“Η σημασία του τουρισμού στην Ελλάδα το 2011”*
- <http://el.wikibooks.org> *“Τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης”*
- <http://el.wikibooks.org> *“Οικονομική κρίση-αιτίες και αποτελέσματα-Η περίπτωση της Ελλάδας).*

