



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΘΕΜΑ

**“Τάσεις της τουριστικής συμπεριφοράς των Ελλήνων.
Διερεύνηση μεταβολών από την οικονομική κρίση”.**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Πέτρος Χόϊερ

Επιβλέπων Καθηγητής: Νικόλαος Τριχάς

©

Ιεράπετρα 2009

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Ιεράπετρα, Ιούνιος 2009

Πέτρος Χόϊερ

Περίληψη

Στη μελέτη αυτή θα προσπαθήσουμε αρχικά να αναλύσουμε τον κλάδο του τουρισμού, παραθέτοντας παράλληλα και κάποια στατιστικά στοιχεία. Στην συνέχεια παρουσιάζεται η τουριστική αγορά της Ελλάδος, τα είδη και οι μορφές του τουρισμού, τα χαρακτηριστικά, πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού. Ακολουθεί αναφορά στην θέση που η Ελλάδα κατέχει παγκοσμίως, τους ανταγωνιστές της, ενώ στο επόμενο κεφάλαιο αναλύονται οι συνέπειες από την παγκόσμια οικονομική κρίση και οι συνέπειες αυτής στον Έλληνα τουρίστα.

Στην συνέχεια ακολουθεί μελέτη-έρευνα του παραπάνω φαινομένου, κάνοντας αναφορά στην επίδραση και τις επιπτώσεις του στην άμεση μελλοντική περίοδο.

Στα επόμενα 2 κεφάλαια παρουσιάζονται προβλέψεις και μελλοντικές εκτιμήσεις για τον τουρισμό, ενώ παράλληλα παρουσιάζονται διάφορα σημαντικά προβλήματα τουριστικής φύσεως μέσα από τα οποία θα προτείνουμε ορισμένες πολιτικές με την υιοθέτηση των οποίων μπορεί η χώρα μας να αναδειχθεί σε ακόμα πιο ελκυστικό τουριστικό προορισμό και να συνεχίσει να προσφέρει ελκυστικές τουριστικές υπηρεσίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη	III
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	VI
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	VII
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	VIII
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	3
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	3
2.1 Τουρισμός	3
2.2 Μορφές Τουρισμού	5
2.3 Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα και αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού	8
2.4 Σπουδαιότητα τουριστικού τομέα στην Ελλάδα	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	14
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ	14
3.1 Η θέση της Ελλάδας	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	19
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	19
4.1 Η σημασία του Τουρισμού για την παγκόσμια οικονομία	19
4.2 Τουριστική Ανταγωνιστικότητα. Ο Δείκτης του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ και η θέση της Ελλάδας	20
4.3 Η τουριστική κίνηση το 2008 διεθνώς.....	22
4.4 Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα το 2008	24
4.5 Σύγκριση μεταξύ Μεσαίων και Μεγάλων Επιχειρήσεων.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	32
Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	32
5.1 Ο ρόλος του Τουρισμού μετά την κρίση	32
5.2 Εμπόδια και αρνητικοί παράγοντες για την Τουριστική Ανάπτυξη.....	33
5.3 Η μεγάλη πρόκληση (συμπεράσματα).....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	38
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	38
6.1 Προβληματισμός της έρευνας.....	38
6.2 Συλλογή ερευνητικού υλικού.....	38
6.3 Μεθοδολογία.....	39
6.4 Ανάλυση ποιοτικών και ποσοτικών μεταβλητών.....	40
6.5 Κατανομή χ^2	41
6.6 Επαγωγική στατιστική: Έλεγχος υποθέσεων.....	42
6.7 Η τιμή P (P value).....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	46
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	46
7.1 Συσχέτιση ποσού διάθεσης για τις διακοπές και κατηγορία διαμονής.....	46
7.2 Συσχέτιση μείωσης ποσού διάθεσης για τις διακοπές και μείωσης στην τουριστική κίνηση της Ελλάδας λόγω οικονομικής κρίσης.....	48
7.3 Συσχέτιση των μεταβλητών ανταπόκριση στην κρίση και βελτίωσης της ποιότητας	50

7.4 Συσχέτιση των μεταβλητών ανταπόκριση στην κρίση και αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν ανταγωνιστικό	53
7.5 Συσχέτιση των μεταβλητών βελτίωση της ποιότητας και αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν ανταγωνιστικό.....	55
Βιβλιογραφία.....	57
Παράρτημα Α.....	59
Παράρτημα Β.....	63

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1	Τουριστικές εισπράξεις και ρυθμός μεταβολής στην Ελλάδα για τα χρόνια 2001 - 2007	12
Πίνακας 3.1	Αριθμός αφίξεων στην Ελλάδα, τα χρόνια 2000 – 2007	14
Πίνακας 4.1	Μερίδια εισερχόμενου τουρισμού και ρυθμός ανάπτυξης των αντίστοιχων χωρών	25
Πίνακας 7.1	Συσχέτιση μεταβλητών «Ποσό διάθεσης» και «Διαμονή»	45
Πίνακας 7.2	Αποτελέσματα ελέγχου χ^2	45
Πίνακας 7.3	Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient	46
Πίνακας 7.4	Συσχέτιση μεταβλητών «Μείωση ποσού» και «Οικονομική κρίση»	48
Πίνακας 7.5	Αποτελέσματα ελέγχου χ^2	48
Πίνακας 7.6	Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient	48
Πίνακας 7.7	Συσχέτιση μεταβλητών «ανταπόκριση στην κρίση» και «βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών»	50
Πίνακας 7.8	Αποτελέσματα ελέγχου χ^2	51
Πίνακας 7.9	Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient	51
Πίνακας 7.10	Συσχέτιση μεταβλητών «Ανταπόκριση στην κρίση» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»	52
Πίνακας 7.11	Αποτελέσματα ελέγχου χ^2	53
Πίνακας 7.12	Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient	53
Πίνακας 7.13	Συσχέτιση μεταβλητών «Βελτίωση της ποιότητας» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»	54
Πίνακας 7.14	Αποτελέσματα ελέγχου χ^2	55
Πίνακας 7.15	Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient	55

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 2.1 Συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ (% στο συνολικό ΑΕΠ)	13
Διάγραμμα 4.1 Δομή Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας	20
Διάγραμμα 5.1 Ποσοστό του ΑΕΠ που καταλαμβάνει ο τουρισμός και ο ταξιδιωτικός τομέας	35
Διάγραμμα 6.1 Η κατανομή X^2	41
Διάγραμμα 7.1 Κατανομή των τουριστών με βάση την κατηγορία διαμονής τους	47
Διάγραμμα 7.2 Μείωση διαθέσιμου ποσού για διακοπές	49
Διάγραμμα 7.3 Μείωση της τουριστικής κίνησης λόγω κρίσης	49
Διάγραμμα 7.4 Συσχέτιση μεταβλητών «μείωση διαθέσιμου εισοδήματος» και «οικονομική κρίση»	49
Διάγραμμα 7.5 Συσχέτιση μεταβλητών «ανταπόκριση στην κρίση» και «βελτίωση της Ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών»	51
Διάγραμμα 7.6 Συσχέτιση μεταβλητών «ανταπόκριση στην κρίση» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»	53
Διάγραμμα 7.7 Συσχέτιση μεταβλητών «Βελτίωσης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν Πιο ανταγωνιστικό»	55

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στην εκπόνηση της παρούσας εργασίας συνέβαλαν αρκετοί άνθρωποι τους οποίους οφείλω να ευχαριστήσω, αφού η βοήθειά τους οδήγησε στην ποιοτικότερη παρουσίαση του θέματος.

Καταρχάς η συμβολή του επιβλέποντα καθηγητή κ. Τριχά Νικόλαου υπήρξε καθοριστική στην ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας. Οι καίριες υποδείξεις του και η κριτική τόσο στο κείμενο όσο και στην ανάλυση οδήγησαν στο βέλτιστο αποτέλεσμα.

Επίσης, νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, που με στηρίζει σε ότι και αν κάνω, αλλά και τους φίλους μου Θοδωρή και Άγγελο για την ενθάρρυνση και τη συμπαράσταση τους στη διάρκεια της συγγραφής της διπλωματικής αυτής.

Τέλος, δεν θα μπορούσα να μην ευχαριστήσω τους 80 ερωτώμενους που αποτελούν το δείγμα της έρευνας. Χωρίς τη δική τους συμμετοχή η διπλωματική εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται στην Ελλάδα μια σημαντική αύξηση του τουρισμού και ταυτόχρονα αυξημένη επιστημονική προσέγγιση, η οποία διερευνά τα χαρακτηριστικά, τις δυνατότητες και την πορεία του φαινομένου αυτού. Στο πλαίσιο αυτό έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον ο τρόπος που αναπτύσσεται και μεταβάλλεται ο τουρισμός.

Ο τουρισμός για μια χώρα αποτελεί έναν πολύ σημαντικό κλάδο της οικονομίας καθότι καταφέρει να ενισχύσει την οικονομική ανάπτυξη αυτής αλλά και την απασχόληση. Θεωρείται δραστηριότητα η οποία αποτελεί την «ατμομηχανή» της ελληνικής οικονομίας, με συνεχώς μάλιστα αυξανόμενη σημασία. Οι τάσεις του τουρισμού σε κάθε χώρα διαφέρουν σε σχέση με κάποια άλλη ενώ ταυτόχρονα μεταβάλλονται με την πάροδο των ετών. Συνεπώς υπάρχουν χώρες οι οποίες είναι πολύ αναπτυγμένες τουριστικά, κάποιες άλλες δεν έχουν μεγάλη ανάπτυξη ενώ υπάρχουν και κάποιες χώρες οι οποίες δεν έχουν ακόμα καταφέρει να αναπτύξουν τον τουρισμό τους. Η συνεχώς αυξανόμενη σημασία του τουρισμού, τόσο για τις αναπτυγμένες όσο και για τις αναπτυσσόμενες χώρες, τον κατέστησε αναπόσπαστο τμήμα της διεθνούς εξειδίκευσης, κατά τον ίδιο τρόπο με το διεθνές εμπόριο, τις άδηλες συναλλαγές ή την κίνηση κεφαλαίων. Η ανάλυση αυτών των καθοριστικών παραγόντων παρουσιάζει μεγάλη σπουδαιότητα, γιατί από την εξέλιξη, τη βαρύτητα και το ρόλο τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό η θέση της Ελλάδας στο παγκόσμιο τουριστικό σκηνικό.

Για την ανάδειξη του τουρισμού και την προβολή μιας χώρας χρησιμοποιούνται διάφορα μέσα και πολιτικές, ωστόσο υπάρχουν ορισμένα προβλήματα τα οποία περιορίζουν την τουριστική ανάπτυξη σε ορισμένες χώρες όπως για παράδειγμα η εποχικότητα, η έλλειψη ποιότητας στις τουριστικές υπηρεσίες και η περιορισμένη ανάπτυξη του

εναλλακτικού τουρισμού η οποία οδηγεί και στην έλλειψη κατάλληλων υποδομών.

Η χώρα μας για πολλούς αποτελεί έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω των πλούσιων φυσικών πόρων που διαθέτει αλλά και του συνδυασμού «ήλιος και θάλασσα». Ωστόσο η χώρα μας έχει σημαντικά θέματα τα οποία χρίζουν άμεσης αντιμετώπισης προκειμένου να επιτευχθεί μεγαλύτερη ανάπτυξη του τουρισμού. Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα την παρούσα χρονική στιγμή του ελληνικού τουρισμού, αλλά και του Έλληνα τουρίστα είναι η οικονομική κρίση, ένα παγκόσμιο φαινόμενο με σημαντικές επιπτώσεις σε πολλούς τομείς και δραστηριότητες του ανθρώπου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Τουρισμός

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ, 1981) ορίζει τον τουρισμό ως μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει κάθε είδους μετακινήσεις, είτε διαμέσω διεθνών συνόρων (αλλοδαπός) είτε όχι (ημεδαπός), για πάνω από 24 ώρες και για διάφορους λόγους, στους οποίους δεν συμπεριλαμβάνονται λόγοι μετανάστευσης και τακτικής ημερήσιας απασχόλησης. Ο ανωτέρω ορισμός καθορίζει την τουριστική δραστηριότητα με βάση τη συγκυριακή μετακίνηση των ανθρώπων. Στο παρελθόν, μια στενότερη αστική θεώρηση περιόριζε την έννοια του τουρισμού σε μετακινήσεις και δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου.

Γενικά ο τουρισμός έχει ερμηνευτεί από πολλούς ερευνητές αλλά δεν έχει καταφέρει να συμπεριλάβει στον ορισμό του όλες τις διαστάσεις του.

Ένας άλλος απλός και κατανοητός ορισμός για τον τουρισμό και ο οποίος χρησιμοποιείται συνήθως αναφέρει ότι τουρισμός είναι η μετακίνηση των ανθρώπων από μία γεωγραφική θέση σε μία άλλη για περίοδο μικρή ή μεγάλη. Με άλλα λόγια ο τουρισμός έχει να κάνει με τις μετακινήσεις προσώπων από τόπο σε τόπο, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό με σκοπό την αναψυχή. (Καραθάνος, 1996 :13)

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organisation, 1993, «Recommendations on Tourism Statistics») λέγοντας αριθμό τουριστών εννοούμε τις μετακινήσεις προσώπων για τουλάχιστον μια νύχτα, για λόγους:

- 1) ψυχαγωγίας, ανάπαυσης, διακοπών,
- 2) επισκέψεων σε φίλους και συγγενείς,
- 3) επαγγελματικούς,

- 4) υγείας,
- 5) θρησκευτικούς,
- 6) για διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις κ.λ.π.

Υπό το πρίσμα μιας σύγχρονης θεώρησης ο τουρισμός δεν αντικατοπτρίζεται ως μια μεμονωμένη δραστηριότητα αλλά ως ένα πλέγμα δραστηριοτήτων με κύριες αυτές της διαμονής, της εστίασης, της μετακίνησης, της ψυχαγωγίας και των γενικών και εξειδικευμένων υπηρεσιών. Θεωρείται ως σύμπλεγμα στενά αλληλοεξαρτώμενων οικονομικών κλάδων που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος.

Αυτή η διεύρυνση προάγει τη στήριξη της άποψης ότι η βιομηχανία ταξιδιών και τουρισμού είναι η μεγαλύτερη και η πιο δυναμική βιομηχανία, αποτελούσα την κύρια πηγή δημιουργίας εσόδων, απασχόλησης, ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα και των υποδομών (άποψη του ΠΟΤ, 1997).

Με τον όρο τουριστικές εισπράξεις αναφερόμαστε στις εισπράξεις από:

- α) Ομαδικά και οργανωμένα ταξίδια, διακοπές, εκδρομές
- β) Διαμονή σε ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα
- γ) Φαγητό και ποτά
- δ) Μεταφορές
- ε) Ψυχαγωγία – πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις
- στ) Αγορές
- ζ) Διάφορα.

Συνήθως τα κίνητρα για τουρισμό διαφέρουν από λαό σε λαό και από άνθρωπο σε άνθρωπο. Ορισμένα χαρακτηριστικά κίνητρα τουρισμού είναι τα επαγγελματικά, τα ψυχαγωγίας – ευχαρίστησης, της αναζήτησης περιπέτειας, της εκπαίδευσης, της υγείας, του αθλητισμού και της επίσκεψης αρχαιολογικών χώρων.

Η ανάπτυξη του τουρισμού τα τελευταία 40 χρόνια είναι πολύ μεγάλη, καθώς πέρασε από το επίπεδο των λίγων στον μαζικό τουρισμό. Σημαντικοί παράγοντες αυτής της αλλαγής ήταν τόσο η τεχνολογική ανάπτυξη η οποία μείωσε τις αποστάσεις, όσο και η ανάγκη για τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των εργαζομένων στον αναπτυσσόμενο κόσμο.

2.2 Μορφές Τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ICAP, 2008) ο τουρισμός διακρίνεται σε :

- Εγχώριο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν εντός αυτής (π.χ Έλληνες εντός της Ελλάδας),
- Εξερχόμενο, που αφορά τους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα (π.χ Έλληνες που ταξιδεύουν στην Αγγλία),
- Εισερχόμενο, που αφορά τους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα (π.χ Άγγλοι που έρχονται στην Ελλάδα).

Πέρα από τις τρεις βασικές κατηγορίες τουρισμού, υπάρχει και ο λεγόμενος εσωτερικός τουρισμός, ο οποίος καλύπτει τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό μαζί, ο εθνικός τουρισμός που καλύπτει τον εγχώριο και τον εξερχόμενο τουρισμό και τέλος ο διεθνής τουρισμός, ο οποίος είναι ο εξερχόμενος και ο εισερχόμενος μαζί.

Πέρα από τις διακρίσεις του τουρισμού στις παραπάνω κατηγορίες, έχουν καθιερωθεί επίσης ορολογίες σχετικές με μορφές τουρισμού με κριτήριο τα κίνητρα των τουριστών που ταξιδεύουν. Έτσι η πρώτη και πιο διαδεδομένη μορφή τουρισμού είναι ο Μαζικός Τουρισμός. Ουσιαστικά περιλαμβάνει τους τουρίστες, που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, ενώ κύρια χαρακτηριστικά του είναι η μαζικότητα, η ομαδικότητα και ο διεθνισμός.

Η δεύτερη μορφή τουρισμού είναι γνωστή ως Ειδικός Τουρισμός και περιλαμβάνει τον τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων και τον

Εναλλακτικό τουρισμό. Αφορά περισσότερο τους τουρίστες που επιλέγουν ειδικές μορφές τουρισμού ανάλογα με πιο εξειδικευμένα ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (π.χ. θρησκευτικός τουρισμός, οικολογικός- περιβαλλοντικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, πολιτιστικός και συνεδριακός τουρισμός, αγροτουρισμός κτλ.) και τουρίστες, οι οποίοι αναζητούν γενικότερα διαφορετικό τύπο διακοπών (αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος, ορειβατικός).

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια να αναπτυχθεί ιδιαίτερα ο συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μια από τις σημαντικότερες ειδικές μορφές τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός θεωρείται πιο παραδοσιακός και συνδέεται πιο άμεσα με τα τουριστικά γραφεία, σε αντίθεση με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που είναι λιγότερο εξαρτημένες από τους tour operators και λιγότερο συνδεδεμένες με την θερινή περίοδο.

Τα είδη του τουρισμού στην Ελλάδα είναι τα εξής:

Θαλάσσιος Τουρισμός: Τα νησιά της Ελλάδος θεωρούνται από τα καλύτερα στον κόσμο και για το λόγο αυτό αποτελούν και ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αυτός ο τουριστικός πλούτος της Ελλάδας είναι μοναδικός στη Μεσόγειο και αξιοποιείται από ξένους επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού και ποιοτικού επιπέδου. Ο θαλάσσιος τουρισμός ετησίως αποφέρει πολλά έσοδα στη χώρα.

Ενδημικός Τουρισμός: Ο ενδημικός τουρισμός αφορά κυρίως την τρίτη ηλικία τουριστών όπως για παράδειγμα συνταξιούχους αλλά και νεότερους που δεν έχουν δεσμεύσεις εργασίας στη χώρα τους και έχουν ανάγκη να ζήσουν σε καλύτερο κλίμα. Η Ελλάδα διαθέτει πολύ καλό κλίμα και ορισμένες περιοχές της χώρας μας είναι παραδείγματα τόπων όπου διαμένουν ξένοι για μακρές περιόδους ή έχουν κάνει τη δεύτερη κατοικία τους. Αυτό το είδος του τουρισμού είναι συνάρτηση του επιπέδου των υπηρεσιών υγείας, του επιπέδου της ψυχαγωγίας και της αποτελεσματικής προστασίας του περιβάλλοντος.

Εσωτερικός Τουρισμός: Ο εσωτερικός τουρισμός αποτελεί τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής και ανταποκρίνεται σε ζωτικές ανάγκες του πληθυσμού. Στην Ελλάδα αναπτύσσεται με τη βοήθεια των διαφόρων τουριστικών οργανώσεων.

Κοινωνικός Τουρισμός: Ο κοινωνικός τουρισμός επιδιώκει την ενίσχυση από το κράτος, από τους εργοδότες, από τα συνδικάτα και από τα ασφαλιστικά ταμεία, των εργαζομένων και των οικογενειών τους που δεν έχουν τα οικονομικά μέσα εκείνα τα οποία θα τους βοηθήσουν να πραγματοποιήσουν ευχάριστες και φθηνές διακοπές.

Η ενίσχυση αυτή πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους όπως δημιουργία και λειτουργία κατάλληλων τουριστικών εγκαταστάσεων με χαμηλό κόστος, οικονομικές παροχές, εξασφάλιση καλύτερων τιμών μέσω ομαδικών κρατήσεων κ.λ.π..

Εναλλακτικός Τουρισμός: Ο τουρισμός αυτός σηματοδοτεί μία νέα περίοδο τουριστικής ανάπτυξης και τουριστικής πολιτικής για τον ελληνικό χώρο.

Οι πρώτες προσπάθειες ξεκίνησαν από το τέλος της δεκαετίας του 1980. Τα κοινωνικά στρώματα που συμμετέχουν σε αυτό το τουρισμό είναι μέσης και άνω μόρφωσης αλλά και εισοδήματος. Τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού που υπάρχουν και τα οποία έχουν την δυνατότητα να αναπτυχθούν στην χώρα μας για να επιτευχθεί βιώσιμος τουρισμός είναι ο Οικοτουρισμός, ο Πολιτιστικός τουρισμός, ο Συνεδριακός τουρισμός, ο Αθλητικός τουρισμός, ο Θρησκευτικός τουρισμός, ο Ιαματικός τουρισμός, ο χιονοδρομικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός και ο περπατητικός τουρισμός. (Ραφαήλ, 2001: 67)

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών (<http://www.iter.gr>) ο εξελίξεις στην τουριστική οικονομία τα τελευταία χρόνια είναι οι εξής:

- Η τουριστική οικονομία, δηλαδή το σύνολο της προστιθέμενης αξίας που προσδιορίζεται αμέσως και εμμέσως από την τουριστική ζήτηση, κυμαίνεται στο επίπεδο 18 – 20% του ΑΕΠ,
- Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα ανέρχεται σε 690.000 άτομα,
- Το συνάλλαγμα που αποκτάται φτάνει τα 9 δις. \$ και έχει αποδειχθεί ότι ο τουρισμός έχει καταφέρει να βελτιώσει την κατανομή του περιφερειακού εισοδήματος τα τελευταία 20 – 30 έτη,
- Το τουριστικό συνάλλαγμα είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από το συνάλλαγμα των βιομηχανικών εξαγωγών και 1,8 φορές μεγαλύτερο από το σύνολο των εξαγωγών,
- Το 1960 το τουριστικό ακαθάριστο προϊόν ήταν ίσο με 3% του ΑΕΠ, ενώ το 2000 έφτανε το 20% του ΑΕΠ,

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι ο τουρισμός έχει πάρει οριστικά τη σκυτάλη ως πρωταγωνιστής στην αναπτυξιακή διαδικασία. Καταφέρνει να ξεπερνά σημαντικά προβλήματα και να προσφέρει περισσότερη απασχόληση και έσοδα στην χώρα μας. Χωρίς καμία υπερβολή μπορεί να υποστηριχθεί ότι το βασικό εμπόδιο της συνεχούς ανάπτυξης του τουριστικού τομέα είναι οι δυνατότητες προσφοράς των σχετικών ανθρωπογενών υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές και ποιότητα. (Παυλόπουλος, 2001: 15)

Το παραπάνω είναι αναγκαίο να γίνει κατανοητό για να μπορέσουν να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον τουρισμό, να αναπτυχθούν οι υποδομές και γενικότερα η χώρα μας να αποκτήσει μια πιο ανταγωνιστική θέση σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

2.3 Χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα και αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού

Σύμφωνα με τον ΕΟΤ (ΕΟΤ, 2001: 14) τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού είναι τα παρακάτω:

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών με συνέπεια την 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 την δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης,

4. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου με συνέπεια την 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 την δημιουργία προβλημάτων βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα,

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

Τα πλεονεκτήματα της χώρας μας 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 πολιτιστική 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 τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων,
- Η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής,

Ο τουρισμός μας έχει τις εξής αδυναμίες:

- 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 και αναδομές 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.

2.4 Σπουδαιότητα τουριστικού τομέα στην Ελλάδα

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 (WEFA), χρησιμοποιούν δυο έννοιες

στην προσπάθειά τους να προσεγγίσουν το πρόβλημα μετρήσεως του τουριστικού προϊόντος.

- 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..

- 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.

Στα ανωτέρω πρέπει να προστεθούν και οι πολλές επιδράσεις της τουριστικής δαπάνης. Επισημαίνεται ότι η πραγματοποιηθείσα πρόοδος στην προσέγγιση του μεγέθους του τουριστικού τομέα και της συμβολής του τουρισμού στην διαμόρφωση του ΑΕΠ δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί στατιστικά.

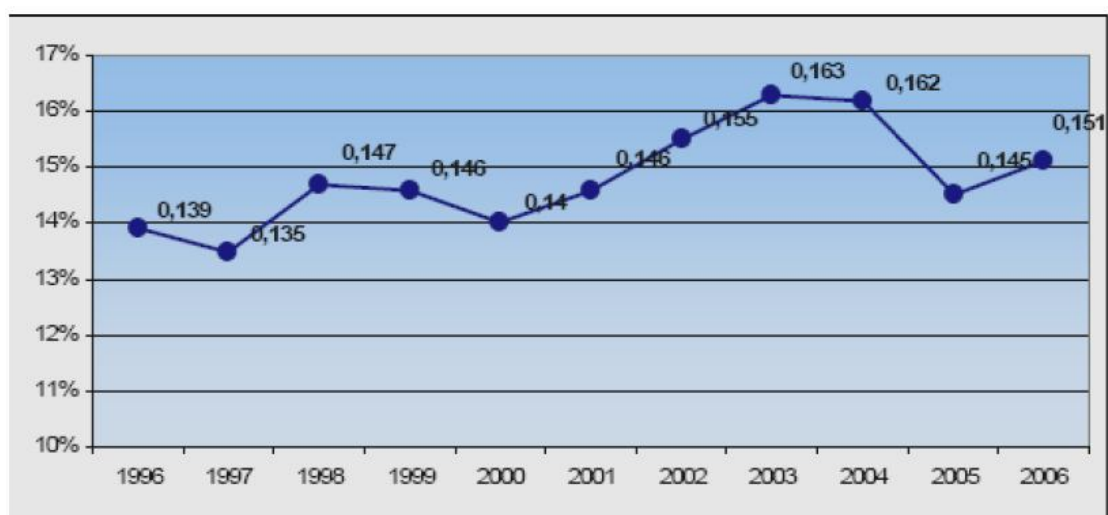
Πίνακας 2.1: Τουριστικές εισπράξεις και ρυθμός μεταβολής στην Ελλάδα για τα χρόνια 2001 – 2007

Έτος	Τουριστικές εισπράξεις (€ εκατ.)	Ρυθμός μεταβολής (%)
2001	10.579,9	
2002	10.284,7	-2,8
2003	9.460,1	-8
2004	10.347,8	+9,4
2005	10.729,5	+4,7
2006	11.356,7	+5,8
2007	11.319,2	-0,3

Η δυσκολία αυτή έγκειται στο ότι δεν είναι γνωστό το μέγεθος του στατιστικού σφάλματος και δεν προκύπτει σαφώς από τα πρώτα

ευρήματα το εννοιολογικό περιεχόμενο των κονδυλίων που περιλαμβάνονται στον λογαριασμό του Ακαθάριστου Τουριστικού Προϊόντος. Στο παρακάτω διάγραμμα διαπιστώνουμε την συμβολή του τουρισμού στο συνολικό ΑΕΠ της Ελλάδος. Είναι κοινή γνώμη ότι ο τουρισμός είναι ένας πολύ σημαντικός τομέας ο οποίος συμβάλλει στην ανάπτυξη του ΑΕΠ της χώρας μας. Από το 1997 παρατηρείται μια διαρκής και σταθερή αύξηση του ΑΕΠ με μια μικρή πτώση το 2000 της τάξεως του 0,6 %.

Σχεδιάγραμμα 2.1 Συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ (% στο συνολικό ΑΕΠ) Πηγή: WTTC



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 Η θέση της Ελλάδας

Η Ελλάδα, από τα πρώτα κιόλας μεταπολεμικά χρόνια, βρίσκεται ανάμεσα στις πιο τουριστικές χώρες της Ευρώπης. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών από σχεδόν ανύπαρκτες το έτος 1950, φθάνουν τα 13 εκατομμύρια το έτος 2000 και υπολογίζεται ότι θα φθάσουν τα 20 εκατομμύρια μέχρι το έτος 2010 (Μελέτη ΙΤΕΠ, αριθμ. 5, 1999).

Πίνακας 3.1: Αριθμός αφίξεων στην Ελλάδα, τα χρόνια 2000 - 2007

Έτος	Αφίξεις
2000	13.567.453
2001	14.678.688
2002	14.918.177
2003	14.784.560
2004	14.267.420
2005	15.449.133
2006	17.283.910
2007	18.754.593

Στοιχεία από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού φανερώνουν ρυθμούς μεταβολής ανά δεκαετία που αγγίζουν το 1098% για την δεκαετία 1950-1960, το 302% για την δεκαετία 1960-1970, το 227% για την δεκαετία 1970-1980 κλπ., ρυθμοί μεταβολής υψηλότεροι από κάθε άλλη χώρα σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο (<http://www.sete.gr>, 2003). Το φυσικό περιβάλλον, η πολιτιστική κληρονομιά και η πλούσια ιστορία της αποτέλεσαν και αποτελούν ακόμη τα πλεονεκτήματα της Ελλάδας ως χώρας υποδοχής τουριστών. Η εξέλιξη αυτή έχει μετατρέψει

τον τουριστικό τομέα σε ένα αρκετά δυναμικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας, οι άμεσες και έμμεσες επιδράσεις του οποίου συνεισφέρουν το 18-20% του ΑΕΠ. Η τουριστική ανάπτυξη αντικατοπτρίζεται τόσο στον αριθμό των ξενοδοχειακών κλινών, οι οποίες το 2006 αριθμούν τις 693.252 σε σύνολο των 9.111 ξενοδοχειακών μονάδων όλων των κατηγοριών, όσο και στο σύνολο των απασχολουμένων στο τουριστικό κλάδο (σύμφωνα με την ΕΣΥΕ Ξενοδοχεία και εστιατόρια κλάδος 55) οι οποίοι κατά το γ' τρίμηνο του 2007 έφθασαν τις 340.000.

Η Ελλάδα στην πρόσφατη Έκθεση που παρουσιάστηκε το Μάρτιο του 2009 (<http://www.weforum.org>) βρίσκεται στην 24η θέση μεταξύ των 133 οικονομιών με βαθμολογία 4,9 (με άριστα το 7). Σε σχέση με πέρυσι η Ελλάδα υποχώρησε δύο θέσεις χωρίς να αλλάξει η συνολική της βαθμολογία, ωστόσο πέρυσι οι χώρες που διαγωνίζονταν ήταν 130. Μεταξύ των 41 ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στο Δείκτη η Ελλάδα καταλαμβάνει την 18η θέση. Βρίσκεται έτσι χαμηλότερα από χώρες όπως η Ελβετία, η Γαλλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Κύπρος και ψηλότερα από χώρες όπως η Ιταλία, η Μάλτα, η Κροατία, η Σλοβενία, η Ουγγαρία, η Τουρκία και η Τσεχία.

Πιο αναλυτικά η Ελλάδα στις τρεις κατηγορίες του Γενικού Δείκτη καταλαμβάνει τις εξής θέσεις:

- Την 18η θέση στην Κατηγορία Ρυθμιστικό Πλαίσιο (με βαθμολογία 5,49)
- Την 27η θέση στην Κατηγορία Επιχειρηματικό Περιβάλλον και Υποδομές (με βαθμολογία 4,66)
- Την 27η θέση στην Κατηγορία Ανθρώπινοι, Πολιτισμικοί και Φυσικοί Πόροι (με βαθμολογία 4,58)

Στους 14 Πυλώνες που συνθέτουν αυτές τις τρεις κατηγορίες Δεικτών η Ελλάδα έλαβε τις εξής θέσεις:

▶ *Κατηγορία Ρυθμιστικό Πλαίσιο*

- Νόμοι και κανονισμοί – 57^η θέση
- Περιβαλλοντική αειφορία – 47^η θέση

- Ασφάλεια – 47^η θέση
- Υγεία και υγιεινή – 19^η θέση
- Βαθμός προτεραιότητας στον κλάδο - 3^η θέση
- ▶ *Κατηγορία Επιχειρηματικό Περιβάλλον και Υποδομές*
 - Υποδομές αεροπορικών μεταφορών – 19^η θέση
 - Υποδομές επίγειων μεταφορών – 43^η θέση
 - Υποδομές τουρισμού – 5^η θέση
 - Υποδομές Τεχνολογιών και Πληροφορικής – 40^η θέση
 - Ανταγωνιστικότητα τιμών στον κλάδο – 114^η θέση
- ▶ *Κατηγορία Ανθρώπινοι, Πολιτισμικοί και Φυσικοί Πόροι*
 - Ανθρώπινο δυναμικό – 44^η θέση
 - Στάση απέναντι στον τουρισμό – 35^η θέση
 - Φυσικοί πόροι - 74^η θέση
 - Πολιτιστικοί πόροι - 23^η θέση

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (<http://www.weforum.org>):

Η θέση της Ελλάδας παραμένει σταθερή σε σχέση με πέρυσι. Ευνοείται κυρίως από τους πλούσιους πολιτιστικούς πόρους, την άριστη υγεία και υγιεινή και τις καλές τουριστικές υποδομές. Η Ελλάδα ταξινομείται πολύ υψηλά όσον αφορά το βαθμό προτεραιότητας που δίνει η Κυβέρνηση στον τουριστικό τομέα. Περαιτέρω, υπάρχει σημαντική σχέση της κοινωνίας με τον τουρισμό συγκριτικά με πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η οποία αντανακλάται σε μια γενικά ανοικτή και θετική στάση απέναντι στους τουρίστες. Ωστόσο η συνολική απόδοση της χώρας συγκρατείται από τους κανονισμούς που δεν είναι εξ ολοκλήρου ενθαρρυντικοί για την ανάπτυξη του τομέα, τους αυστηρούς κανόνες που υπάρχουν για τις άμεσες ξένες επενδύσεις (FDI), καθώς επίσης και το σημαντικό χρόνο και κόστος που απαιτείται για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Άλλο ένα αδύνατο σημείο είναι οι υποδομές των επίγειων μεταφορών της χώρας, οι οποίες είναι χειρότερες απ' ό,τι είναι σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες (κυρίως η ποιότητα των σιδηροδρόμων και των λιμένων).

Τα δυνατά σημεία της Ελλάδας σύμφωνα με την Έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ είναι:

- Η έμφαση που δίνεται από την Κυβέρνηση στον τομέα του Τουρισμού, η Ελλάδα σε αυτό τον Πυλώνα καταλαμβάνει την 3^η θέση μεταξύ των 133 οικονομιών.
- Δεύτερο δυνατό σημείο είναι οι Τουριστικές Υποδομές. Σε αυτό τον Πυλώνα η χώρα μας καταλαμβάνει την 5^η θέση.
- Τέλος, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 19^η θέση στους πυλώνες των Αεροπορικών υποδομών και της Υγείας και Υγιεινής.

Αυτά είναι τα δυνατά σημεία, πάνω στα οποία η χώρα μας μπορεί να βασιστεί. Και είναι πολύ σημαντικά γιατί αντανakλούν την εικόνα που έχουν οι άλλοι για εμάς, αλλά και την εικόνα που έχουμε εμείς για τη χώρα μας.

Τα αδύνατα σημεία σύμφωνα με τη συγκεκριμένη Έκθεση είναι:

- Η ανταγωνιστικότητα τιμών όπου η χώρα μας καταλαμβάνει την 114^η θέση.
- Επίσης, στον Πυλώνα Φυσικοί πόροι η Ελλάδα καταλαμβάνει την 74^η θέση και
- Στους Νόμους και κανονισμούς καταλαμβάνει την 57^η θέση.

Πιο αναλυτικά στους επιμέρους Δείκτες, στα θετικά καταγράφονται:

- Η πληθυσμιακή πυκνότητα των Ιατρών-Παθολόγων (1^η θέση)
- Η πρόσβαση σε πόσιμο νερό (1^η θέση)
- Η παρουσία στην αγορά μεγάλων εταιρειών ενοικιάσεως αυτοκινήτων (1^η θέση)
- Η επικύρωση των περιβαλλοντικών συνθηκών (2^η θέση)
- Η συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις (3^η θέση)
- Ο αριθμός των τουριστικών δωματίων (4^η θέση)
- Η συμμετοχή στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση (7^η θέση)
- Ο αριθμός των μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς (9^η θέση)

Στα αρνητικά σημεία της χώρας έχουμε:

- Το καθεστώς απολύσεων και προσλήψεων εργαζομένων (113^η θέση)
- Την επίδραση στην επιχειρηματικότητα των Κανονισμών για τις Ξένες Άμεσες Επενδύσεις (107^η θέση)
- Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε Ισοδύναμα Αγοραστικής Δύναμης (107^η θέση)
- Τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου (99^η θέση)
- Το εύρος της χρήσης του Διαδικτύου από τις επιχειρήσεις (97^η θέση)
- Τις τιμές των καυσίμων (96^η θέση)

Συνεπώς προκύπτει ένα στρατηγικό συμπέρασμα:

Η Ελλάδα χώρα με συγκριτικά καλές τουριστικές υποδομές θα πρέπει να βασιστεί στην ποιότητα του τουριστικού προϊόντος δίνοντας έμφαση στους φυσικούς και πολιτιστικούς της πόρους και να μην ανταγωνιστεί στο πεδίο των τιμών. Ωστόσο το ποιοτικό τουριστικό προϊόν θα πρέπει να τιμολογηθεί ανταγωνιστικά ώστε να έχει την ανάλογη, υψηλή ζήτηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

4.1 Η σημασία του Τουρισμού για την παγκόσμια οικονομία

Η τουριστική βιομηχανία αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια μια σειρά σοβαρών και σε μεγάλο βαθμό πρωτοφανών προκλήσεων: από την έξαρση της παγκόσμιας τρομοκρατίας, το υψηλό κόστος των καυσίμων και των λοιπών πρώτων υλών και φυσικά τελευταία την παγκόσμια οικονομική κρίση, η οποία συνδέεται άμεσα με τη συμπίεση της καταναλωτικής δαπάνης. Παρόλα αυτά ο κλάδος παραμένει ένας κρίσιμος οικονομικός τομέας παγκοσμίως και ένας τομέας που παρέχει σημαντικές δυνατότητες για την οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας διεθνώς. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα δίνει τη δυνατότητα να αναπτυχθούν οι περισσότερο απομακρυσμένες περιοχές και να τονώσει την οικονομία τους.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ (UNWTO) (<http://www.world-tourism.org>), οι αφίξεις τουριστών έφτασαν τα 924 εκατομμύρια το 2008 παγκοσμίως, παρουσιάζοντας αύξηση 2% σε σχέση με το 2007, παρά τη μείωση που εμφανίσθηκε στο δεύτερο εξάμηνο του προηγούμενου έτους. Από αυτούς τα 180 εκ. επισκέφθηκαν τη Μεσόγειο και τα 15 με 16 εκατ. επισκέφθηκαν την Ελλάδα.

Το Διεθνές Συμβούλιο Παγκόσμιου Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) εκτιμά ότι ο τουριστικός κλάδος αντιπροσωπεύει αμέσως ή εμμέσως περίπου το 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ δηλαδή 5,5 τρισ. \$, το 11% των παγκόσμιων εξαγωγών, δηλαδή 2 τρισ. \$ και το 9,4% των διεθνών επενδύσεων 1,2 τρισ. \$.

Στον Τομέα απασχολούνται φέτος παγκοσμίως 220 εκ. εργαζόμενοι, ποσοστό 7,6% επί των συνολικά απασχολούμενων. Μέχρι το

2019 αναμένεται ο αριθμός αυτός να αυξηθεί στα 276 εκ. Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα σύμφωνα και με το Συμβούλιο επιδρά στην αύξηση της απασχόλησης, στην ανάπτυξη και μπορεί να βελτιώσει το ισοζύγιο πληρωμών μιας χώρας με το εισερχόμενο συνάλλαγμα.

Κατά συνέπεια ο τομέας είναι ιδιαίτερα σημαντικός για τη βελτίωση της ευημερίας, ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες χώρες και έτσι συμβάλει και στην καταπολέμηση της φτώχειας.

4.2 Τουριστική Ανταγωνιστικότητα. Ο Δείκτης του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ και η θέση της Ελλάδας

Η σημασία του τουριστικού τομέα οδήγησε και στη δημιουργία ενός ξεχωριστού Δείκτη και μιας σημαντικής Έκθεσης που εκπονείται κάθε χρόνο από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) (<http://www.weforum.org>) και έχει ήδη λάβει μεγάλη δημοσιότητα. Από το 2007 και μετά το Φόρουμ εκδίδει και υπολογίζει τον Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (Travel & Tourism Competitiveness Index - TTCI), ο οποίος και καταγράφει την «τουριστική» ανταγωνιστικότητα 133 χωρών για το 2009.

Η ανάλυση του Δείκτη εξυπηρετεί δύο σκοπούς: Κατ' αρχάς παρέχει στους ενδιαφερόμενους χρήσιμες συγκριτικές πληροφορίες για πολλές οικονομίες και ένα σημαντικό εργαλείο αξιολόγησης στις επιχειρήσεις και τους επενδυτές. Δεύτερον, η ανάλυση παρέχει μια ευκαιρία για τον κλάδο να προβάλει στους εθνικούς σχεδιαστές πολιτικής τα εμπόδια στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου και να δώσει λαβή για την έναρξη διαλόγου μεταξύ του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.

Ο Δείκτης Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας - TTCI είναι βασισμένος σε τρεις κατηγορίες μεταβλητών. Αυτές οι κατηγορίες συνοψίζονται ως εξής:

(1) Ρυθμιστικό πλαίσιο

(2) Επιχειρηματικό περιβάλλον και υποδομές

(3) Ανθρώπινοι, πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι

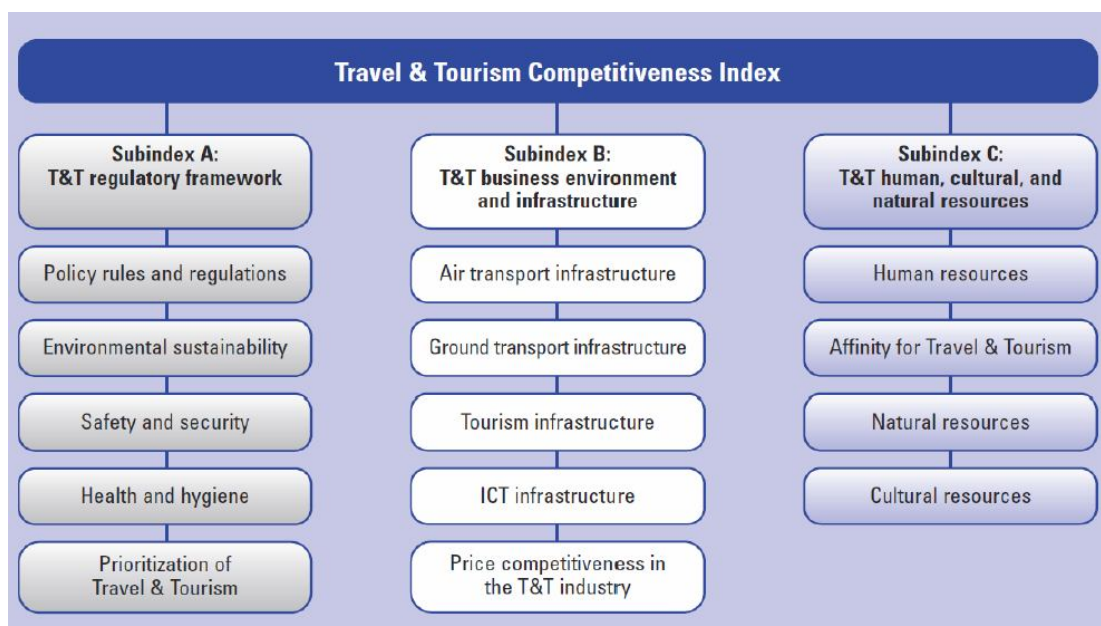
Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει εκείνα τα στοιχεία που σχετίζονται κυρίως με την κυβερνητική πολιτική, η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα στοιχεία του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των υποδομών κάθε οικονομίας και η τρίτη κατηγορία τους ανθρώπινους, πολιτιστικούς, και φυσικούς πόρους κάθε χώρας.

Οι τρεις κατηγορίες στηρίζονται σε 14 Πυλώνες Δεικτών, οι οποίοι είναι οι εξής:

1. Νόμοι και κανονισμοί,
2. Περιβαλλοντική αειφορία,
3. Ασφάλεια,
4. Υγεία και υγιεινή,
5. Βαθμός προτεραιότητας στον κλάδο,
6. Υποδομές αεροπορικών μεταφορών,
7. Υποδομές επίγειων μεταφορών,
8. Υποδομές τουρισμού,
9. Υποδομές Τεχνολογιών και Πληροφορικής,
10. Ανταγωνιστικότητα τιμών στον κλάδο,
11. Ανθρώπινο δυναμικό,
12. Στάση της κοινωνίας απέναντι στον τουρισμό,
13. Φυσικοί πόροι,
14. Πολιτιστικοί πόροι.

Αναλυτικά η δομή του δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας φαίνεται στο παρακάτω γράφημα:

Σχεδιάγραμμα 4.1 Δομή Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας



4.3 Η τουριστική κίνηση το 2008 διεθνώς

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του ΟΗΕ (<http://www.world-tourism.org>, το 2008, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών έφθασαν τα 924 εκατομμύρια (αύξηση 2 ή 16 εκατομμύρια σε σχέση με το 2007).

Η γενική αύξηση κατά 2% του διεθνούς τουρισμού για το 2008 στηρίζεται στα ισχυρά αποτελέσματα του πρώτου μισού του έτους, πριν την κατάρρευση των χρηματοοικονομικών αγορών. Στο δεύτερο μισό παρουσιάστηκε απότομη αλλαγή στην τάση με τις διεθνείς αφίξεις τουριστών είτε να είναι σταθερές, είτε να κινούνται αρνητικά σε σχέση με το 2007, ανάλογα με τη χώρα. Συνολικά, σύμφωνα με τον Οργανισμό η αύξηση κατά 5% μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου ακολουθήθηκε από μια πτώση 1% στο δεύτερο εξάμηνο. Εντούτοις, ο τουριστικός κλάδος δείχνει να αντιστέκεται σε σχέση με άλλους οικονομικούς τομείς.

Η αναστροφή των τάσεων κατά τη διάρκεια του δεύτερου εξαμήνου του 2008, οφείλεται κυρίως στην παγκόσμια οικονομική κρίση, την

άνοδο των τιμών του πετρελαίου και των α' υλών και τις έντονες διακυμάνσεις συναλλαγματικής ισοτιμίας, γεγονότα που υπονόμισαν την καταναλωτική και την επιχειρηματική εμπιστοσύνη.

Έτσι, τους τελευταίους έξι μήνες του 2008 αρνητικά κινήθηκαν οι τουριστικές αγορές της Ευρώπης (- 3%) και της Ασίας (- 3%). Αντιθέτως, η Αμερική (+1%), η Αφρική (+4%) και η Μέση Ανατολή (+5%) κινήθηκαν θετικά καθόλη τη διάρκεια του 2008.

Σύμφωνα με τον ΠΟΤ η πτώση του δεύτερου εξαμήνου του 2008 φαίνεται να συνεχίζεται και κατά το 2009. Η προβλεπόμενη οικονομική επιβράδυνση κατά το 2009 στις προηγμένες οικονομίες, για πρώτη φορά από το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, επεκτείνεται ήδη σε σημαντικές ανερχόμενες αγορές όπως η Κίνα, η Ινδία, και η Βραζιλία. Όσο θα συνεχίζεται η τρέχουσα οικονομική κρίση, ο Οργανισμός προβλέπει σταθερότητα ή ακόμη και μείωση για τον Τουριστικό Τομέα.

Σύμφωνα με την πρόσφατη έκδοση του Παγκόσμιου Βαρομέτρου (<http://www.world-tourism.org>), τον Ιανουάριο του 2009, ο διεθνής τουρισμός αναμένεται να κινηθεί μεταξύ 0 και -2% κατά τη διάρκεια του έτους. Ωστόσο, επισημαίνεται ότι υπάρχει ακόμα ένας υψηλός βαθμός αβεβαιότητας και πολλά θα εξαρτηθούν από τις εξελισσόμενες οικονομικές καταστάσεις.

Εάν η οικονομία αρχίσει να παρουσιάζει σημάδια ανάκαμψης, ο διεθνής τουρισμός μπορεί ακόμη και να αυξηθεί ελαφρώς το 2009 αλλά, εάν η οικονομία επιδεινωθεί περαιτέρω, τότε η τρέχουσα πρόβλεψη θα πρέπει να αναθεωρηθεί προς τα κάτω.

Με αυτά τα δεδομένα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναμένει ότι η Αμερική και η Ευρώπη θα είναι οι πιο επηρεασθείσες περιοχές από την πτώση του τουρισμού, δεδομένου ότι οι περισσότερες από τις αγορές που είναι τουριστικοί πελάτες τους θα πληγούν από την κρίση.

Στις 12 Μαρτίου παρουσιάστηκαν στο Βερολίνο τα αποτελέσματα της έρευνας οικονομικού αντίκτυπου του Συμβουλίου για το 2009. Οι

τάσεις και οι προβλέψεις για τον κλάδο είναι φέτος περισσότερο δύσκολες από ποτέ δεδομένης της οικονομικής κρίσης και των αβεβαιοτήτων.

Σύμφωνα με την έρευνα του Συμβουλίου η εικόνα είναι περισσότερο απαισιόδοξη για το 2009, μιας και προβλέπεται ότι ο κλάδος του Τουρισμού και των Ταξιδιών προβλέπεται να σημειώσει κάμψη κατά 3,6%. Επιπλέον για το 2010 αναμένεται οριακή αύξηση, λίγο πάνω από 0,3%. Εκτιμάται ότι η πτώση στις τιμές των καυσίμων και στον πληθωρισμό, θα δώσει μια ανάσα στα νοικοκυριά. Προβλέπεται λοιπόν μία πτώση του ΑΕΠ του κλάδου από 9,6% το 2008 σε 9% το 2010 και μία πτώση κατά 10 εκ. θέσεις στην απασχόληση στον κλάδο.

Οι τομείς που προβλέπονται από το Συμβούλιο να χτυπηθούν περισσότερο είναι αυτοί των τουριστικών επενδύσεων και του επαγγελματικού ταξιδιού. Συγκεκριμένα για το 2009 προβλέπεται μείωση επενδύσεων κατά 5% και περαιτέρω μείωση 1,25% το 2010. Παρά την τρέχουσα οικονομική συγκυρία η οικονομία του τουρισμού προβλέπεται να αυξηθεί κατά μέσο όρο 4% το χρόνο κατά τη διάρκεια των επόμενων δέκα ετών. Μέχρι το 2019 προβλέπεται να απασχολεί 275 εκατομμύρια εργαζόμενους οι οποίοι θα αντιπροσωπεύουν το 8,4% της συνολικής απασχόλησης.

4.4 Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα το 2008

Η παγκόσμια οικονομική κρίση επηρεάζει εξαιρετικά αρνητικά τόσο τα δημόσια οικονομικά όσο και την πραγματική οικονομία αρκετών χωρών.

Αναπόφευκτα, η Ελλάδα υφίσταται τις συνέπειες αυτής της κρίσης. Ο τομέας του τουρισμού, ως τομέας που απασχολεί άμεσα και έμμεσα το 1/5 περίπου του ενεργού πληθυσμού καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την διαμόρφωση των κύριων δημοσιονομικών μεγεθών. Σε αυτή τη δύσκολη οικονομική συγκυρία η ελληνική τουριστική βιομηχανία, βασικός

διαμορφωτής του ελληνικού ΑΕΠ καλείται να ανταγωνιστεί το 2009 τους ποιοτικούς και φτηνότερους προορισμούς πολλών γειτονικών μας χωρών.

Η τουριστική πώση το δεύτερο μισό του 2008, προμηνύει χειρότερες εξελίξεις για τον κλάδο το 2009. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με σχετική μελέτη της Eurobank (<http://www.eurobank.gr>), τους τελευταίους έξι μήνες του 2008 παρατηρήθηκαν παγκοσμίως σημαντικές πτώσεις στις αφίξεις και ιδιαίτερα στην Νότια Ευρώπη. Σε αντίθεση στην Ανατολική και Κεντρική Ευρώπη παρατηρήθηκε πτώση μόνο τους τελευταίους τρεις μήνες, ενώ τουριστικοί προορισμοί στην Μέση Ανατολή και την Αφρική, δεν εμφάνισαν σημεία κάμψης της τουριστικής κίνησης το 2008. Οι πρόσφατες εξελίξεις οδηγούν τις εκτιμήσεις για το 2009 σε αρνητική πλέον περιοχή. Η επιβράδυνση στις τουριστικές αφίξεις αναμένεται να είναι εντονότερη στην Ευρώπη, ιδιαίτερα στη Νότια Ευρώπη και τις ΗΠΑ. Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις στην Ελλάδα αναμένονται να ακολουθήσουν την τάση των αφίξεων.

Σύμφωνα με τη μελέτη της Eurobank (<http://www.eurobank.gr>) ο κίνδυνος για δυσμενέστερες προοπτικές για το 2009 στηρίζεται κυρίως στο γεγονός ότι οι καταναλωτές και οι οικονομίες στις κύριες τουριστικές αγορές μας πλήττονται καθημερινά. Οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Γαλλία και η Ιταλία χαρακτηρίζονται πλέον από αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Πίνακας 4.1: Μεριδία εισερχόμενου τουρισμού και ρυθμός ανάπτυξης των αντίστοιχων χωρών

Χώρα	Μερίδιο (%) στις συνολικές αφίξεις	Ρυθμοί Ανάπτυξης (%)		
		2007	ΔΝΤ 2008*	ΔΝΤ 2009*
ΗΠΑ	8,3	2	1,4	-0,7
ΗΒ	12,8	3	0,8	-1,3
Γερμανία	14	2,5	1,7	-0,8
Γαλλία	7,6	2,2	0,8	-0,5
Ιταλία	7,8	1,5	-0,2	-0,6

Ρωσία	3,8	8,1	6,8	3,5
-------	-----	-----	-----	-----

* πρόβλεψη

Σύμφωνα με την Eurobank (<http://www.eurobank.gr>), από την ανάλυση των ιστορικών στοιχείων προκύπτει ότι οι περίοδοι παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης συμπίπτουν με αντίστοιχες περιόδους αύξησης των αφίξεων στην Ελλάδα, ιδίως στο διάστημα 1996-2000 και 2005-2007. Αντίθετα, σε περιόδους οικονομικής επιβράδυνσης, οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας επηρεάζονται αρνητικά.

Υπολογίζεται ότι για κάθε πτώση του ρυθμού μεταβολής του παγκόσμιου ΑΕΠ κατά μία ποσοστιαία μονάδα, οι ετήσιες τουριστικές εισπράξεις στην Ελλάδα μειώνονται κατά 10% περίπου.

Έτσι, με βάση τις πρόσφατες προβλέψεις του ΟΟΣΑ για την παγκόσμια ανάπτυξη το 2009 και 2010, εκτιμάται από τη Eurobank ότι οι συνολικές αφίξεις ξένων τουριστών στην Ελλάδα ενδέχεται να συρρικνωθούν κατά 12% με 15% το 2009 και 3% με 4% το 2010. Με σημείο αναφοράς ένα τέτοιο δυσσώανο σενάριο, η απώλεια στις τουριστικές εισπράξεις μπορεί να είναι της τάξης του 20% για το 2009. Με τα διαθέσιμα δεδομένα για τις τουριστικές εισπράξεις, η μείωση των αφίξεων μπορεί να μεταφραστεί σε μια πτώση των τουριστικών εσόδων από τον ξένο τουρισμό της τάξης των €2 δισ. περίπου για το 2009 ή και παραπάνω, με προοπτικές για μείωση των εσόδων και το 2010.

Το θετικό στοιχείο των αναλύσεων είναι ότι τα νησιά του Αιγαίου και η Κρήτη, εμφανίζουν ιστορικά μεγαλύτερες αντοχές απέναντι στην πτώση ζήτησης και στις οικονομικές κρίσεις, σε αντιδιαστολή με την Αθήνα.

Επιπλέον, πιο ισχυρός στις οικονομικές επιβραδύνσεις εμφανίζεται ο εγχώριος τουρισμός, ο οποίος μειώνεται αλλά με βραδύτερους ρυθμούς από ό,τι ο ξένος.

Κατά γενική εκτίμηση, η Ελλάδα χαιρεί αρκετά καλής διαφοροποίησης στο τουριστικό της χαρτοφυλάκιο σε σχέση με άλλες

Μεσογειακές χώρες. Ωστόσο πρέπει να διατηρήσει και να αυξήσει τα μερίδιά της στις παραδοσιακές της αγορές (ΗΠΑ, Γερμανία, ΗΒ, Ιταλία κ.ά.) καθώς επεκτείνει το χαρτοφυλάκιό της στις νέες αγορές της Ρωσίας και της Ασίας.

Το τουριστικό χαρτοφυλάκιο της Ελλάδος σύμφωνα με τη Eurostat (<http://errp.eurostat.ec.europa.eu>) για το 2007, το 56% των αφίξεων στα ξενοδοχεία της χώρας μας οφείλεται σε τουρίστες από το εξωτερικό ενώ το 44% σε εγχώριο τουρισμό. Παράλληλα, το 44% του συνόλου των ξένων τουριστών για το 2007 προερχόταν από την Ευρωζώνη (14% από τη Γερμανία, 7,6% από τη Γαλλία, 7,8% από την Ιταλία, 4,4% από την Ολλανδία), το 12,7% από το ΗΒ, το 4,4% από την Ασία, το 3,8% από τη Ρωσία ενώ από τη Βόρειο Αμερική ήταν σχεδόν το 10% συνολικά (8,3% από τις ΗΠΑ).

Παραδοσιακά, οι τρεις κύριες χώρες-αγορές για την ελληνική τουριστική βιομηχανία είναι η Γερμανία, το ΗΒ και η Ιταλία, μια σχέση που φαίνεται να αλλάζει τα τελευταία έτη, καθώς εμφανίζεται πιο ισχυρή ζήτηση από νέες αγορές όπως αυτές της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας. Ωστόσο, βραχυχρόνια η Ελλάδα εξαρτάται τουριστικά εκτός από τον Έλληνα τουρίστα, από τον τουρίστα από την Ευρωζώνη (κυρίως Γερμανία, Ιταλία και Γαλλία), από το ΗΒ και τις ΗΠΑ. Το γεγονός αυτό αποτελεί κίνδυνο γιατί οι τουρίστες από τις ΗΠΑ, το ΗΒ και τη Γερμανία θα δυσκολευτούν να ταξιδέψουν στη χώρα μας φέτος λόγω της μεγάλης οικονομικής ύφεσης και πιστωτικής κρίσης στις χώρες τους. Η πτώση των αφίξεων από αυτές τις χώρες θα επηρεάσει και τα έσοδα.

Με εξαίρεση την Τουρκία και την Κροατία, σε όλες τις ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών μειώθηκαν την περίοδο Ιανουαρίου –Οκτωβρίου 2008. Το ύψος της μείωσης είναι περίπου το ίδιο για Ελλάδα και Ισπανία (-1,4% και -1,3% αντίστοιχα), ενώ ελαφρά χαμηλότερα ήταν για την Ιταλία (-1%) και την Κύπρο (0,6%). Θετικά κινήθηκαν οι συναλλαγματικές εισπράξεις στην Ελλάδα κατά 4%, αλλά και σε όλες τις ανταγωνίστριες χώρες με εξαίρεση την Κύπρο που σημείωσε μείωση κατά 4,1%. Ωστόσο, θα πρέπει να

σημειωθεί ότι αποτελεί ιδιαίτερα ανησυχητικό φαινόμενο το γεγονός ότι η επίδοση των κατεχοχών τουριστικών περιοχών της χώρας μας (Κρήτη, Δωδεκάνησα, Ιόνια Νησιά) ήταν επίσης αρνητική. Τη χειρότερη επίδοση μεταξύ των τριών παραπάνω περιοχών σημείωσαν τα Δωδεκάνησα (-2%) και ακολουθούν τα Ιόνια Νησιά (-1,4%) και η Κρήτη (-0,4%). Ωστόσο, θετική πορεία σημείωσαν οι αφίξεις στην Κεφαλονιά (+15,1%), Μύκονο (+3,8%) και Χίο (+22,6%). Η αρνητική πορεία του τουρισμού στέλνει το μήνυμα ότι το 2009 θα είναι μια ακόμη πιο δύσκολη χρονιά. Το πόσο δύσκολη θα είναι θα εξαρτηθεί από το πόσο θα επηρεαστεί από την κρίση το εισόδημα των αλλοδαπών που θέλουν να επισκεφτούν τη χώρα μας και κατά πόσο θα τους επηρεάσει σε αυτή τους την απόφαση.

Σύμφωνα με πρόσφατη ανακοίνωση (30 Μαρτίου 2009) του ΙΤΕΠ (<http://www.iter.gr>), η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας πρόκειται να μειωθεί κατά τουλάχιστον 4,24% το 2009, ενώ η μείωση της τουριστικής κίνησης από τις παραδοσιακές αγορές θα είναι ακόμη μεγαλύτερη, τουλάχιστον 4,58%. Επίσης, η συρρίκνωση της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας θα έχει σημαντικά αρνητική επίδραση στον τομέα της απασχόλησης.

Ειδικότερα, μείωση των αφίξεων κατά 5%, 10% ή 15% θα οδηγήσει στην απώλεια θέσεων εργασίας για ολόκληρη την οικονομία της τάξης των 69.000, 96.000 και 144.000 ατόμων, αντίστοιχα.

Αυτά είναι ορισμένα από τα συμπεράσματα της έκθεσης «Διεθνής Οικονομική Κρίση και Τουρισμός», την οποία κατάρτισε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.

Η εν λόγω προσέγγιση και εξαγωγή εκτιμήσεων - προβλέψεων βασίζεται στις εκτιμήσεις της Eurostat για την πορεία του ΑΕΠ (Ιανουάριος 2009) στις κύριες αγορές του ελληνικού τουρισμού και στη συμπεριφορά των δυνητικών τουριστών των αγορών αυτών, με βάση τις μεταβολές στο εισόδημά τους.

Πιο συγκεκριμένα, τα συνοπτικά συμπεράσματα και οι προτάσεις πολιτικής στις οποίες καταλήγει η έκθεση του ΙΤΕΠ έχουν ως εξής: Κατά

το 2009 ο ελληνικός τουρισμός θα βρεθεί υπό το καθεστώς διεθνούς οικονομικής ύφεσης και ισχυρού ανταγωνισμού, σε ένα συνεχώς επιδεινούμενο διεθνές πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον, αντιμετωπίζοντας τη μεταστροφή στην καταναλωτική συμπεριφορά και τις επιλογές των Ευρωπαίων τουριστών υπέρ του εσωτερικού τουρισμού, των κοντινών εξωχώριων προορισμών και κυρίως των τουριστικών αγορών χαμηλού κόστους, λόγω του υψηλού βαθμού χρέωσης των νοικοκυριών σε πολλές βασικές χώρες - πελάτες μας, της κάμψης της υπερτιμημένης αγοράς ακινήτων και της ανασφάλειας στην αγορά εργασίας (απολύσεις, μείωση πραγματικών μισθών), που συμπιέζουν το διαθέσιμο εισόδημα των εν δυνάμει τουριστών.

Για το 2009 και την τουριστική κίνηση της Ελλάδας προέκυψε πως τα πλέον αισιόδοξα σενάρια έχουν ως εξής:

- Ιδιαίτερα θα μεταβληθεί η τουριστική κίνηση από το Ηνωμένο Βασίλειο (-5,54%), τη Γερμανία (-5,29%) και την Ιταλία (-5,48%). Οι αγορές αυτές συνιστούν το 38% περίπου του εισερχόμενου τουρισμού μας, μερίδιο που ενδέχεται να μεταβληθεί αισθητά, δεδομένης της σημαντικής μεταβολής του ΑΕΠ που προβλέπει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τις εν λόγω χώρες.

- Συνολικά, η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας θα μειωθεί κατά 4,24% το 2009, ενώ η μείωση της τουριστικής κίνησης από τις παραδοσιακές αγορές θα είναι ακόμη μεγαλύτερη (-4,58%). Το τελικό αποτέλεσμα για την πορεία του τουριστικού κλάδου δεν εξαρτάται μόνο από την πορεία των αφίξεων, αλλά κυρίως από τον αριθμό των διανυκτερεύσεων και την πραγματοποιηθείσα δαπάνη.

- Εκτιμάται ότι η μείωση των εσόδων είναι μεγαλύτερη κατά 8-10 ποσοστιαίες μονάδες αυτής των αφίξεων.

Τέλος, το ΙΤΕΠ τονίζει ιδιαίτερα ότι στην παρούσα φάση είναι αδύνατο και επικίνδυνο να προσπαθήσει κάποιος να εκτιμήσει το προς τα πάνω όριο των αρνητικών επιπτώσεων της κρίσης. Οι οποιοσδήποτε

εξελίξεις στον τομέα των κρατήσεων σήμερα μπορούν να εκληφθούν μόνο ως ενδεικτικές της τάσης και όχι του μεγέθους των επιπτώσεων.

Παράλληλα σύμφωνα με τα αποτελέσματα Έρευνας Τουριστικής Συγκυρίας που διενήργησε το ΙΤΕΠ σε 289 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συνολικής δυναμικότητας 57.937 κλινών, παρά την τρέχουσα οικονομική συγκυρία το 2008, η τουριστική κίνηση εμφάνισε σταθερότητα σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή.

Συγκεκριμένα, το ποσοστό των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων που απάντησαν στην έρευνα ότι είχαν αύξηση της μέσης πληρότητας, σε σχέση με πέρυσι, συμπίπτει με το ποσοστό των επιχειρήσεων που σημείωσαν μείωση.

Θετική είναι η εικόνα που δίνουν οι απαντήσεις των επιχειρήσεων ως προς τον κύκλο εργασιών και τον αριθμό των απασχολούμενων. Τα ποσοστά των επιχειρήσεων που δήλωσαν ότι αύξησαν τον κύκλο εργασιών και τον αριθμό των απασχολούμενων είναι σαφώς μεγαλύτερα από τα ποσοστά των ξενοδοχείων που δήλωσαν μείωση.

Αρνητική είναι η εικόνα όσον αφορά τη μέση διάρκεια του αριθμού των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι η μέση διάρκεια παραμονής των πελατών μειώθηκε, σε σχέση με πέρυσι, είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι αυξήθηκε.

Στον τομέα των επενδύσεων, παρά την αβεβαιότητα που επικρατεί για το μέλλον της τουριστικής κίνησης, πάνω από τις μισές επιχειρήσεις (55%) δήλωσαν ότι προγραμματίζουν επενδύσεις κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου του 2009.

4.5 Σύγκριση μεταξύ Μεσαίων και Μεγάλων Επιχειρήσεων

Συγκρίνοντας τις επιχειρήσεις μεταξύ τους με βάση το μέγεθος τους, προκύπτει εμφανής η υπεροχή των θετικών απαντήσεων (αύξηση κύκλου εργασιών) στις μεγάλες επιχειρήσεις:

Σε όλες σχεδόν τις ερωτήσεις και συγκεκριμένα σε εκείνες που αφορούν τη μέση πληρότητα, τον κύκλο εργασιών, τις τιμές των υπηρεσιών και τον αριθμό των απασχολούμενων, τα ποσοστά των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι «αυξήθηκαν», είναι σημαντικά υψηλότερα στις μεγάλες επιχειρήσεις σε σύγκριση με τις μεσαίες επιχειρήσεις.

Μόνο στην ερώτηση που αφορά τη μέση διάρκεια του αριθμού των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών, το ποσοστό των θετικών απαντήσεων των μεγάλων επιχειρήσεων είναι μικρότερο από εκείνο των μεσαίων επιχειρήσεων.

Διαφορές, επίσης, παρατηρούνται μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων ως προς τα εμπόδια που εμποδίζουν την ανάπτυξη τους.

Για παράδειγμα, ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός είναι ο δεύτερος σπουδαιότερος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη στις μεγάλες μονάδες (42,2%) και ο έκτος για τις μεσαίες επιχειρήσεις (28,8%). Στις μικρές επιχειρήσεις η ανάπτυξη εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την κρατική υποστήριξη (42,1%), την τοπική αυτοδιοίκηση (38,4%) και την επάρκεια των συγκοινωνιών στην περιοχή τους (37,1%). Αντίθετα, στις μεγάλες επιχειρήσεις αυτοί οι παράγοντες έχουν μικρή βαρύτητα ως αποτρεπτικές αιτίες για την ανάπτυξη τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

5.1 Ο ρόλος του Τουρισμού μετά την κρίση

Όσο διαρκεί η κρίση οι τάσεις που θα ενισχύονται σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (<http://www.world-tourism.org>) είναι οι εξής:

- Θα προτιμούνται τα κοντινότερα ταξίδια και τα ταξίδια εντός της χώρας.
- Θα προτιμούνται οι επισκέψεις σε γνωστούς και φίλους και θα «αντέξουν» περισσότερο οι μεμονωμένοι ταξιδιώτες και όσοι ταξιδεύουν για ειδικό σκοπό (ανελαστικά ταξίδια)
- Προβλέπεται η μείωση των ημερών διαμονής και των εξόδων και
- όχι τόσο η μείωση του συνολικού αριθμού των επισκεπτών
- Οι προορισμοί που προσφέρουν value for money θα έχουν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Οι επισκέπτες θα «κλείνουν» πολύ αργά τις διακοπές τους σε σχέση με το παρελθόν
- Οι επιχειρήσεις θα αναγκαστούν να συγκρατήσουν τις τιμές
- Θα είναι πιο σημαντικό από ποτέ για τους επαγγελματίες του κλάδου να δουλεύουν όσο το δυνατόν πιο κοντά στην «αλυσίδα του τουριστικού προϊόντος»
- Περιορισμός εταιρικών διακοπών (συνέδρια, bonus)

Το σίγουρο είναι ότι η τουριστική βιομηχανία μπορεί να διαδραματίσει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια ανάπτυξη

μετά το πέρας της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Ο τομέας έχει δεχθεί ήδη τις δυσμενείς επιπτώσεις από την κρίση και θα συνεχίσει να πιέζεται τα επόμενα δύο έτη. Ωστόσο, αυτό δεν συμβαίνει για πρώτη φορά και σύμφωνα με τα συμπεράσματα ειδικής επιτροπής που σύστησε ο ΟΗΕ (<http://www.un.org>), αν αντιμετωπιστεί σωστά η κρίση από κυβερνήσεις και επιχειρήσεις ο τουριστικός τομέας θα εξέλθει αυτής περισσότερο ισχυρός.

Η εν λόγω επιτροπή κατέληξε επίσης σε άλλα ουσιαστικά συμπεράσματα για την αντιμετώπιση της κρίσης στον τουριστικό τομέα. Σύμφωνα με αυτά:

- Απαιτείται ένα άμεσο σχέδιο δράσης, λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορές μεταξύ των συγκεκριμένων προορισμών τουρισμού.
- Χρειάζεται μεγαλύτερη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων στον κλάδο του τουρισμού. Η ιστορία έχει δείξει ότι οι κρίσεις μπορούν επίσης να παρέχουν ακόμη και ευκαιρίες, αν υπάρξουν ουσιαστικές προσπάθειες για συνεργασίες μεταξύ των διαφορετικών κλάδων της τουριστικής βιομηχανίας.
- Απαιτούνται καινοτομίες στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στο μάρκετινγκ, στο ανθρώπινο δυναμικό
- Βελτιωμένες και περισσότερο ουσιαστικές πληροφορίες για την αγορά και τις επιχειρήσεις.
- Συντονισμός βραχυπρόθεσμων ενεργειών με τις μακροπρόθεσμες προκλήσεις.

5.2 Εμπόδια και αρνητικοί παράγοντες για την Τουριστική Ανάπτυξη

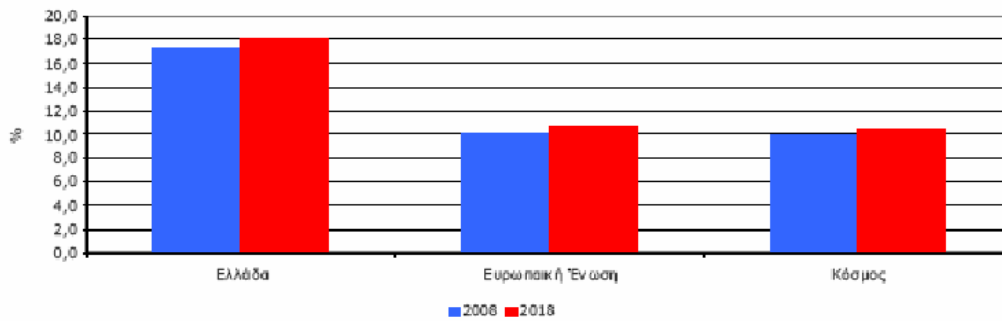
- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων, το 78,8%, απαντά ότι υπάρχουν ανασχετικοί παράγοντες στην ανάπτυξή τους και οι βασικότεροι είναι:

- η γενική οικονομική κρίση (56,9%),
- ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός (40,4%),
- η μικρή περίοδος επαρκούς πληρότητας, λόγω εποχικότητας (37,4%),
- η ανεπαρκής ζήτηση (27,9%),
- ο έντονος τοπικός ανταγωνισμός (26,7%),
- η ανεπαρκής κρατική υποστήριξη & γραφειοκρατία (26,4%),
- η ανεπάρκεια εξειδικευμένου προσωπικού (23%),
- η ανεπαρκής υποστήριξη ή εμπόδια από την τοπική αυτοδιοίκηση (22,1%) και
- η ανεπάρκεια συγκοινωνιών στην περιοχή τους (21,7%).

5.3 Η μεγάλη πρόκληση (συμπεράσματα)

Σύμφωνα με τις νεότερες αναλύσεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) για το έτος 2008 και βάσει της μεθοδολογίας των Δορυφορικών Λογαριασμών του τουρισμού (Travel & Tourism Satellite Accounts), ο τουριστικός και ταξιδιωτικός τομέας κάλυψε το 17,2% (€37,3 δις.) του συνολικού ΑΕΠ της Ελλάδας το 2008, ενώ υπολογίζεται ότι το εν λόγω ποσοστό θα αυξηθεί σε 18,0% (€69,6 δις.) μέχρι το 2018. Σύμφωνα με τον ίδιο φορέα, το 2008 η απασχόληση από το τουριστικό τομέα προβλέπεται να ανήλθε στο ύψος των 963 χιλ. θέσεων εργασίας (20,9% της συνολικής απασχόλησης), ενώ αναμένεται να φτάσει τις 1.349.000 θέσεις εργασίας το 2018 (21,9% της συνολικής απασχόλησης). Στο Διάγραμμα 2.1.1 παρουσιάζεται το ποσοστό του ΑΕΠ που καταλαμβάνει ο τουριστικός και ταξιδιωτικός τομέας στην Ελλάδα (2008, πρόβλεψη 2018), σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Ένωση και τον υπόλοιπο κόσμο όπως προκύπτει από το WTTC.

Σχεδιάγραμμα 5.1 Ποσοστό του ΑΕΠ που καταλαμβάνει ο Τουριστικός και Ταξιδιωτικός Τομέας (2008, 2018)



Πηγή: WTTC

Επομένως το έτος που διανύουμε, αλλά και το επόμενο πρόκειται να είναι δύο δύσκολα οικονομικά έτη για τις όλες τις χώρες. Σύμφωνα με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (<http://www.imf.org>), το παγκόσμιο ΑΕΠ πρόκειται να κινηθεί για πρώτη φορά μετά το 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο με αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης. Αυτή η αρνητική συγκυρία θα έχει σαφώς αρνητικές επιπτώσεις και στον τουριστικό τομέα. Από τους αρμόδιους παγκόσμιους οργανισμούς προβλέπεται ο τουριστικός τομέας είτε θα παραμείνει στάσιμος είτε θα παρουσιάσει πτώση κοντά στο 3,6%. Αυτό συνεπάγεται και αντίστοιχη μείωση εσόδων για τις χώρες υποδοχής τουριστών. Η Ελλάδα, χώρα που βασίζεται στον τουρισμό με την οικονομία του κλάδου να αντανakλά το 16% του συνολικού ΑΕΠ και σχεδόν το 20% της συνολικής απασχόλησης, καλείται να αντιμετωπίσει μια μεγάλη πρόκληση. Σε αυτή την πρόκληση θα πρέπει να απαντήσει γρήγορα και άμεσα ώστε να αποτρέψει την απειλή της μείωσης του τουριστικού κύκλου εργασιών και να προσαρμοστεί στις νέες έκτακτες συνθήκες, επιταχύνοντας τις σχετικές διαρθρωτικές αλλαγές. Συγκεκριμένα απαιτείται:

- Η προσαρμογή των επιχειρήσεων του κλάδου στις νέες τάσεις που θα αναπτυχθούν τα δύο δύσκολα χρόνια: πιο σύντομα ταξίδια, πιο κοντινοί προορισμοί, έμφαση στην ποιότητα με χαμηλό κόστος (value for money), ενίσχυση του ποσοστού του εσωτερικού τουρισμού, μείωση προκρατήσεων. Στενή συνεργασία επιχειρήσεων,

φορέων και κυβέρνησης για λήψη πρωτοβουλιών (π.χ. τέλος παρεπιδημούντων).

- Άμεση υλοποίηση κυβερνητικών μέτρων.
- Αξιοποίηση συγκριτικών πλεονεκτημάτων και δημιουργία και προώθηση νέων, ελκυστικών σε τιμή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Συνεργασία μεταξύ των μη ομοειδών επιχειρήσεων του κλάδου για την παροχή συνδυαστικών προϊόντων.
- Συγκράτηση τιμών.
- Έμφαση στην ποιότητα.

Η κρίση δημιουργεί και ευκαιρίες και έτσι θα πρέπει να την δουν οι υγιείς επιχειρήσεις του κλάδου. Είναι μια ευκαιρία να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, να αποδείξουν ότι αντέχουν και να ενεργοποιηθούν σε νέες αγορές. Όσες χώρες έχουν φέτος και του χρόνου τις λιγότερες «τουριστικές» απώλειες θα βγουν πολλαπλώς κερδισμένες μετά την κρίση. Το κρίσιμο ζήτημα για την Ελλάδα είναι όχι μόνο το να μην πληγεί οικονομικά ο κλάδος, αλλά το ποια θα είναι η επόμενη ημέρα. Θα πρέπει η Ελλάδα να περιορίσει τις τυχόν απώλειες και να ικανοποιήσει πλήρως τους επισκέπτες που θα την έχουν επιλέξει φέτος σε μια δύσκολη οικονομική συγκυρία.

Τα φετινά έσοδα από τον Τουρισμό θα έχουν μεγαλύτερη αξία από αυτή που είχαν τα προηγούμενα, πιο «εύκολα» χρόνια. Για την Ελλάδα χώρα με σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε πολιτιστικούς και φυσικούς πόρους, με ισχυρά στηρίγματα στις υποδομές και τις συνθήκες υγιεινής και υγείας, με καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό και υψηλό κατά κεφαλήν ΑΕΠ, η έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος.

Ποιότητα με δύο κυρίαρχα χαρακτηριστικά:

- προσωποποίηση παρεχόμενου προϊόντος και υπηρεσίας
- λογικό κόστος εν μέσω οικονομικής κρίσης.

Αυτό είναι το μεγάλο στοίχημα για τη χώρα μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Προβληματισμός της έρευνας

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως σκοπό να παρουσιάσει τον βαθμό που η οικονομική συγκυρία επηρεάζει τον Έλληνα τουρίστα. Αντικείμενο της έρευνας αποτέλεσε ο Έλληνας τουρίστας. Βασική επιδίωξη της παρουσίασης αυτής είναι να δοθεί το προφίλ του Έλληνα τουρίστα, να τονιστεί η σημασία του τουρισμού στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας και να καταγραφούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες τουρίστες από την μια μεριά, αλλά και οι τουριστικές επιχειρήσεις από την άλλη.

6.2 Συλλογή ερευνητικού υλικού

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη στους νομούς Ρέθυμνου και Ροδόπης μέσω συλλογής ερωτηματολογίων από πολίτες που κατοικούν στους νομούς. Η χρήση του ερωτηματολογίου αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο για τη συλλογή πληροφοριών κατά τη δειγματοληψία, οι οποίες στη συνέχεια μπορούν να συστηματοποιηθούν. Τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και καταρτίστηκαν από τον σπουδαστή σε συνεργασία με τον επιβλέποντα καθηγητή. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε η διανομή τους στους πολίτες. Εμπεριείχε 23 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 80 εργαζόμενοι και συνταξιούχοι των παραπάνω νομών, όλων των ηλικιών. Η διανομή του ερωτηματολογίων ξεκίνησε τον Μάιο του 2009 και ολοκληρώθηκε η συλλογή τους τον Ιούνιο του 2009. Το ερωτηματολόγιο, εκτός των δημογραφικών ερωτήσεων σχετικά με το φύλο, την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, περιείχε ερωτήσεις σχετικά με το ύψος του εισοδήματος τους, με το κόστος και

την διάρκεια των διακοπών τους, τον τόπο διαμονής τους και την γνώμη τους για την τουριστική κίνηση στη χώρα μας λόγω της οικονομικής κρίσης. Επίσης ρωτήθηκαν για το κόστος των υπηρεσιών της τουριστικής βιομηχανίας, την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και των ανταγωνισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Το δείγμα αποτελούνταν από 50 άνδρες και 29 γυναίκες. Το 70% του δείγματος ήταν τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ το υπόλοιπο 30% δευτεροβάθμιας. Κατά το πλείστον (ποσοστό 76%), ηλικιακά ανήκαν στο διάστημα [18, 35] και το υπόλοιπο 24% στο διάστημα [36, 50]. Το μηνιαίο εισόδημα τους σε ποσοστό 75% ήταν μέχρι 1400€, ενώ μόνο το 1,2% ξεπερνούσε το όριο των 2.100€. Τέλος οι 54 από τους παραπάνω ήταν ανύπαντροι, 23 παντρεμένοι και 2 διαζευγμένοι.

6.3 Μεθοδολογία

Μετά την διανομή των ερωτηματολογίων ακολούθησε η συλλογή των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων και η στατιστική επεξεργασία των στοιχείων του δείγματος. Αρχικά πραγματοποιήθηκε ένας συστηματικός έλεγχος στα ερωτηματολόγια για να ελεγχθεί αν υπάρχουν ερωτήσεις που δεν έχουν συμπληρωθεί. Στη συνέχεια ακολούθησε η κωδικοποίηση των απαντήσεων των ερωτηματολογίων, η οποία βασίστηκε σε αριθμητικό κώδικα καθώς και η είσοδος των δεδομένων στο στατιστικό πακέτο SPSS.

Στη συνέχεια υπολογίστηκαν οι συχνότητες των μεταβλητών και πραγματοποιήθηκε ο υπολογισμός του βαθμού συσχέτισης μεταξύ των σχετικών με τα ερωτήματα της έρευνας μεταβλητών. Η δομή του ερωτηματολογίου και το γεγονός ότι οι κρίσιμες ερωτήσεις ήταν ποιοτικές μεταβλητές αποτέλεσε τη βάση με την οποία επιλέχθηκαν τα διάφορα ζευγάρια ελέγχου υποθέσεων με κριτήριο τον έλεγχο χ^2 . Οι έλεγχοι του χ^2 πραγματοποιήθηκαν σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Συγκεκριμένα για την ορθή και επιτυχή μελέτη των αποτελεσμάτων της έρευνας πραγματοποιήθηκαν διαγράμματα συχνοτήτων (ποσοστών) για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων,, έλεγχοι ανεξαρτησίας με τη

κατανομή χ^2 και πίνακες chi-square, καθώς και διαγράμματα συχνοτήτων (ποσοστών) μεταξύ δύο συσχετιζόμενων μεταβλητών. Τα διαγράμματα συχνοτήτων (ποσοστών) που παρουσιάζονται στη μελέτη έχουν κατασκευαστεί στο πρόγραμμα SPSS.

6.4 Ανάλυση ποιοτικών και ποσοτικών μεταβλητών

Με τον όρο μεταβλητή εννοούμε το χαρακτηριστικό εκείνο το οποίο είναι διαφορετικό από άνθρωπο σε άνθρωπο, από αντικείμενο σε αντικείμενο και από τόπο σε τόπο. Υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες μεταβλητών:

- Οι ποσοτικές μεταβλητές
- Οι ποιοτικές μεταβλητές

Ποσοτικές μεταβλητές ονομάζονται αυτές που μπορεί κανείς να τις εκφράσει με αριθμούς όπως επί παραδείγματι η ηλικία, το βάρος, το ύψος του ανθρώπου, τον αριθμό των ατόμων μιας οικογένειας κ.α. Ποιοτικές καλούνται οι μεταβλητές που δεν μετρούνται με το συνηθισμένο τρόπο που γίνονται οι μετρήσεις. Εντάσσονται συνήθως σε συγκεκριμένες κατηγορίες και ομάδες ατόμων όπως π.χ. άτομα ηλικίας μεταξύ 18 έως 35 χρονών, 36 έως 50 κ.α.

Τέλος είναι σύνηθες το φαινόμενο να πραγματοποιείται κωδικοποίηση των ποσοτικών μεταβλητών έτσι ώστε αυτές να λαμβάνονται ως ποιοτικές και να αντιστοιχούν σε έναν συγκεκριμένο αριθμό ή γράμμα. Η μετατροπή αυτή πραγματοποιείται για να διευκολυνθεί η στατιστική επεξεργασία των ερωτηματολογίων. (Κυριακούσης, 1998:124).

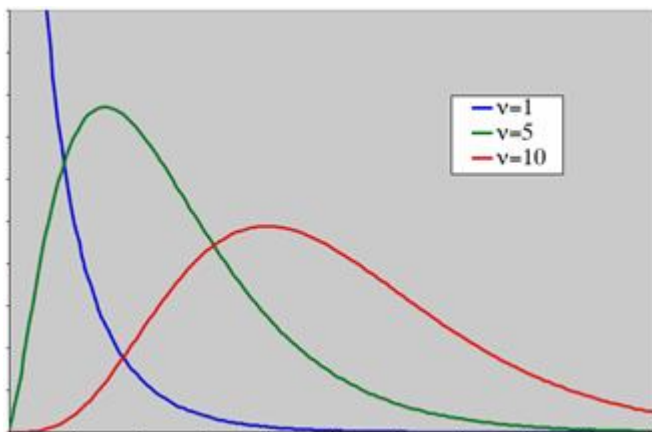
6.5 Κατανομή χ^2

Η κατανομή αυτή έχει πολλές εφαρμογές σε ελέγχους ανεξαρτησίας, καλής προσαρμογής και ελέγχου υποθέσεων σχετικά με τις πληθυσμιακές διακυμάνσεις. Ορίζεται για ανεξάρτητες τυχαίες μεταβλητές X_1, X_2, \dots, X_n που κατανέμονται κανονικά με μέσο μ και διακύμανση 1. Δηλαδή $X_i \sim N(0,1)$ για κάθε $i = 1, 2, 3, \dots, n$. Παίρνοντας το άθροισμα των τετραγώνων των μεταβλητών αυτών, έχουμε:

$$\chi^2 = X_1^2 + X_2^2 + \dots + X_n^2 = \sum_{i=1}^n X_i^2 \sim \chi_n^2$$

Δηλαδή, το άθροισμα των τετραγώνων των ανεξάρτητων τυπικών κανονικών τυχαίων μεταβλητών κατανέμεται σαν χ^2 τυχαία μεταβλητή με n βαθμούς ελευθερίας. Η κατανομή εξαρτάται από τους βαθμούς ελευθερίας n , παίρνει θετικές τιμές $0 < \chi^2 < \infty$ και έχει τη μορφή του παρακάτω σχήματος ανάλογα των βαθμών ελευθερίας

Σχεδιάγραμμα 6.1 Κατανομή της χ^2



Η συνολική περιοχή κάτω από την καμπύλη ισούται με 1. Η καμπύλη δεν είναι συμμετρική καθώς παρουσιάζει ασυμμετρία προς τα δεξιά. Αρχίζει από το 0 στον οριζόντιο άξονα, αναρριχάται απότομα στο υψηλότερο της σημείο και επεκτείνεται επανερχόμενη προς τα δεξιά, προσεγγίζοντας τον οριζόντιο άξονα σε κάποιο σημείο της κίνησης αυτής.

Καθώς οι βαθμοί ελευθερίας αλλάζουν η κατανομή αλλάζει τόσο μορφή όσο και θέση και τείνει προς την τυπική κανονική κατανομή όσο $n \rightarrow \infty$. Η μαθηματική ελπίδα της κατανομής είναι $E(X_{\nu}^2) = \nu$ ενώ η διακύμανση της είναι $E(X_{\nu}^2) = 2\nu$.

Για να βρούμε την ζητούμενη κριτική τιμή πρέπει να ορίσουμε τους βαθμούς ελευθερίας στην κάθετη στήλη του πίνακα της χ^2 κατανομής και το επίπεδο σημαντικότητας. Ο πίνακας μας δίνει την πιθανότητα $\Pr(X^2 > X_{\alpha}^2)$ δηλαδή το εμβαδό πάνω από την τιμή X^2 . Στην εκτιμητική χρησιμοποιούμε την πιθανότητα ή το εμβαδό που βρίσκεται δεξιά της $X_{\alpha, \nu}^2$. Αν θέλουμε να ορίσουμε ένα διάστημα $[X_1^2, X_2^2]$ μέσα στο οποίο να βρεθεί η X^2 με πιθανότητα $1 - \frac{\alpha}{2}$ και βαθμούς ελευθερίας ν τότε βρίσκουμε το σημείο X_1^2 του άξονα της X^2 δεξιά του οποίου βρίσκεται αυτή με πιθανότητα $\frac{\alpha}{2}$ και το σημείο X_2^2 δεξιά του οποίου βρίσκεται η X^2 με πιθανότητα $\frac{\alpha}{2}$. (Χάλκος, 2006:36)

6.6 Επαγωγική στατιστική: Έλεγχος υποθέσεων

Με την εκτίμηση εξάγουμε συμπεράσματα για μια πληθυσμιακή παράμετρο από το αντίστοιχο στατιστικό μέγεθος του δείγματος. Σε περίπτωση έλλειψης πληροφορίας από πριν χρησιμοποιούμε την εκτιμητική προσέγγιση. Εάν όμως έχουμε πληροφορία από πριν τότε χρησιμοποιούμε τον έλεγχο υποθέσεων. Μια στατιστική υπόθεση είναι μια γνώμη ή πρόταση που αναφέρεται στην δυνατότητα μιας παραμέτρου να πάρει μια συγκεκριμένη τιμή ή να βρεθεί σε ένα διάστημα τιμών. Απλά ο έλεγχος υποθέσεων μας δίνει τη δυνατότητα, με τη χρήση δειγμάτων, να εξάγουμε συμπεράσματα αν η υπό έλεγχο υπόθεση ισχύει ή όχι. Άρα ας ορίσουμε μια στατιστική υπόθεση σαν ένα ισχυρισμό για ένα πληθυσμό ο οποίος μπορεί να εξεταστεί με τον σχεδιασμό τυχαίας δειγματοληψίας.

Η κλασική προσέγγιση του ελέγχου υποθέσεων απαιτεί τα ακόλουθα βήματα:

1. Καθορίζουμε την μηδενική (ή αρχική) υπόθεση και την εναλλακτική υπόθεση. Αυτές είναι ανταγωνιστικές υποθέσεις. Η μηδενική υπόθεση συγκροτεί τον ισχυρισμό ότι η πληθυσμιακή παράμετρος παίρνει την ισχύουσα τιμή (ή τιμές). Η εναλλακτική υπόθεση συγκροτεί ένα ισχυρισμό ότι η πληθυσμιακή παράμετρος παίρνει μια τιμή (ή τιμές) διαφορετική από την ισχυριζόμενη τιμή. Η μηδενική υπόθεση συμβολίζεται με H_0 και η εναλλακτική υπόθεση με H_1 ή H_A ή H_a . Μπορούμε είτε να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση είτε να μην την απορρίψουμε. Δεν αποδεχόμαστε ή απορρίπτουμε την εναλλακτική υπόθεση.

2. Καθορίζουμε το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας (α). Συνήθως 0,05 ή 0,1

3. Υπολογίζουμε την τιμή του στατιστικού ελέγχου. Αφού υπολογίσουμε τις δειγματικές στατιστικές εκτιμήσεις από ένα τυχαίο δείγμα δεδομένων βρίσκουμε τα δειγματικά στατιστικά με σκοπό την πραγματοποίηση του ελέγχου υποθέσεων.

4. Καθορίζουμε την κριτική τιμή του στατιστικού ελέγχου που θα αποφασίσει μεταξύ των ανταγωνιστικών υποθέσεων και συγκρίνουμε την τιμή του στατιστικού test με την κριτική τιμή.

5. Επεξηγούμε και σχολιάζουμε την απόφαση

Το σύμβολο της εναλλακτικής υπόθεσης καθορίζει αν έχουμε δίπλευρο ή μονόπλευρο έλεγχο. Όπως φαίνεται από τον πίνακα που ακολουθεί αν η H_1 έχει το σύμβολο του διάφορου (#) τότε η τιμή της υπό εξέταση παραμέτρου μπορεί να είναι διάφορη της τιμής που υποθέτουμε στην αρχική μας υπόθεση. Αντιθέτως, αν η H_1 έχει ένα από τα σύμβολα της ανισότητας (<, >) τότε η τιμή της υπό εξέταση παραμέτρου μπορεί να είναι μικρότερη ή μεγαλύτερη της τιμής που υποθέτουμε στην αρχική μας υπόθεση.

Δηλαδή έχουμε:

	Μονόπλευρος Έλεγχος	Μονόπλευρος Έλεγχος	Δίπλευρος Έλεγχος
Σύμβολο της H_1 Περιοχή απόρριψης	< Αριστερή πλευρά	> Δεξιά πλευρά	# Και οι δύο πλευρές

Η ιδέα του ελέγχου υποθέσεων στηρίζεται στην δειγματοληψία. Επιλέγοντας ένα δείγμα ίσως βρούμε μια δειγματική μέση τιμή η οποία είναι τελείως διαφορετική με την ισχυριζόμενη υπόθεση, ακόμη και αν η ισχυριζόμενη υπόθεση είναι σωστή. Αντιστρόφως, υπάρχει πιθανότητα αποδοχής της ισχυριζόμενης υπόθεσης βάσει του τυχαίου δείγματος που επιλέχθηκε, παρά το γεγονός ότι ο πραγματικός πληθυσμιακός μέσος ίσως διαφέρει από την ισχυριζόμενη τιμή. Πάντα υπάρχει η πιθανότητα να κάνουμε λάθος. Αυτά τα σφάλματα ονομάζονται σφάλματα τύπου I και II αντίστοιχα. Αν συμβολίσουμε με α και β αντίστοιχα, την πιθανότητα σφάλματος τύπου I και II τότε:

• α = Πιθανότητα (λάθος τύπου I) = \Pr (απορρίπτουμε την H_0 ενώ είναι σωστή)

• β = Πιθανότητα (λάθος τύπου II) = \Pr (δεν απορρίπτουμε την H_0 ενώ είναι λάθος)

Το επίπεδο σημαντικότητας για το test είναι ακριβώς η πιθανότητα διάπραξης ενός τύπου I σφάλματος. Η τιμή α είναι το επίπεδο σημαντικότητας του ελέγχου και είναι συνήθως ίση με 0,05. Όταν επιλέγεται το 0,05 η πιθανότητα λάθος τύπου I είναι 0,05 ή 5%. Όσο μεγαλύτερο είναι το επίπεδο σημαντικότητας τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να γίνει λάθος τύπου I.

6.7 Η τιμή P (P value)

Υπάρχει και ένας άλλος τρόπος να πραγματοποιήσουμε τον έλεγχο υποθέσεων με σκοπό την απόρριψη ή όχι της μηδενικής υπόθεσης. Αυτή είναι η τιμή P. Το πλεονέκτημα της είναι ότι μας δίνει το χαμηλότερο

επίπεδο σημαντικότητας στο οποίο η H_0 μπορεί να απορριφθεί. Ο εμπειρικός κανόνας είναι:

Απορρίπτουμε την H_0 όποτε $P < \alpha$

(Δημητριάδης, 2003: 63)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7.1 Συσχέτιση ποσού διάθεσης για τις διακοπές και κατηγορία διαμονής

Poso_diathesis * Diamoni Crosstabulation

			Diamoni					
			Ξενοδοχείο_Πολυτελείας	Ξενοδοχείο_Απλό	Ενοικιαζόμενα	Camping	Εξοχικό	Φίλοι
Poso_diathesis	0-300	Count	0	1	0	0	0	5
		Expected Count	,4	2,0	2,0	,1	,4	1,0
		% within Poso_diathesis	,0%	16,7%	,0%	,0%	,0%	83,3%
		% within Diamoni	,0%	6,3%	,0%	,0%	,0%	62,5%
		% of Total	,0%	2,1%	,0%	,0%	,0%	10,6%
	301-600	Count	1	5	9	0	1	2
		Expected Count	1,1	6,1	6,1	,4	1,1	3,1
		% within Poso_diathesis	5,6%	27,8%	50,0%	,0%	5,6%	11,1%
		% within Diamoni	33,3%	31,3%	56,3%	,0%	33,3%	25,0%
		% of Total	2,1%	10,6%	19,1%	,0%	2,1%	4,3%
	601-1000	Count	0	6	2	0	1	1
		Expected Count	,6	3,4	3,4	,2	,6	1,7
		% within Poso_diathesis	,0%	60,0%	20,0%	,0%	10,0%	10,0%
		% within Diamoni	,0%	37,5%	12,5%	,0%	33,3%	12,5%
		% of Total	,0%	12,8%	4,3%	,0%	2,1%	2,1%
	1000+	Count	2	4	5	1	1	0
		Expected Count	,8	4,4	4,4	,3	,8	2,2
		% within Poso_diathesis	15,4%	30,8%	38,5%	7,7%	7,7%	,0%
		% within Diamoni	66,7%	25,0%	31,3%	100,0%	33,3%	,0%
		% of Total	4,3%	8,5%	10,6%	2,1%	2,1%	,0%
Total	Count	3	16	16	1	3	8	
	Expected Count	3,0	16,0	16,0	1,0	3,0	8,0	
	% within Poso_diathesis	6,4%	34,0%	34,0%	2,1%	6,4%	17,0%	
	% within Diamoni	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	6,4%	34,0%	34,0%	2,1%	6,4%	17,0%	

Πίνακας 7.1: Συσχέτιση μεταβλητών «Ποσό διάθεσης» και «Διαμονή»

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31,123 ^a	15	,008
Likelihood Ratio	28,461	15	,019
Linear-by-Linear Association	7,999	1	,005
N of Valid Cases	47		

Πίνακας 7.2: Αποτελέσματα ελέγχου χ^2

Symmetric Measures

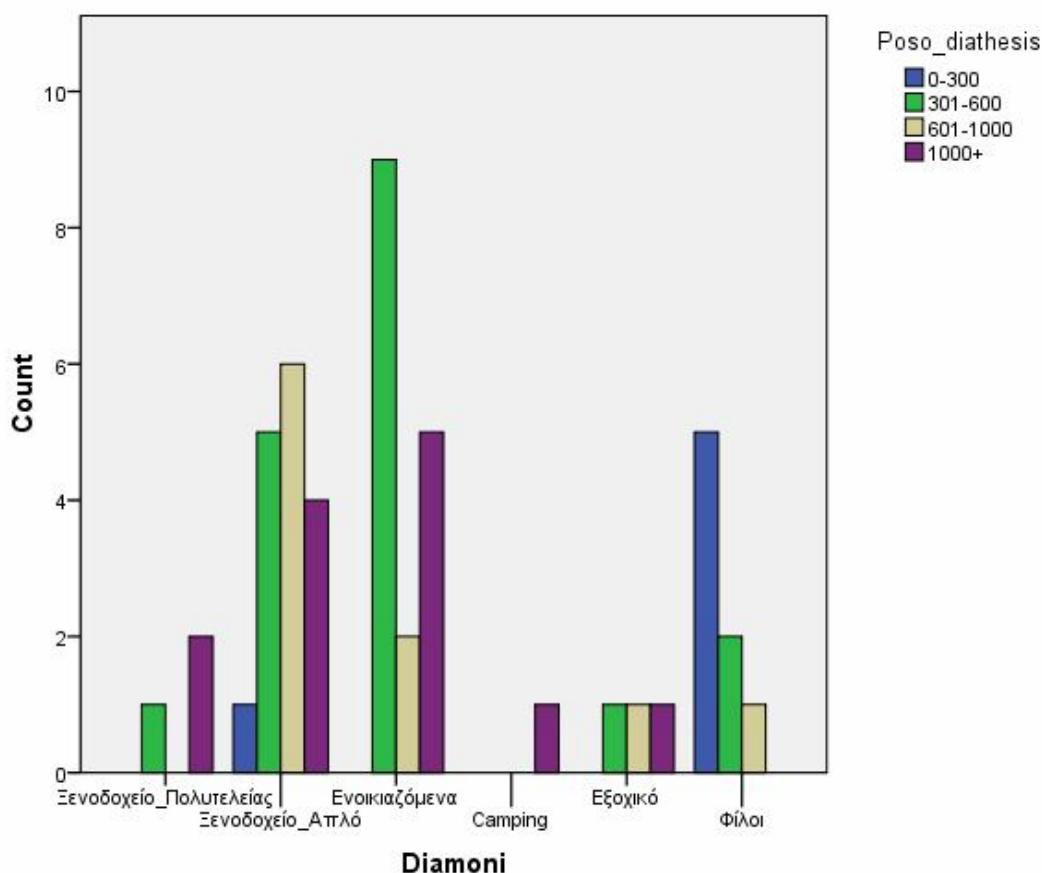
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,814	,008
	Cramer's V	,470	,008
	Contingency Coefficient	,631	,008
N of Valid Cases		47	

Πίνακας 7.3: Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient

Διαπιστώνουμε ότι $P - \text{value} < 0,05$ και έτσι μπορούμε να αρνηθούμε την αρχική μας υπόθεση ότι οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες. Από τον πίνακα 6.3 μάλιστα υιοθετούμε την άποψη ότι υπάρχει σημαντική συσχέτιση των δύο μεταβλητών.

Από το διάγραμμα 6.1 5 άτομα της κατηγορίας 0 – 300, δηλαδή ποσοστό 62,5%, διαμένουν σε φιλικά σπίτια, ενώ το 66,6 % αυτών που διαμένουν σε ξενοδοχείο πολυτελείας προέρχεται από την κατηγορία των

Σχεδιάγραμμα 7.1: Κατανομή των τουριστών με βάση την κατηγορία διαμονής τους



τουριστών που διαθέτουν πάνω από 1000€ για τις διακοπές τους.

7.2 Συσχέτιση μείωσης ποσού διάθεσης για τις διακοπές και μείωσης στην τουριστική κίνηση της Ελλάδας λόγω οικονομικής κρίσης

Διαπιστώνουμε ότι $P - \text{value} = 0.036 < 0,05$ και έτσι μπορούμε να αρνηθούμε την αρχική μας υπόθεση ότι οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες. Από τον πίνακα 6.6 μάλιστα υιοθετούμε την άποψη ότι υπάρχει μέτρια συσχέτιση των δύο μεταβλητών αφού οι τιμές της στήλης value κυμαίνονται γύρω στο 0,5.

Από το διάγραμμα 6.2, διαπιστώνουμε ότι περίπου τα μισά άτομα θα μειώσουν το διαθέσιμο εισόδημα για τις διακοπές τους, ενώ από το διάγραμμα 6.3 διαπιστώνουμε με ευκολία ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων (ποσοστό 78%), πιστεύει ότι η τουριστική κίνηση θα μειωθεί εξαιτίας της οικονομικής κρίσης.

Πίνακας 7.4: Συσχέτιση μεταβλητών «Μείωση ποσού» και «Οικονομική κρίση»

Meioso_posou * Μείωση της κίνησης λόγω κρίσης Crosstabulation

			Μείωση της κίνησης λόγω κρίσης					Total	
			Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ αρκετά	Μέτρια	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα		55
Meioso_posou	Ναι	Count	4	0	10	15	4	1	34
		Expected Count	3,7	3,7	11,0	11,0	4,2	,5	34,0
		% within Meioso_posou	11,8%	,0%	29,4%	44,1%	11,8%	2,9%	100,0%
		% within Μείωση της κίνησης λόγω κρίσης	57,1%	,0%	47,6%	71,4%	50,0%	100,0%	52,3%
		% of Total	6,2%	,0%	15,4%	23,1%	6,2%	1,5%	52,3%
Όχι	Count	Count	3	7	11	6	4	0	31
		Expected Count	3,3	3,3	10,0	10,0	3,8	,5	31,0
		% within Meioso_posou	9,7%	22,6%	35,5%	19,4%	12,9%	,0%	100,0%
		% within Μείωση της κίνησης λόγω κρίσης	42,9%	100,0%	52,4%	28,6%	50,0%	,0%	47,7%
		% of Total	4,6%	10,8%	16,9%	9,2%	6,2%	,0%	47,7%
Total	Count	Count	7	7	21	21	8	1	65
		Expected Count	7,0	7,0	21,0	21,0	8,0	1,0	65,0
		% within Meioso_posou	10,8%	10,8%	32,3%	32,3%	12,3%	1,5%	100,0%
		% within Μείωση της κίνησης λόγω κρίσης	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	10,8%	10,8%	32,3%	32,3%	12,3%	1,5%	100,0%

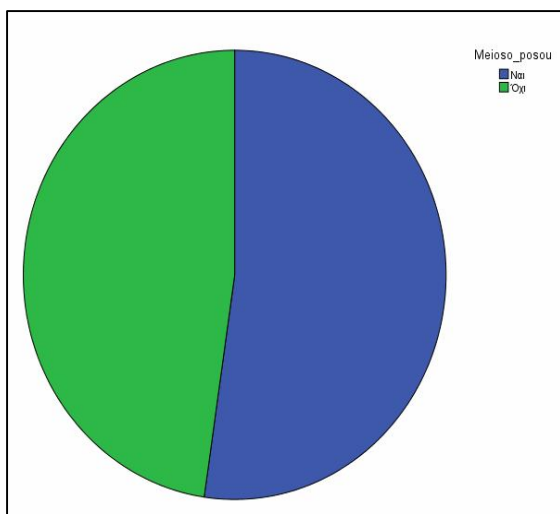
Πίνακας 7.5: Αποτελέσματα ελέγχου χ^2

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,935 ^a	5	,036
Likelihood Ratio	15,128	5	,010
Linear-by-Linear Association	1,433	1	,231
N of Valid Cases	65		

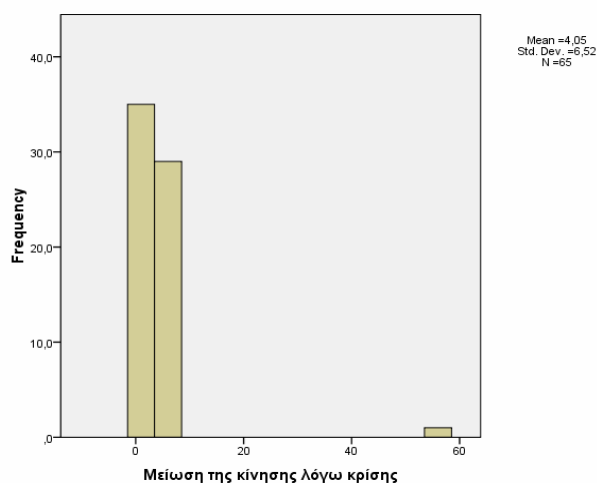
Πίνακας 7.6: Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,428	,036
	Cramer's V	,428	,036
	Contingency Coefficient	,394	,036
N of Valid Cases		65	

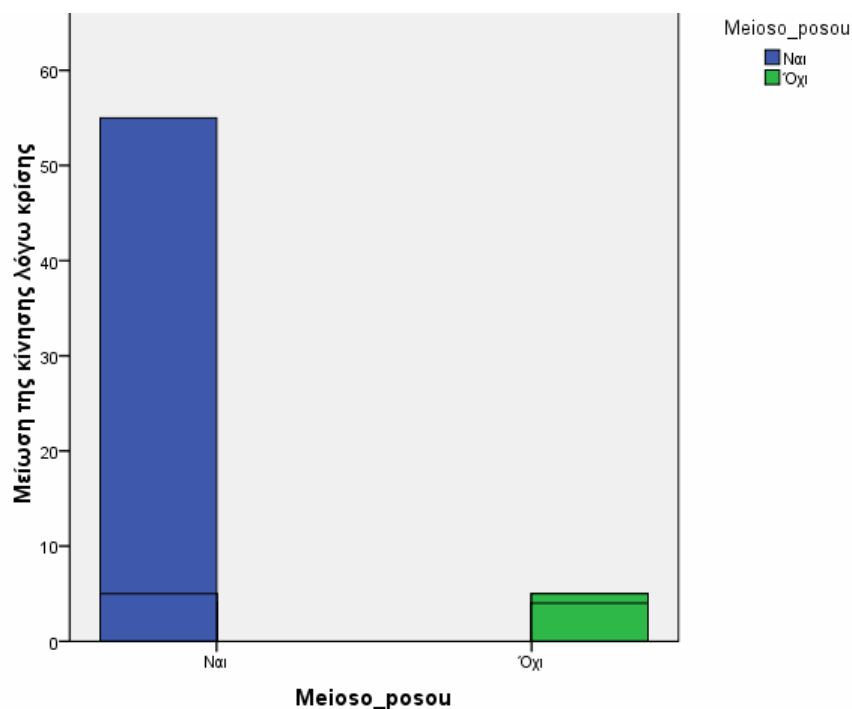
Σχεδιάγραμμα 7.2 Μείωση διαθέσιμου ποσού για διακοπές



Σχεδιάγραμμα 7.3 Μείωση της τουριστικής κίνησης λόγω κρίσης



Σχεδιάγραμμα 7.4 Συσχέτιση μεταβλητών «μείωση διαθέσιμου εισοδήματος» και «οικονομική κρίση»



7.3 Συσχέτιση των μεταβλητών ανταπόκριση στην κρίση και βελτίωσης της ποιότητας

Διαπιστώνουμε ότι $P - value = 0.001 < 0,05$ και έτσι μπορούμε να αρνηθούμε την αρχική μας υπόθεση ότι οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες. Από τον πίνακα 6.10 μάλιστα υιοθετούμε την άποψη ότι υπάρχει σημαντική συσχέτιση των δύο μεταβλητών αφού οι τιμές της στήλης value κυμαίνονται πάνω από το επίπεδο του 0,5.

Από το διάγραμμα 6.5, διαπιστώνουμε ότι μόνο το 4% πιστεύει ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία δεν πρέπει να αναπροσαρμόσει τις τιμές της και να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών για να αντιμετωπίσει την κρίση. Αντίθετα με την παραπάνω πρόταση

συμφωνούν απόλυτα 35 από τους ερωτηθείς που αντιπροσωπεύουν το 50% του δείγματος.

Πίνακας 7.7: Συσχέτιση μεταβλητών «ανταπόκριση στην κρίση» και «βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών»

Ανταπόκριση_στην_κρίση * Βελτίωση_ποιότητας Crosstabulation

			Βελτίωση_ποιότητας				Total	
			Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ αρκετά	Μέτρια	Συμφωνώ αρκετά		Συμφωνώ απόλυτα
Ανταπόκριση_στην_κρίση	Διαφωνώ απόλυτα	Count	1	0	0	0	0	1
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	11,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,4%
	Διαφωνώ αρκετά	Count	0	0	1	1	0	2
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	,0%	,0%	50,0%	50,0%	,0%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	,0%	,0%	7,7%	8,3%	,0%	2,9%
	Μέτρια	Count	2	7	2	0	0	11
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	18,2%	63,6%	18,2%	,0%	,0%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	22,2%	53,8%	15,4%	,0%	,0%	15,9%
	Συμφωνώ αρκετά	Count	3	4	4	5	3	19
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	15,8%	21,1%	21,1%	26,3%	15,8%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	33,3%	30,8%	30,8%	41,7%	13,6%	27,5%
	Συμφωνώ απόλυτα	Count	3	2	6	5	19	35
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	8,6%	5,7%	17,1%	14,3%	54,3%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	33,3%	15,4%	46,2%	41,7%	86,4%	50,7%
	22	Count	0	0	0	1	0	1
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	,0%	,0%	,0%	8,3%	,0%	1,4%
	Total	Count	9	13	13	12	22	69
		% within Ανταπόκριση_στην_κρίση	13,0%	18,8%	18,8%	17,4%	31,9%	100,0%
		% within Βελτίωση_ποιότητας	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Πίνακας 7.8: Αποτελέσματα ελέγχου X²

Chi-Square Tests

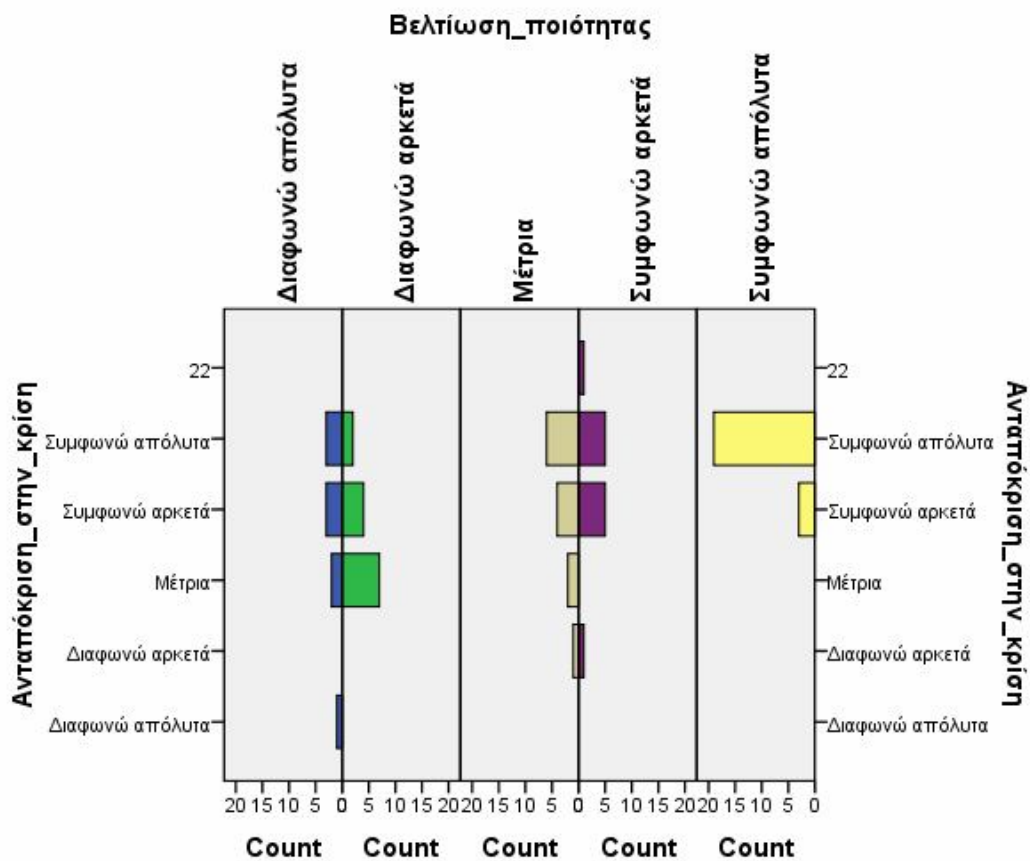
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44,423 ^a	20	,001
Likelihood Ratio	42,541	20	,002
Linear-by-Linear Association	4,027	1	,045
N of Valid Cases	69		

Πίνακας 7.9: Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,802	,001
	Cramer's V	,401	,001
	Contingency Coefficient	,626	,001
N of Valid Cases		69	

Σχεδιάγραμμα 7.5 Συσχέτιση μεταβλητών «Ανταπόκριση στην κρίση» και «βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών»



7.4 Συσχέτιση των μεταβλητών ανταπόκριση στην κρίση και αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν ανταγωνιστικό

Πίνακας 7.10: Συσχέτιση μεταβλητών «Ανταπόκριση στην κρίση» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»

Ανταπόκριση στην κρίση * Αφορμή για πιο ανταγωνιστικό Crosstabulation

			Αφορμή για πιο ανταγωνιστικό					Total
			Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ αρκετά	Μέτρια	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα	
Ανταπόκριση στην κρίση	Διαφωνώ απόλυτα	Count	1	0	0	0	0	1
		% within Ανταπόκριση στην κρίση	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Διαφωνώ αρκετά	Count	0	1	0	1	0	2
		% within Ανταπόκριση στην κρίση	,0%	50,0%	,0%	50,0%	,0%	100,0%
	Μέτρια	Count	1	2	6	1	1	11
		% within Ανταπόκριση στην κρίση	9,1%	18,2%	54,5%	9,1%	9,1%	100,0%
	Συμφωνώ αρκετά	Count	0	1	6	9	3	19
		% within Ανταπόκριση στην κρίση	,0%	5,3%	31,6%	47,4%	15,8%	100,0%
	Συμφωνώ απόλυτα	Count	0	1	1	8	25	35
		% within Ανταπόκριση στην κρίση	,0%	2,9%	2,9%	22,9%	71,4%	100,0%
	22	Count	1	0	0	0	0	1
		% within Αφορμή για πιο ανταγωνιστικό	33,3%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	Count	3	5	13	19	29	69	
	% within Αφορμή για πιο ανταγωνιστικό	4,3%	7,2%	18,8%	27,5%	42,0%	100,0%	
	% within Ανταπόκριση στην κρίση	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Πίνακας 7.11: Αποτελέσματα ελέγχου Χ²

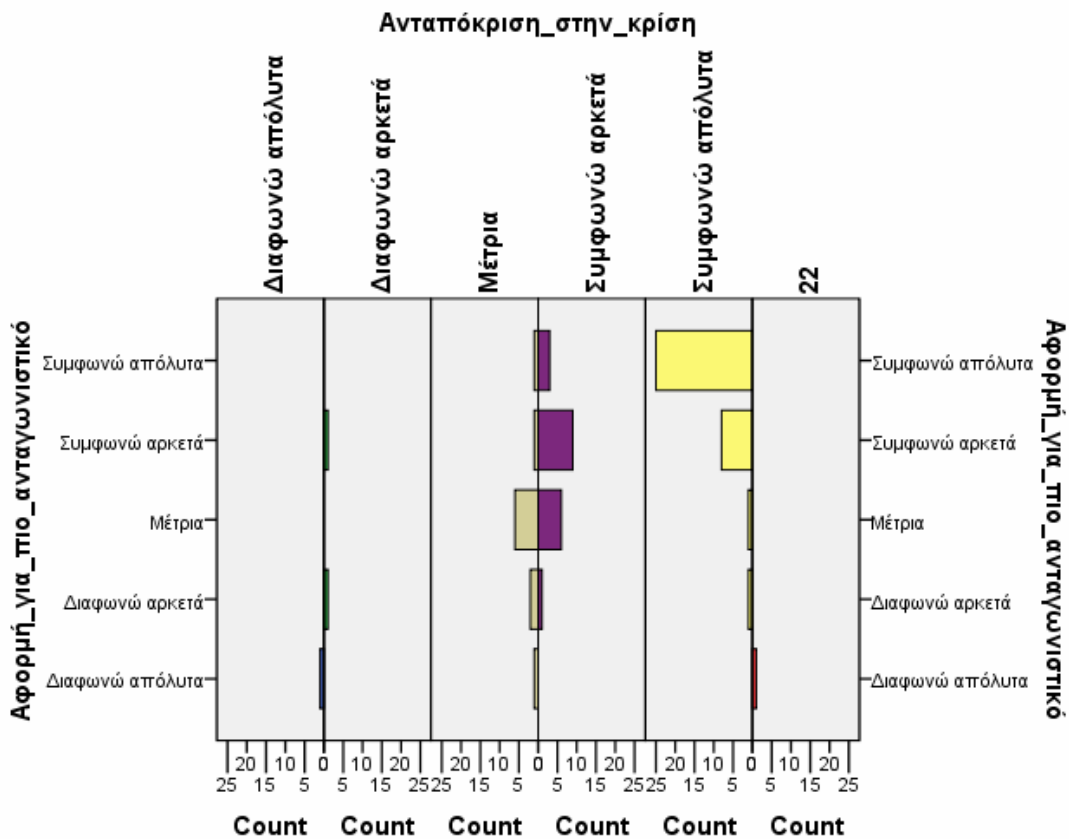
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	87,808 ^a	20	,000
Likelihood Ratio	57,582	20	,000
Linear-by-Linear Association	,062	1	,803
N of Valid Cases	69		

Πίνακας 7.12: Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient

Symmetric Measures		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	1,128	,000
	Cramer's V	,564	,000
	Contingency Coefficient	,748	,000
N of Valid Cases		69	

Σχεδιάγραμμα 7.6 Συσχέτιση μεταβλητών «Ανταπόκριση στην κρίση» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»



7.5 Συσχέτιση των μεταβλητών βελτίωση της ποιότητας και αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν ανταγωνιστικό

Κατά τον στατιστικό έλεγχο διαπιστώνουμε ότι $P - \text{value} = 0.064 > 0,05$ και έτσι μπορούμε να δεχτούμε την αρχική μας υπόθεση ότι οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες. Από τον πίνακα 6.14 βλέπουμε ότι συνολικά 29 άτομα, που αντιπροσωπεύουν το 42% του δείγματος συμφωνούν απόλυτα με την πρόταση ότι η παγκόσμια κρίση είναι μια καλή αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό σε επίπεδο τιμών και ποιότητας. Από αυτούς οι 16, δηλαδή το 55% συμφωνούν απόλυτα με το γεγονός ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να προσφέρει ένα προϊόν που θα απευθύνεται σε τουρίστες υψηλότερης οικονομικής επιφάνειας.

Πίνακας 7.13: Συσχέτιση μεταβλητών «Βελτίωση της ποιότητας» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»

			Αφορμή για πιο ανταγωνιστικό					Total
			Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ αρκετά	Μέτρια	Συμφωνώ αρκετά	Συμφωνώ απόλυτα	
Βελτίωση_ποιότητας	Διαφωνώ απόλυτα	Count	1	1	3	2	2	9
		% within Βελτίωση_ποιότητας	11,1%	11,1%	33,3%	22,2%	22,2%	100,0%
		% within Αφορμή_για_πιο_ανταγωνιστικό	33,3%	20,0%	23,1%	10,5%	6,9%	13,0%
	Διαφωνώ αρκετά	Count	1	2	4	3	3	13
		% within Βελτίωση_ποιότητας	7,7%	15,4%	30,8%	23,1%	23,1%	100,0%
		% within Αφορμή_για_πιο_ανταγωνιστικό	33,3%	40,0%	30,8%	15,8%	10,3%	18,8%
	Μέτρια	Count	0	1	5	3	4	13
		% within Βελτίωση_ποιότητας	,0%	7,7%	38,5%	23,1%	30,8%	100,0%
		% within Αφορμή_για_πιο_ανταγωνιστικό	,0%	20,0%	38,5%	15,8%	13,8%	18,8%
	Συμφωνώ αρκετά	Count	1	0	1	6	4	12
		% within Βελτίωση_ποιότητας	8,3%	,0%	8,3%	50,0%	33,3%	100,0%
		% within Αφορμή_για_πιο_ανταγωνιστικό	33,3%	,0%	7,7%	31,6%	13,8%	17,4%
Συμφωνώ απόλυτα	Count	0	1	0	5	16	22	
	% within Βελτίωση_ποιότητας	,0%	4,5%	,0%	22,7%	72,7%	100,0%	
	% within Αφορμή_για_πιο_ανταγωνιστικό	,0%	20,0%	,0%	26,3%	55,2%	31,9%	
Total	Count	3	5	13	19	29	69	
	% within Βελτίωση_ποιότητας	4,3%	7,2%	18,8%	27,5%	42,0%	100,0%	
	% within Αφορμή_για_πιο_ανταγωνιστικό	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

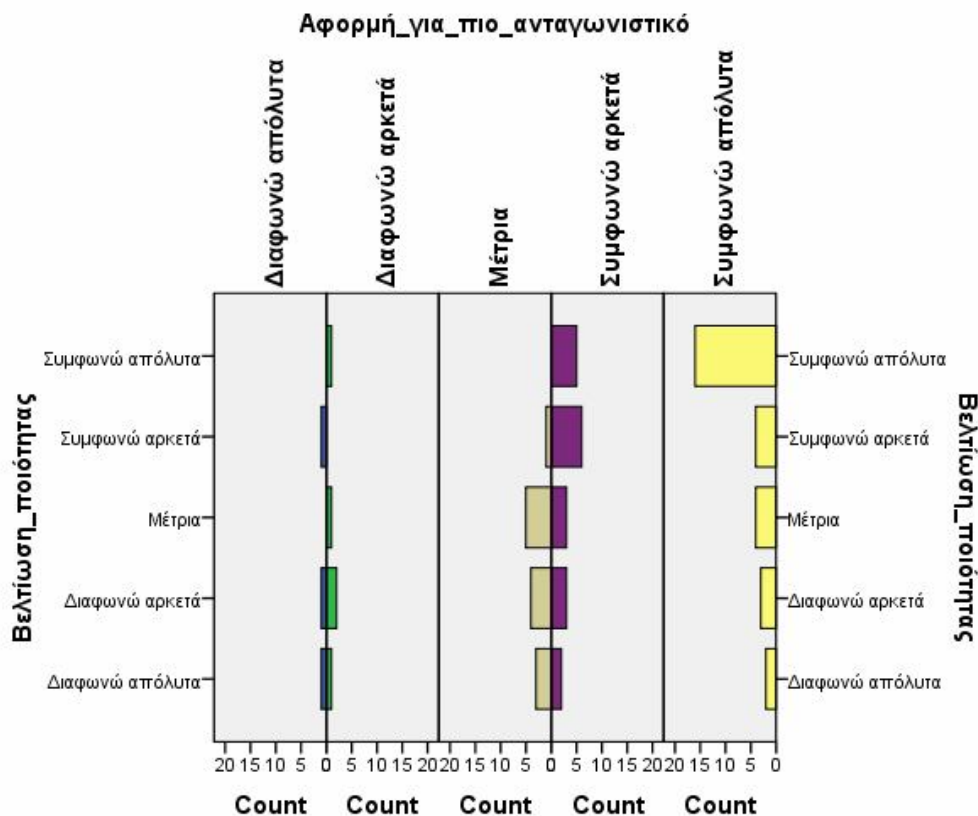
Πίνακας 7.14: Αποτελέσματα ελέγχου χ^2

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,355 ^a	16	,064
Likelihood Ratio	29,537	16	,021
Linear-by-Linear Association	13,175	1	,000
N of Valid Cases	69		

Πίνακας 7.15: Δείκτες Phi, Cramer's και Contingency Coefficient

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,606	,064
	Cramer's V	,303	,064
	Contingency Coefficient	,518	,064
N of Valid Cases		69	

Σχεδιάγραμμα 7.7: Συσχέτιση μεταβλητών «Βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών» και «αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό»



Βιβλιογραφία

1. Douglas Dowing – Jaffrey Clark, (1998). «Στατιστική των επιχειρήσεων», Εκδόσεις Κλειδάριθμος
2. Δημητριάδης, Ε., (2003). «Στατιστικές Εφαρμογές με S.P.S.S.», Εκδόσεις Κριτική
3. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006», ΕΟΤ
4. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, «Τουριστική Πολιτική 2002 –2006»
5. Καραθάνος, Γ., (1996). «Ελληνικός Τουρισμός» : Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων», Αθήνα: Εκδόσεις Anubis
6. Κυριακούσης, Α., (1994). «Στατιστικές Μέθοδοι», Αθήνα
7. Παυλόπουλος, Π., (2001). «Θέματα Οικονομικής και Τουριστικής Πολιτικής», Αθήνα: Ειδικές Εκδόσεις ΙΤΕΠ
8. Ραφαήλ, Μ., (2001.) «Θέματα Τουριστικής Πολιτικής», Εκδόσεις Αντ. Ν. Σακκούλα.
9. Χάλκος, Γεώργιος, (2006). «Οικονομετρία – Θεωρία και Πράξη», Εκδόσεις Β.Γκιούρδα
10. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.world-tourism.org> [πρόσβαση 19-5-09].
11. Πηγή από το Διαδίκτυο:<http://www.weforum.org>) [πρόσβαση 24-5-09].
12. Παγκόσμιο Βαρόμετρο για τον Τουρισμό: http://www.world-tourism.org/market_research/facts/barometer/WTOBarom04_1_enExcerpts.pdf [πρόσβαση 1-6-09]
13. Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών: <http://www.un.org> [πρόσβαση 24-5-09]
14. Τράπεζα Eurobank: <http://www.eurobank.gr/online/home/research.aspx?mid=620&lang=gr> [πρόσβαση 20-5-09]

15. Eurostat:
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes> [πρόσβαση 12-6-09]
16. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών, Προβλέψεων:
<http://www.itep.gr/gr/index.htm>
17. Παγκόσμιο Νομισματικό Ταμείο: <http://www.imf.org/external/data.htm#data> [πρόσβαση 8-6-09]
18. Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.itep.gr>

Παράρτημα Α



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο. Τα στοιχεία που θα προκύψουν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της ερευνητικής εργασίας και είναι αυστηρά εμπιστευτικά. Λαμβάνοντας υπόψη τη συμβολή σας στην επιτυχή διεκπεραίωση της μελέτης αυτής, αναμένουμε την ειλικρινή και αβίαστη κατάθεση των απόψεών σας. Εκφράζουμε εκ των προτέρων τις θερμές μας ευχαριστίες.

Επηρεασμός των Ελλήνων τουριστών από την οικονομική κρίση

1. Πέρυσι πήγατε διακοπές;

Ναι Όχι

2. Φέτος σκοπεύετε να πάτε διακοπές;

Ναι Όχι

Εάν όχι, αιτία είναι οι συνέπειες της οικονομικής κρίσης στην οικονομική σας δυνατότητα;

Ναι Όχι

(Εάν η απάντησή σας είναι ναι, παρακαλούμε συνεχίστε με την ερώτηση 18)

3. Τι ποσό διαθέσατε πέρυσι για τις διακοπές σας (σε €);

0 – 300 301 – 600 601 – 1000 1001+

4. Σκέφτεστε φέτος το ενδεχόμενο να μειώσετε το ποσό που διαθέσατε πέρυσι;

Ναι Όχι

Εάν ναι, πόση περίπου θα είναι η μείωση (σε €);

0 – 200

201 – 300

301+

5. Τι διάρκεια είχαν πέρυσι οι διακοπές σας;

Έως μία εβδομάδα

2 – 3 εβδομάδες

1 μήνα ή περισσότερο

6. Σκέφτεστε φέτος το ενδεχόμενο να μειώσετε τη διάρκεια των διακοπών σας;

Ναι Όχι

7. Πέρυσι με ποιο από τα παρακάτω μεταφορικά μέσα ταξιδέψατε στον προορισμό σας;

Αυτοκίνητο

Αεροπλάνο

Πλοίο

Λεωφορείο

Τρένο

8. Σκέφτεστε φέτος το ενδεχόμενο να ταξιδέψετε με κάποιο πιο οικονομικό μέσο;

Ναι Όχι

9. Ο φετινός σας τουριστικός προορισμός είναι πιο κοντά στο σπίτι σας από τον περσινό;

Ναι Όχι

Εάν ναι, η επιλογή έγινε εσκεμμένα για τη μείωση του κόστους μετακίνησης;

Ναι Όχι

10. Στις προηγούμενες διακοπές σας ποιο από τα παρακάτω επιλέξατε για τη διαμονή σας;

Ξενοδοχείο Πολυτελείας

Απλό ξενοδοχείο

Ενοικιαζόμενα δωμάτια

Camping

Εξοχικό σπίτι

Σπίτι συγγενών ή φίλων

11. Εξετάζετε τα ενδεχόμενα φέτος να επιλέξετε ένα πιο οικονομικό μέρος διαμονής;

Ναι Όχι

Ένα ναι, ποιο θα είναι αυτό;

Απλό ξενοδοχείο

Ενοικιαζόμενα δωμάτια

Camping

Εξοχικό σπίτι

Σπίτι συγγενών ή φίλων

12. Πέρυσι ταξιδέψατε:

Αυτόνομα

Με group (τουριστικό πακέτο)

13. Σκέφτεστε φέτος να ταξιδέψετε με group ως πιο οικονομική λύση;

Ναι Όχι

14. Για τις φετινές σας διακοπές σκοπεύετε να ταξιδέψετε στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;

Ελλάδα Εξωτερικό

Η επιλογή σας αυτή σχετίζεται με το κόστος των διακοπών στην Ελλάδα;

Ναι Όχι

15. Σκέφτεστε να κάνετε διακοπές σε περίοδο χαμηλής τουριστικής ζήτησης ώστε να πετύχετε καλύτερες τιμές;

Ναι Όχι

16. Αναζητάτε νέους τρόπους αγοράς των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών σας (π.χ. κρατήσεις μέσω internet, κρατήσεις τελευταίας στιγμής, προσφορές) ώστε να μειώσετε το κόστος;

Ναι Όχι

17. Εάν τα οικονομικά σας δεν σας επέτρεπαν να κάνετε διακοπές το καλοκαίρι θα παίρνατε κάποιο τραπεζικό δάνειο προκειμένου να πάτε διακοπές;

Ναι, γιατί οι διακοπές μου είναι απαραίτητες

Ναι, γιατί έχω ακολουθήσει ξανά αυτή τη διαδικασία

Μάλλον ναι, ανάλογα με τους όρους του δανείου

Όχι, γιατί έχω ήδη μεγάλες οφειλές από δάνεια

Σίγουρα όχι

Δ.Ξ. / Δ.Α.

18. Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις:

Φέτος θα υπάρξει μεγάλη μείωση στην τουριστική κίνηση στην Ελλάδα λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να μειώσει δραστικά τις τιμές της προκειμένου να ανταποκριθεί στα δεδομένα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να προσφέρει ένα προϊόν που θα απευθύνεται σε τουρίστες υψηλότερης οικονομικής επιφάνειας.

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

Η παγκόσμια οικονομική κρίση είναι μια καλή αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό σε επίπεδο τιμών και ποιότητας.

Διαφωνώ απόλυτα 1 2 3 4 5 Συμφωνώ απόλυτα

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

19. Φύλο:

Άνδρας Γυναίκα

20. Ηλικία:

18 – 35 36 – 50 51+

21. Εκπαίδευση:

Πρωτοβάθμια – Δευτεροβάθμια Τριτοβάθμια – Μεταπτυχιακό

22. Οικογενειακή κατάσταση:

Άγαμος Έγγαμος Διαζευγμένος Χήρος

Πόσα παιδιά έχετε;

Κανένα 1 2 3 περισσότερα από 3 παιδιά

23. Μηνιαίο Εισόδημα (σε €):

0 – 700 701 – 1.400 1.401-2.100 2.101+

Παράρτημα Β

A/A	Ερώτηση	Απαντήσεις				69
1	Πέρυσι πήγατε διακοπές	Ναι	Όχι			
		48	21			
2	Φέτος σκοπεύετε να πάτε διακοπές	Ναι	Όχι			
		55	14			
2α	Εάν όχι, αιτία είναι οι συνέπειες της οικονομικής κρίσης στην οικονομική σας δυνατότητα;	Ναι	Όχι			
		8	12			
3	Τι ποσό διαθέσατε πέρυσι για τις διακοπές σας	0-300	301 - 600	601 - 1000	1001+	
		6	17	9	12	
4	Σκέφτεστε φέτος το ενδεχόμενο να μειώσετε το ποσό που διαθέσατε πέρυσι;	Ναι	Όχι			
		20	27			
4α	Εάν ναι πόση θα είναι η μείωση;	0 - 200	201 - 300	301 +		
		12	2	5		
5	Τι διάρκεια είχαν πέρυσι οι διακοπές σας	1	2 - 3	1 μήνα +		
		34	9	2		
6	Σκέφτεστε φέτος να μειώσετε τη διάρκεια των διακοπών σας;	Ναι	Όχι			
		12	34			

7	Πέρυσι με ποιο από τα παρακάτω μεταφορικά μέσα ταξιδέψατε στον προορισμό σας;	Αυτοκίνητο	Λεωφορείο	Αεροπλάνο	Τρένο	Πλοίο
		20	6	8	2	23
8	Σκέφτεστε φέτος το ενδεχόμενο να ταξιδέψετε με κάποιο πιο οικονομικό μέσο;	Ναι	Όχι			
		13	35			
9	Ο φετινός σας τουριστικός προορισμός είναι πιο κοντά στο σπίτι σας από τον περσινό;	Ναι	Όχι			
		11	35			
9α	Εάν ναι η επιλογή είναι εσκεμμένα για την μείωση του κόστους μετακίνησης;	Ναι	Όχι			
		7	4			
10	Στις προηγούμενες διακοπές σας ποιο από τα παρακάτω επιλέξατε για τη διαμονή σας;	Πολυτελείας	απλό	Ενοικιαζόμενα	Camping	Εξοχικό
		3	18	17	1	4
11	Εξετάζετε το ενδεχόμενο φέτος να επιλέξετε ένα πιο οικονομικό μέρος διαμονής	Ναι	Όχι			
		14	34			
11α	Εάν ναι, ποιο θα είναι αυτό;	απλό	Ενοικιαζόμενα	Camping	Εξοχικό	Συγγενείς

		2	5	1		4
12	Πέρυσι ταξιδέψατε:	Αυτόνομα	Group			
		47				
13	Σκέφτεστε φέτος να ταξιδέψετε με group ως πιο οικονομική λύση;	Ναι	Όχι			
		2	47			
14	Για τις φετινές σας διακοπές σκοπεύετε να ταξιδέψετε στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό;	Ελλάδα	Εξωτερικό			
		39	11			
14α	Η επιλογή σας αυτή σχετίζεται με το κόστος διακοπών στην Ελλάδα;	Ναι	Όχι			
		11	30			
15	Σκέφτεστε να κάνετε διακοπές σε περίοδο χαμηλής τουριστικής ζήτησης ώστε να πετύχετε καλύτερες τιμές;	Ναι	Όχι			
		13	37			
16	Αναζητάτε νέους τρόπους αγοράς των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών σας, ώστε να μειώσετε το κόστος;	Ναι	Όχι			
		35	18			

17	Εάν τα οικονομικά σας δεν σας επέτρεπαν να κάνετε διακοπές το καλοκαίρι θα πέρνατε κάποιο τραπεζικό δάνειο προκειμένου να πάτε διακοπές;	Ναι γιατί είναι απαραίτητες	Ναι έχβ ξανακάνει το ίδιο	Μάλλον ναι, ανάλογα	Όχι, χρωστάω	Σίγουρα όχι
			1	2	3	47
18	Φέτος θα υπάρξει μεγάλη μείωση στην τουριστική κίνηση στην Ελλάδα λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης	Διαφωνώ απόλυτα 1	2	3	4	Συμφωνώ απόλυτα 5
		7	7	22	24	9
18α	Η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να μειώσει δραστικά τις τιμές της προκειμένου να ανταποκριθεί στα δεδομένα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης	Διαφωνώ απόλυτα 1	2	3	4	Συμφωνώ απόλυτα 5
		1	2	11	19	36
18β	Η ελληνική τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να βελτιώσει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να προσφέρει ένα προϊόν που θα απευθύνεται σε τουρίστες υψηλότερης οικονομικής επιφάνειας	Διαφωνώ απόλυτα 1	2	3	4	Συμφωνώ απόλυτα 5
		9	13	13	11	23

18γ	Η παγκόσμια οικονομική κρίση είναι μια καλή αφορμή για να γίνει το ελληνικό τουριστικό προϊόν πιο ανταγωνιστικό σε επίπεδο τιμών και ποιότητας	Διαφωνώ απόλυτα 1	2	3	4	Συμφωνώ απόλυτα 5
		3	6	13	18	29
	Δημογραφικά στοιχεία					
19	Φύλλο	Άνδρας	Γυναίκα			
		50	29			
20	Ηλικία	18 - 35	36 - 50	51+		
		60	19			
21	Εκπαίδευση	Πρωτοβάθμια - Δευτεροβάθμια	Τριτοβάθμια - Μεταπτυχιακό			
		22	56			
22	Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμος	Έγγαμος	Διαζευγμένος	Χήρος	
		54	23	2		
22α	Πόσα παιδιά έχετε;	Κανένα	1	2	3	3+
		51	5	9		
23	Μηνιαίο εισόδημα	0 - 700	701 - 1400	1401 - 2100	2101+	
		30	29	19	1	