



ΤΕΙ Κρήτης
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

Δ.Π.Μ.Σ. «ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥΣ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΤΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΗ ΝΙΚΟΛΑΟΥ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ mto31

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΑΡΓΥΡΩ ΜΟΥΔΑΤΣΟΥ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΙΟΥΝΙΟΣ 2019

Copyright © Αλεξανδρίδης Νικόλαος, 2018

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το πρόγραμμα δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια μου για την αγάπη και την στήριξη όλα αυτά τα χρόνια.

Επίσης οφείλω ένα μεγάλο «ευχαριστώ» σε όσους συνέβαλαν στην εκπόνηση αυτής της εργασίας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία σκοπό έχει να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ των ξένων άμεσων επενδύσεων και μεγεθών του τουρισμού σε μακροοικονομικό επίπεδο μέσω οικονομετρικών μεθόδων. Για το σκοπό αυτό παρουσιάζεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν, η διαχρονική του εξέλιξη και οι βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης και προσφοράς. Εν συνεχεία παρουσιάζονται διαχρονικά στατιστικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού, ενώ επιπρόσθετα εξετάζεται η σύνδεση του τουρισμού με την επενδυτική συμπεριφορά. Ακολουθεί η παρουσίαση της μεθοδολογίας της οικονομετρικής εμπειρικής έρευνας και τα αποτελέσματα της.

Για την εμπειρική ανάλυση του σκοπού της έρευνας συλλέχτηκαν ετήσια δεδομένα για την Ελληνική οικονομία που εκτείνονται σε ορίζοντα 31 ετών και αφορούν τις ξένες άμεσες επενδύσεις γενικά, τις ξένες άμεσες επενδύσεις στο τουρισμό, το ΑΕΠ, το ΑΕΠ του τουρισμού, τις ετήσιες τουριστικές αφίξεις, την ετήσια τουριστική κατανάλωση και την ετήσια πληρότητα κλινών. Για την εξαγωγή των συμπερασμάτων μας χρησιμοποιήθηκαν μέτρα περιγραφικής στατιστικής και διαγραμματικές απεικονίσεις των δεδομένων, καθώς και η γραμμική παλινδρόμηση με τη μέθοδο ελαχίστων τετραγώνων η συνολοκλήρωση και η αιτιότητα κατά Granger.

Τα εξαχθέντα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχει ισχυρή θετική σχέση ανάμεσα στις άμεσες ξένες επενδύσεις στον τουρισμό με το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν αλλά και με το επίπεδο των αφίξεων

Λέξεις κλειδιά: Άμεσες ξένες επενδύσεις, Τουρισμός, Τουριστική ανάπτυξη

ABSTRACT

The present study aims at exploring the relationship between foreign direct investment and the magnitude of tourism on a macroeconomic basis through econometric methods. For this purpose, the Greek tourist product is presented, its evolution over time and the main determinants of demand and supply. Thereafter, statistics on Greek tourist traffic are attributed over time, while the aim is to link tourism to investment behavior. Here is the presentation of the method of econometric empirical research and its results.

For the empirical mapping of the purpose of the thesis, annual data on the Greek economy, which cover 31 years and relate to foreign direct investment in general, foreign direct investment in tourism, GDP, tourism development, annual tourist arrivals, annual tourist consumption and the annual occupancy of beds. In order to draw our conclusions, descriptive statistics and graphical depictions of the data were used, as well as the linear regression with the least squares' method of integration and Granger causality.

Exported results showed that there is a strong positive relationship between foreign direct investment in tourism with the Gross Domestic Product and with the arrivals level. Moreover, it appears that the occupancy rate of tourist beds is an index of tourist investment

Keywords: Foreign direct investment, Tourism, Tourist development

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	11
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ.....	11
1.1 ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	11
1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	12
1.3 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	13
1.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	15
1.4.1 Εξέλιξη τουριστικής πολιτικής.....	15
1.4.2 Σύγχρονη τουριστική πολιτική.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	21
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΑΠΑΝΩΝ	21
2.2 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	22
2.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.....	23
2.4 ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	24
2.5 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	30
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ.....	30
3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	30
3.2 Η ΕΝΤΑΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ	32
3.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	38
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	39
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	39
5.1 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ	39
5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ	43
5.4 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣ OLS.....	47
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	51
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	54

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Άμεσες ξένες επενδύσεις στον τουρισμό	39
Γράφημα 2: Άμεσες ξένες επενδύσεις στην ελληνική οικονομία.....	40
Γράφημα 3: ΑΕΠ ελληνικής οικονομίας.....	40
Γράφημα 4: ΑΕΠ ελληνικού τουρισμού	41
Γράφημα 5: Ετήσιες τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα	41
Γράφημα 6: Μέση τουριστική κατανάλωση στην Ελλάδα.....	42
Γράφημα 7: Ετήσια πληρότητα κλινών στην Ελλάδα	43
Γράφημα 8: Έλεγχος κανονικότητας στα κατάλοιπα	48

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη 2009-2017	21
Πίνακας 2: Αριθμός ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ανά κατηγορία (2006-2017)	22
Πίνακας 3: Εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2000-2009)	23
Πίνακας 4: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά κατηγορία (2017).....	23
Πίνακας 5: Γεωγραφική κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2017).....	24
Πίνακας 6: Αφίξεις αλλοδαπών στην Ελλάδα (2007-2017)	25
Πίνακας 7: Διανυκτερεύσεις και πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων (2008-2017)27	
Πίνακας 14: Έλεγχοι μοναδιαίας ρίζας.....	44
Πίνακας 15: Έλεγχος συνολοκλήρωσης κατά Engle-Granger	44
Πίνακας 16: Έλεγχος συνολοκλήρωσης κατά Johansen	45
Πίνακας 17: Έλεγχος συνολοκλήρωσης FMOLS	46
Πίνακας 12: Έλεγχος αυτοσυσχέτισης των κατάλοιπων	48
Πίνακας 13: Έλεγχος ετεροσκεδαστικότητας των κατάλοιπων	48
Πίνακας 10: Αποτελέσματα παλινδρόμησης OLS.....	49

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μια από τις πιο αδιαμφισβήτητες υποθέσεις της οικονομικής θεωρίας είναι ότι όλες οι χώρες αντιμετωπίζουν την βασική οικονομική πρόκληση της διάθεσης πόρων μεταξύ διαφορετικών και ανταγωνιστικών χρήσεων με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ώστε να μεγιστοποιηθεί πλούτος και τα οφέλη τόσο για την οικονομία όσο και για την κοινωνία. Στο πλαίσιο αυτού του πρίσματος, οι επενδύσεις αποτέλεσαν ένα σημαντικό θέμα έρευνας τις τελευταίες δεκαετίες, καθώς οι αρμόδιοι για τη λήψη αποφάσεων χρειάζονται τις σχετικές πληροφορίες σχετικά με τα καθαρά οφέλη τους και ιδιαίτερα τη συμβολή τους στην οικονομική ανάπτυξη. Η γενική ιδέα είναι ότι οι επενδύσεις είναι απαραίτητες για τη δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών για την τόνωση της ανάπτυξης, της παραγωγικότητας και της απασχόλησης, παρέχοντας τα απαραίτητα μέσα για την αύξηση του εισοδήματος και την επίτευξη αιεφόρου ανάπτυξης. Φυσικά, υπάρχουν πολλές μεταβλητές που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με μια επένδυση και αυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο η έρευνα είναι καθοριστικής σημασίας για τη διερεύνηση αυτών των παραγόντων που επηρεάζουν τη σχέση μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και αντίστοιχων επενδύσεων.

Σύμφωνα με τον Nordin (2003), οι επενδύσεις στον τουρισμό μπορούν να συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη μέσω διαφόρων διαδικασιών. Οι επενδύσεις αυτές έχουν θετικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη με την αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Πράγματι, έχει τεκμηριωθεί ότι ο τουρισμός επεκτείνει την παραγωγικότητα, οδηγώντας σε αντίστοιχη αύξηση του εισοδήματος (Sheldon & Dwyer, 2010). Οι Fayissa et al. (2008) υποστηρίζουν ότι οι επενδύσεις στον τουρισμό είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομία,, έχοντας καθαρό όφελος για την ανταγωνιστικότητα και την παραγωγικότητα. Δεύτερον, ο τουρισμός έχει αντίκτυπο στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της αύξησης της συνολικής ζήτησης, παρέχοντας την ευκαιρία σε όλους παρόχους τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στα νέα δεδομένα (Schubert et al, 2011). Φυσικά, η ακριβής σχέση ως προς το μέγεθος και την

κατεύθυνση της αιτιότητας μεταξύ επενδύσεων στον τουρισμό και της οικονομικής ανάπτυξης δεν είναι ακόμη σαφής, καθώς υπάρχουν διαφορετικές σχολές σκέψης για το θέμα αυτό.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι ο τουρισμός και οι επενδύσεις σε αυτόν, έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ιδιαίτερα στην Ελλάδα είναι ένα από τα βασικά μέσα για την τόνωση της οικονομίας μέσω. Οι Song & Turner (2006) αποδεικνύουν ότι οι αυξημένες επενδύσεις του δημόσιου τομέα, στον τομέα τουρισμού, υποκινούν τις ιδιωτικές επενδύσεις και επομένως την οικονομική ανάπτυξη. Οι πρόσφατες μελέτες υποδεικνύουν ότι ο αντίκτυπος των επενδύσεων στον τουρισμό στην οικονομική ανάπτυξη μπορεί να είναι εξαρτώμενες από διάφορους μακροοικονομικούς και μικροοικονομικούς παράγοντες (Schubert & Brida, 2009). Και στις δύο περιπτώσεις, οι βελτιώσεις στις υποδομές έχουν τόσο άμεσες όσο και έμμεσες επιπτώσεις στην οικονομία, μια υπόθεση που ισχύει και για τις επενδύσεις στον τουρισμό.

Η εμπειρική μελέτη για τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ των ξένων άμεσων επενδύσεων και μεγεθών του τουρισμού σε μακροοικονομικό επίπεδο μέσω οικονομετρικών μοντέλων σκοπεύει να προσδιορίσει εάν υπάρχει ή όχι σχέση βραχυχρόνιας ή μακροχρόνιας ισορροπίας μεταξύ μεταβλητών που προσδιορίζουν την αποδοτικότητα του τουρισμού και του επιπέδου των ξένων άμεσων επενδύσεων.

Η εργασία αποτελείται από δύο κύρια μέρη, το θεωρητικό και το εμπειρικό. Στο θεωρητικό αρχικά παρουσιάζεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν, η διαχρονική του εξέλιξη και οι βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης και προσφοράς. Εν συνεχεία αποδίδονται διαχρονικά στατιστικά στοιχεία του ελληνικού τουρισμού, ενώ επιπρόσθετα επιχειρείται η σύνδεση του τουρισμού με την επενδυτική συμπεριφορά. Ακολουθεί η παρουσίαση της μεθοδολογίας της οικονομετρικής εμπειρικής έρευνας και τα αποτελέσματα της. Η εργασία ολοκληρώνεται με την παράθεση των συμπερασμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

1.1 ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η τουριστική ανάπτυξη σε διεθνές επίπεδο και κατά συνέπεια και στη χώρα μας, ήταν ραγδαία μετά τη λήξη του Β΄ Παγκόσμιου Πολέμου. Η οργάνωση του τουρισμού σε επιχειρηματική βάση, η ανάπτυξη των τεχνολογιών (ιδιαίτερα των μέσων μαζικής μεταφοράς, των τηλεπικοινωνιών), η έντονη ανάπτυξη της τουριστικής υποδομής και ανωδομής, οδήγησαν σε μαζικοποίηση του τουρισμού και στη δημιουργία μιας τουριστικής βιομηχανίας που σήμερα συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων διεθνώς. Ο τουρισμός ως φαινόμενο, μεταπολεμικά κυρίως, πήρε τέτοιες διαστάσεις στην εθνική οικονομία της χώρας μας, ώστε οδήγησε την Πολιτεία να πάρει μέτρα ανάπτυξης του τουρισμού και να προχωρήσει στην αναδιαμόρφωση του πλαισίου λειτουργίας του ευρύτερου τουριστικού κλάδου. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω παρατηρείται σημαντικός βαθμός κρατικού παρεμβατισμού στην πορεία ανάπτυξης του τουρισμού που φαίνεται με την δημιουργία έργων τουριστικής υποδομής, με τον μηχανισμό των χρηματοδοτήσεων, των κινήτρων γενικότερα, αλλά και με έμπρακτη απόδειξη ότι το κράτος πραγματικά θέλει να αναπτυχθεί αυτός ο κλάδος, διότι έτσι υπολογίζει να επωφεληθεί και η οικονομία του από τις αλυσιδωτές επιδράσεις του και σε άλλους κλάδους παραγωγής (Κολτσιδόπουλος, 2000).

Παρότι ο τουρισμός είναι για την Ελλάδα ένας σημαντικός κλάδος παραγωγικής δραστηριότητας, αφού η χώρα θεωρείται ως τουριστικός προορισμός, δεν δίνεται η δέουσα σημασία στον κλάδο αυτό. Θα μπορούσε δηλαδή το κράτος να ασχοληθεί περισσότερο με τα προβλήματα του τουρισμού και να δώσει λύσεις έτσι ώστε να εκμεταλλευτεί τον κλάδο όπως θα έπρεπε αλλά και όπως κάνουν άλλα κράτη ως τουριστικοί προορισμοί και να επωφεληθεί το κράτος από τις

επιδράσεις του στην οικονομία, πράγμα που δεν συμβαίνει με αποτέλεσμα ο τουρισμός στην Ελλάδα να εμφανίζει πολλαπλά προβλήματα σημειώνοντας κατά περιόδους μείωση της ζήτησης του ως τουριστικό προϊόν (Δρακόπουλος, 2002).

1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα παρουσιάζει κάποια χαρακτηριστικά τα οποία επιτρέπουν την ανάδειξή του ως ένα νευραλγικό τομέα της οικονομίας της χώρας. Ένα από τα βασικότερα αυτά χαρακτηριστικά είναι η διάχυση των αρχαιολογικών μνημείων σε όλη τη χώρα, καθώς αυτά κατανέμονται σε μια ισορροπία άξια αναφοράς, παρατηρώντας πως υπάρχουν πολλοί προορισμοί σε πολλούς νομούς, οι οποίοι δημιουργούν εναλλακτικές ροές ανά τη χώρα (Πολύζος-Ζδρόλιας, 2006) Ένα ακόμη σημαντικό χαρακτηριστικό του τουρισμού στην Ελλάδα είναι η κατανομή των γιορτών σε όλη τη διάρκεια του χρόνου, γεγονός που επιτρέπει την ανάπτυξη του 12μηνου τουρισμού και την ομαλή κατανομή των τουριστών κατά τη διάρκεια του έτους, αν και αυτή αυξάνεται τους θερινούς μήνες και τις αργίες (Σφακιανάκης, 2000). Στην ομαλή επισκεψιμότητα των τουριστών συμβάλλει επίσης, η ύπαρξη πολλών προσκυνημάτων που είναι διαθέσιμα όλο το χρόνο, χωρίς να είναι απαραίτητη κάποια θρησκευτική εκδήλωση, ενώ και πολλά μοναστήρια προσφέρουν διαμονή κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου.

Προχωρώντας στο κυριότερο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος το οποίο είναι το φυσικό κάλος της χώρας το οποίο εκτείνεται σε όλη την επικράτεια, αξίζει να σημειωθεί ότι αυτό αποτελεί το σημαντικότερο γρανάζι στην Ελληνική τουριστική μηχανή. Η χώρα μας παρέχει απλόχερα τον ήλιο και τη θάλασσα, με το γεγονός αυτό να την καθιστά πολύ ψηλά στις προτιμήσεις ξένων τουριστών, ενώ παράλληλα υπάρχουν οι υποδομές για χειμερινές διακοπές οι οποίες επιλέγονται κυρίως από εσωτερικούς τουρίστες, ιδιαίτερα στην περιοχή της Μακεδονίας (Σφακιανάκης, 2000). Τέλος, σύμφωνα με τους Αποστολόπουλο & Σδράλη (2009) τα τελευταία χρόνια, καταγράφεται σημαντική αύξηση στην πραγματοποίηση συνεδρίων, τα οποία λαμβάνουν χώρα είτε σε αυτοδύναμα συνεδριακά κέντρα είτε σε συνεδριακά κέντρα που ανήκουν σε άλλους φορείς,

αλλά και του αγροτουρισμού- οικοτουρισμού που επιδοτείται μάλιστα από τον ΕΟΤ.

1.3 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Σαν τουριστική ζήτηση ορίζεται το σύνολο των ατόμων που ταξιδεύουν ή θέλουν να ταξιδέψουν σε έναν προορισμό, με συνέπεια τη χρησιμοποίηση των τουριστικών εγκαταστάσεων μιας περιοχής. Η σκιαγράφηση των παραγόντων που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση είναι μια σύνθετη διαδικασία καθώς αυτοί μπορούν να λάβουν πολύπλοκα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά. Υπό αυτή την έννοια οι κυριότεροι παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση είναι (Uysal, 1998):

- Μεταβολές στο εισόδημα των καταναλωτών
- Προτιμήσεις και τάσεις όσον αφορά το είδος του τουριστικού προϊόντος
- Κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά των τουριστών
- Καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών
- Τα συμφέροντα των τουριστικών πρακτόρων
- Περιβαλλοντικές μεταβολές
- Η διαθέσιμη τουριστική υποδομή
- Ο βαθμός προώθησης ενός προορισμού τόσο από την πολιτεία, όσο και από τους δραστηριοποιούμενους επιχειρηματίες
- Οικονομικά και κοινωνικό-πολιτικά γεγονότα
- Περιβαλλοντικά και καιρικά συμβάντα

Η τουριστική προσφορά καθορίζεται κυρίως από δυο παράγοντες. Τους φυσικούς πόρους μιας περιοχής και τις τουριστικές υποδομές της. Ο πρώτος παράγοντας αναφέρεται κυρίως στις επιλογές που προσφέρει η μορφολογία μιας περιοχής και συγκεκριμένα από (Marcouiller & Prey, 2005):

- Τις παραλίες της περιοχής

- Τη δυνατότητα της να συνδυάζει πολλαπλά μορφολογικά χαρακτηριστικά (Συνδυασμός βουνού-θάλασσας)
- Τις φυσιολατρικές διαδρομές που προσφέρει
- Τη δυνατότητα αθλητικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων περιπέτειας
- Το κάλο κλίμα της περιοχής
- Την δυνατότητα επισκεψιμότητας σε λίμνες, ποταμιά και δάση

Η χώρα μας θεωρείται από τους ιδανικότερους τουριστικούς προορισμούς, καθώς το φυσικό της κάλος είναι ιδιαίτερα ξεχωριστό, με συνέπεια την επιλογή της από εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο για τις διακοπές τους, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Οι τουριστικές υποδομές αναφέρονται κυρίως (Goeldner & Ritchie, 2007):

- Στην ποιότητα και την ποσότητα των υπηρεσιών διαμονής που προσφέρει η περιοχή
- Την δυνατότητα εύκολης και ασφαλούς πρόσβασης στην περιοχή που επιτυγχάνεται με την ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών
- Τις υπηρεσίες εστίασης και διασκέδασης που προσφέρει μια περιοχή
- Τον αριθμό των τουριστικών επιχειρήσεων που δρουν στην περιοχή
- Τον αριθμό των τουριστικών γραφείων που δραστηριοποιούνται σε αυτή και
- Τον προσανατολισμό της πολιτείας για σταθερή ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος.

Όσον αφορά την ελληνική περίπτωση, στη χώρα μας με βάση στοιχεία του ΕΟΤ το 2015 δραστηριοποιήθηκαν:

- Πάνω από 30.000 επιχειρήσεις εστίασης-καφέ-κέντρα διασκέδασης
- 4.500 τουριστικά γραφεία
- 738 τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών
- 1.455 γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ χωρίς οδηγό
- 200 ναυλομεσιτικά γραφεία για την αντιπροσώπευση περισσότερων από 4.500 σκάφη αναψυχής
- 350 κάμπινγκ με περίπου 34.000 θέσεις κατασκήνωσης

Στην ειδική τουριστική υποδομή συμπεριλαμβάνονται 14 συνεδριακά κέντρα, 6 γήπεδα γκολφ, 16 χιονοδρομικά κέντρα, 62 ορεινά καταφύγια, 8 κέντρα θαλασσοθεραπείας, 17 υδροθεραπευτήρια, 38 λιμένες σκαφών αναψυχής (μαρίνες) και περίπου 10 υπό κατασκευή, 15 καταφύγια σκαφών αναψυχής, 5 διεθνή αεροδρόμια και 31 λοιπά περιφερειακά αεροδρόμια. Επίσης, συμπεριλαμβάνονται τα 86 μουσεία εποπτευόμενα από το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, καθώς και 64 επισκέψιμοι αρχαιολογικοί χώροι. Οι υποδομές αυτές αποτελούν τη βάση ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος και στηρίζουν την τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας.

1.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.4.1 Εξέλιξη τουριστικής πολιτικής

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους περισσότερο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας και βασικό άξονα της οικονομικής ανάπτυξης, συνεισφέροντας με κρίσιμο τρόπο στο ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατέχει σημαντική θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, κατά τις προηγούμενες δεκαετίες παρουσίαζε προβλήματα ιδιαίτερης διαρθρωτικής φύσης, με σημαντικότερα τον υψηλό βαθμό συγκεντρωτισμού της προσφοράς, την εποχικότητα και την ανεπάρκεια ειδικών υποδομών για τη διαφοροποίηση του προϊόντος (Patsouratis et al., 2005). Την τελευταία δεκαετία έχουν αναληφθεί αρκετές πρωτοβουλίες που προσανατολίζονται στην αναβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, στον εμπλουτισμό του, στην ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης και σε άλλα ζητήματα χωροταξικού ενδιαφέροντος.

Επιχειρώντας μία σύντομη ιστορική επισκόπηση της εθνικής τουριστικής πολιτικής, τη δεκαετία του 1980 άρχισαν να επιδιώκονται νέα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης, δεδομένου ότι αυτή είχε βασιστεί κατά κύριο λόγο στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Το βασικότερο επιχείρημα πίσω από την εν λόγω πολιτική ήταν ότι παρήγαγε σημαντικά οικονομικά οφέλη για τη χώρα από την άποψη των κερδών σε όρους συναλλάγματος, αυξάνοντας τα εισοδήματα στις τουριστικές

περιοχές (Βαρβαρέσος, 2000). Παρόλα αυτά, οι τουριστικές επενδύσεις δεν ακολούθησαν μία ομοιόμορφη και ορθολογική κατανομή των διαθέσιμων τουριστικών πόρων μεταξύ των περιοχών, προκαλώντας σημαντικές ανεπάρκειες σε ζητήματα προγραμματισμού χρήσης του εδάφους και των αντίστοιχων αναπτυξιακών προτύπων.

Συνεπώς, ο μαζικός τουρισμός αποτέλεσε μία μονόπλευρη επιλογή της τουριστικής πολιτικής της χώρας, γεγονός που συνέβαλε σταδιακά στον υποβιβασμό του τουριστικού προϊόντος, ειδικά σε μία εποχή έντονου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2000). Συνεπώς, αναδείχθηκε η ανάγκη σχεδιασμού νέων μοντέλων τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία θα μπορούσαν να ενσωματωθούν στις τοπικές κοινωνικοοικονομικές και περιβαλλοντικές συνθήκες, με απώτερο στόχο την αναβάθμιση των αντίστοιχων τουριστικών στρατηγικών. Έτσι, από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 επιχειρήθηκε να προαχθεί όλο και περισσότερο το στοιχείο της τοπικότητας, μέσω λήψης συγκεκριμένων μέτρων, επεμβάσεων και πολιτικών, οι οποίες στόχευαν σε μία πιο ισορροπημένη τουριστική ανάπτυξη που θα συνδύαζε το μαζικό τουρισμό με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Ωστόσο, ο στόχος αυτός δεν αποτέλεσε μία συγκεκριμένη και συντονισμένη πολιτική αλλά, αντιθέτως, πραγματοποιήθηκε στη βάση μεμονωμένων πολιτικών σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο (Τσάρτας, 2000). Η έλλειψη αυτή συντονισμού ήταν εμφανής στο γεγονός ότι δεν υπήρξε σαφής αντιστοίχιση των προωθούμενων τύπων διακοπών και τουριστικών προϊόντων με τις υποδομές και τις παρεχόμενες υπηρεσίες (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2014). Ειδικότερα σε ότι αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό, συστηματικές προσπάθειες πολιτικής εντοπίζονται σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο, μέσω τοπικών αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Η στόχευση προς μία πολιτική ισόρροπης τουριστικής ανάπτυξης βασίστηκε και στις εξελίξεις σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς από το 1985 και μετά ένας σημαντικός αριθμός πρωτοβουλιών, χρηματοδοτικών σχεδίων και αναπτυξιακών προγραμμάτων εφαρμόστηκαν σε ευρωπαϊκό επίπεδο, εστιάζοντας στην τοπική ανάπτυξη του τουρισμού και στη διευκόλυνση της ολοκλήρωσης υποδομών και δράσεων που απαιτούνται για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Έτσι,

τη δεκαετία του 2000 σημαντική πρόοδος σημειώθηκε στο επίπεδο των συνεργασιών και της ολοκλήρωσης προγραμμάτων για την αναβάθμιση αυτού του τουριστικού τύπου, όπως συνέβη μέσω των προγραμμάτων Leader, Lefe, ENVIREG και Interreg (Koutsouris, 2009).

Σε αυτό συνέβαλε και η εφαρμογή μεγάλου αριθμού δράσεων εκπαίδευσης και κατάρτισης των εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού και σε συναφή επαγγέλματα, ιδιαίτερα αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι εν λόγω δραστηριότητες χρηματοδοτήθηκαν από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο ή από άλλα εξειδικευμένα προγράμματα, όπως το Leonardo, και πρωτοβουλίες, όπως το Youthstart (Paunovic, 2000). Ακόμη, σημαντικός άξονας της τουριστικής ανάπτυξης σε επίπεδο εθνικής πολιτικής είναι και η χρηματοδότηση ολοκληρωμένων μελετών ανάπτυξης που υπογράμμισαν τη σημασία της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και του περιβάλλοντος, μέσω των οποίων ενισχύεται η απασχολησιμότητα και αναπτύσσεται η περιφέρεια, προωθώντας μία ισορροπημένη τουριστική ανάπτυξη. Τα προγράμματα αυτά εφαρμόστηκαν από Υπουργεία που συμμετέχουν σε θέματα εθνικής πολιτικής που αφορούν την ανάπτυξη και τον προγραμματισμό, με τη συμμετοχή και των τοπικών αρχών (Tsartas et al., 2014). Ως αποτέλεσμα των εξελίξεων αυτών, δημιουργήθηκαν νέες προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες, διαμορφώνοντας κατά συνέπεια νέα τουριστικά προϊόντα, όπως ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο αθλητικός τουρισμός.

1.4.2 Σύγχρονη τουριστική πολιτική

Σήμερα, η τουριστική πολιτική της χώρας αναπτύσσεται βάσει τριών αξόνων (Sotiriadis & Varvaressos, 2015): (1) της τουριστικής πολιτικής και εκπαίδευσης (ανίχνευση τουριστικού περιβάλλοντος, τουριστική πολιτική, εκπαίδευση και κατάρτιση), (2) τις αναπτυξιακές υποδομές και επενδύσεις (χωρικός σχεδιασμός, τουριστικοί λιμένες και λοιπές υποδομές, προώθηση και διευκόλυνση τουριστικών επενδύσεων), και (3) την επεξεργασία των τουριστικών προτύπων και τη διασφάλιση ποιότητας (διαμόρφωση προτύπων ποιότητας, ποιοτικός έλεγχος και διαχείριση παραπόνων, συντονισμός και υποστήριξη περιφερειακών υπηρεσιών τουρισμού)

Ακόμη, από το 2013 και μετά εφαρμόζεται στην Ελλάδα ένα νέο χωροταξικό πλαίσιο για τον τουρισμό, το οποίο αποτελεί βασικό πυλώνα του εθνικού σχεδίου για τον τουρισμό, αποσκοπώντας στη δημιουργία υποδομών για την αντιμετώπιση του φαινομένου της άναρχης τουριστικής ανάπτυξης και την προώθηση της εγχώριας επιχειρηματικότητας. Το νέο αυτό σχέδιο ενισχύει τη μετάβαση από το μαζικό και μονοθεματικό τουρισμό σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, βάσει τριών αξόνων, της προστασίας του περιβάλλοντος, της ανάπτυξης υποδομών και της προώθησης ήπιων μορφών τουριστικών επενδύσεων (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2014).

Οι πέντε βασικοί άξονες της νέας τουριστικής πολιτικής βασίζονται σε διαρθρωτικές παρεμβάσεις και αφορούν τα παρακάτω:

- i. Οριζόντιες πολιτικές με εστίαση στις καταναλωτικές ανάγκες των επισκεπτών (καθορισμός ταυτότητας ελληνικού τουριστικού προϊόντος, εστίαση σε ασφάλεια και καινοτομία, εκσυγχρονισμός νομοθετικού πλαισίου, «επιχειρηματικά τουριστικά πάρκα»).
- ii. Κλαδικές πολιτικές για επιμέρους τομείς της τουριστικής δραστηριότητας (άρση τεχνικών εμποδίων, διαφοροποιημένη στρατηγική για τουριστικά καταλύματα, γραφεία και υποδομές, ενίσχυση ΜΜΕ, απορρόφηση πόρων ΕΣΠΑ).
- iii. Πολιτικές ελέγχου και διασφάλισης διαδικασιών (εποπτεία αγοράς, διαχωρισμός ελεγκτικών μηχανισμών και μηχανισμών παρακολούθησης, ενσωμάτωση ευρωπαϊκών κατευθύνσεων στο εθνικό δίκαιο).
- iv. Πολιτικές προστασίας περιβάλλοντος (ανάδειξη πράσινης επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, εισαγωγή φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών, περιβαλλοντική εξυγίανση κορεσμένων τουριστικών περιοχών).
- v. Πολιτικές αξιοποίησης διαθέσιμων πόρων και υποδομών (Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα τουριστικών φορέων, αναβάθμιση Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού, αξιοποίηση ανθρώπινου δυναμικού, συνεργασία με ευρωπαϊκές χώρες).

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως σύμφωνα με τον τουριστικό στρατηγικό σχεδιασμό του ΣΕΤΕ (2013) για την περίοδο 2014-2020, η κύρια προτεραιότητα

της τουριστικής πολιτικής είναι η δημιουργία ενός ισχυρού και διαφοροποιημένου χαρτοφυλακίου προϊόντων. Έτσι, ορίζονται έξι «κύρια» προϊόντα και μία σειρά «συμπληρωματικών και εξειδικευμένων» προϊόντων. Το πρώτο κύριο προϊόν είναι η κατηγορία “*sun & beach*”, με βασικές προτεραιότητες τα εξής: (1) τμηματοποίηση αγορών βάσει ύψους μέσης δαπάνης, (2) στρατηγικές παρεμβάσεις σε υποδομές, (3) δημιουργία συστήματος κατηγοριοποίησης, (4) ανάπτυξη ξενοδοχειακού δυναμικού και αναβάθμιση καταλυμάτων, (5) διαμόρφωση προϊόντων βάσει αξόνων προορισμού, επισκεπτών, θεματικών ενοτήτων. Οι χώρες-στόχοι του προϊόντος αυτού είναι η Ρωσία, Ιταλία, Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία, Δανία και Σουηδία.

Το δεύτερο «κύριο» προϊόν είναι το “*city break*”, με έμφαση στις δύο μητροπολιτικές περιοχές (Αθήνα & Θεσσαλονίκη) με απευθείας πτήσεις και εστίαση σε αγορές με διάρκειας πτήσης λιγότερο από 4 ώρες. Οι προτεραιότητες στο πεδίο αυτό είναι οι εξής: (1) ανάπτυξη περιεκτικού χρονολογίου εκδηλώσεων και θεματικών διαδρομών, (2) αξιοποίηση παραλιακών ζωνών, (3) αναβάθμιση «κάρτας πόλης», (4) διαμόρφωση πολυδιάστασης τουριστικής προσφοράς.

Το τρίτο «κύριο» προϊόν αφορά την κατηγορία MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions), με προτεραιότητες: (1) την αποτελεσματική κάλυψη των τομέων βιομηχανίας συνεδρίων, υγείας, τεχνολογίας, επιστήμης, (2) έμφαση σε μικρής και μεσαίας κλίμακας εκδηλώσεις και αξιοποίηση ετήσιων εκδηλώσεων, (3) αξιοποίηση υφιστάμενων δομών, (4) αξιοποίηση κέντρου Τάε-Κβο-Ντο ως συνεδριακό κέντρο στην Αθήνα. Τέλος, τα τρία τελευταία προϊόντα τα οποία αποτελούν στόχευση της εθνικής τουριστικής πολιτικής είναι ο πολιτιστικός, ο ιατρικός και ο ναυτικός τουρισμός, δεδομένου ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί πλέον βασική προτεραιότητα, όπως θα αναλυθεί και παρακάτω.

Το σκεπτικό δημιουργίας μια πολιτικής παρέμβασης που σχετίζεται με την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ότι τέτοιες ειδικές μορφές επένδυσης θεωρούνται ως κοινωνικά και εθνικά επιθυμητές. Αυτές οι μορφές υπηρετούν ως μια αναγκαιότητα για την διαφοροποίηση και την συνέχεια του τουριστικού προϊόντος και της περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης. Η βασική πολιτική της χώρας αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό βασίζεται στο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία, 2014-2020», το οποίο αποσκοπεί: (1) στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επιχειρηματική αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, (2) στην ανάδειξη και τουριστική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος, και (3) στην άμβλυση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Οι βασικοί άξονες εναλλακτικού τουρισμού που προωθούνται μέσω της εν λόγω πολιτικής είναι η αθλητικός τουρισμός αναψυχής, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ο γαστρονομικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας και ευεξίας. Επιπλέον, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις του Υπουργείου Τουρισμού, σχεδιάζονται ειδικές πολιτικές για τους ακόλουθους τομείς εναλλακτικού τουρισμού:

- Οικοτουρισμός (ανάδειξη προστατευόμενων περιοχών, επενδύσεις οικοτουριστικού περιεχομένου)
- Αθλητικός τουρισμός (ιστιοπλοΐα, οδοιπορία, αλεξίπτωτο πλαγιάς, Aegean Regatta, Athens Grand Prix Tsiklitiira, WRC Acropolis Rally κλπ).
- Τουρισμός υγείας (πλαστική χειρουργική, κέντρα αποτοξίνωσης και αποκατάστασης, κλινικές γονιμότητας, αιμοκάθαρση).
- Θρησκευτικός τουρισμός (ανάδειξη εκκλησιών και μοναστηριών, Μετέωρα, βυζαντινή παράδοση).
- Αγροτουρισμός (ανάδειξη αγροτικών περιοχών, τοπικών εορτών, πώληση τοπικών προϊόντων).
- Θεματικός τουρισμός (γαστρονομικός τουρισμός, οινικός τουρισμός, ταξίδια περιπέτειας, αρχαιολογικός τουρισμός).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΑΠΑΝΩΝ

Βάσει των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ, τα έσοδα του κλάδου του τουρισμού σε όρους τουριστικής δαπάνης παρουσιάζουν αυξητική τάση κατά τα έτη 2009-2017. Ποιο συγκεκριμένα ενώ ήταν ίσα με 10.580 εκατομμύρια ευρώ το 2009, αυξήθηκαν σε 12.369 εκατομμύρια ευρώ το 2017. Παρόλα αυτά την 3ετία 2010-2012 τα έσοδα του τουριστικού κλάδου παρουσιάζουν αρνητικό ρυθμό μεταβολής, ενώ αντίστοιχο αποτέλεσμα παρατηρείται το 2015. Παρόλα αυτά, η διαφοροποίηση το 2017 σε σχέση με το 2016 είναι ιδιαίτερα υψηλή.

Η τουριστική δαπάνη ορίζεται ως το σύνολο των δαπανών των τουριστών για την αγορά προϊόντων διατροφής, μετακινήσει, για υπηρεσίες διαμονής και αναψυχής και για τις υπόλοιπες τουριστικές δραστηριότητες. Το ύψος της μέσης κατά κεφαλή τουριστικής δαπάνης ισούται με το λόγο των τουριστικών εσόδων προς τις αφίξεις και προκύπτει ότι παρουσιάζει σταθερά πτωτική τάση την περίοδο 2009—2014 με μοναδική στιγμή ανάκαμψης τος 2012. Αντίθετα η μέση κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη αυξάνεται σημαντικά το 2015-2016 και παρουσιάζει μικρή μείωση το 2017.

Πίνακας 1: Μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη 2009-2017

Έτος	Αφίξεις	Έσοδα (σε εκατ. €)	ΜΚΤΔ (σε €)
2009	14.678.688	10.580	721
2010	14.918.177	10.285	689
2011	14.784.560	9.460	640
2012	14.267.420	10.348	725
2013	15.449.133	10.730	695
2014	17.283.910	11.357	657
2015	16.165.283	11.319	700
2016	15.938.806	11.636	730
2017	17.914.534	12.369	695

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.2 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τα έτη 2006 έως 2017 το μέγεθος την ξενοδοχειακής αγοράς παρουσιάζει αυξητική τάση στο σύνολο του. Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό παρατηρείται σε όλους τους τύπους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων καθώς και σε όλες τις κατηγορίες τους. Στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, προκύπτει ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση των επιχειρήσεων ΑΑ' και μικρότερη αύξηση των επιχειρήσεων Α' και Β' κατηγορίας, γεγονός που μαρτυρά τον προσανατολισμό του ελληνικού τουρισμού στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί το 2017 σε σχέση με το 2016 παρατηρείται μείωση της αγοράς των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, γεγονός που αποτυπώνεται στις επιχειρήσεις όλων των κατηγοριών. Κατά την περίοδο 2016-2017 η αγορά μειώθηκε κατά 13,1%, ως αποτέλεσμα αφενός του δυσμενούς φορολογικού πλαισίου που ίσχυσε από το 2016 και, αφετέρου, λόγω των προσφορών και των εκπτώσεων που ίσχυσαν από την πλειονότητα των ξενοδοχείων της χώρας, προκειμένου να προσελκύσουν πελάτες-παραθεριστές. Στον πίνακα 2 παρουσιάζεται το συνολικό μέγεθος της αγοράς (σε αξία €) των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται μονάδες Πολυτελείας ΑΑ., Α. και Β. κατηγορίας για την περίοδο 2006 – 2017.

Πίνακας 2: Αριθμός ξενοδοχειακών επιχειρήσεων ανά κατηγορία (2006-2017)

Έτος	ΑΑ'	Α'	Β'	Σύνολο
2006	366.800	909.800	528.200	1.804.800
2007	381.500	1.027.100	557.600	1.966.200
2008	440.200	1.100.500	601.600	2.142.300
2009	465.600	1.154.900	639.600	2.260.100
2010	461.000	1.120.000	618.000	2.199.000
2011	455.100	1.080.000	590.000	2.125.100
2012	634.100	1.017.000	550.500	2.201.600
2013	728.900	1.120.000	655.100	2.504.000
2014	900.000	1.300.000	620.000	2.820.000
2015	1.100.000	1.500.000	660.000	3.260.000
2016	1.150.000	1.580.000	700.000	3.430.000
2017	1.000.000	1.320.000	660.000	2.980.000

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

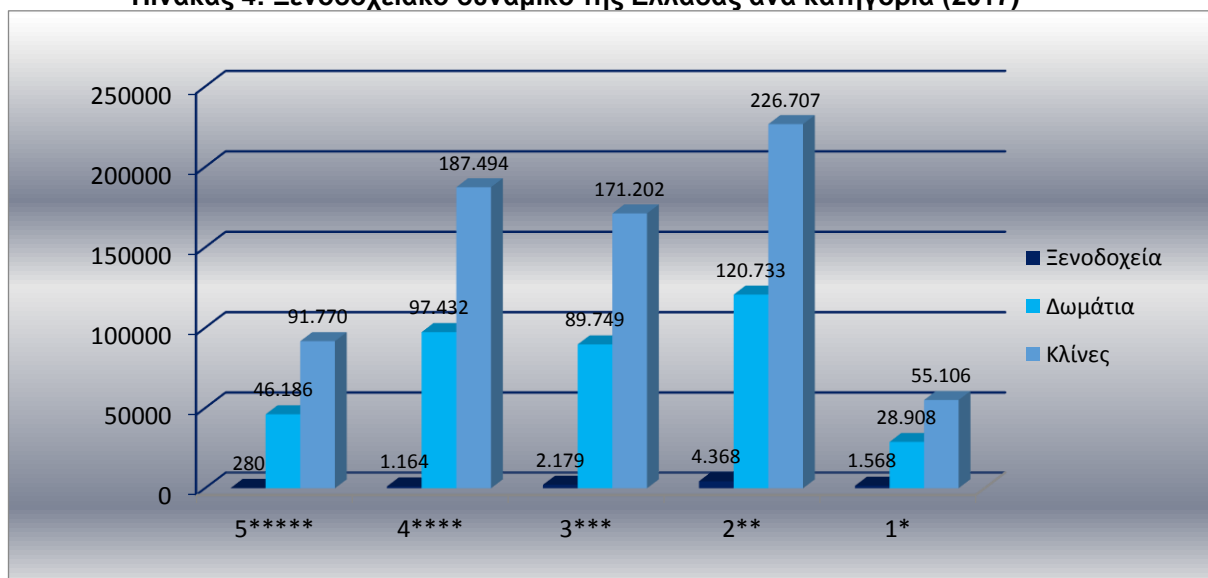
Όπως προκύπτει από στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, ο αριθμός των ξενοδοχείων για το 2017 ήταν ίσος με 9.559, αυξημένος ιδιαίτερα σε σχέση με το 2008, που ισούταν με 7.936 ξενοδοχειακές μονάδες, με τη συγκεκριμένη αύξηση να αγγίζει το 20,5%. Το 2014 περισσότερα ήταν τα ξενοδοχεία 2* τα οποία καταλαμβάνουν το 45,7% του συνολικού αριθμού των ξενοδοχειακών μονάδων και ισούνται με 4.368 ξενοδοχεία. Το 22,8% των ξενοδοχείων είναι 3* με 2.179 μονάδες, ενώ ακολουθούν τα ξενοδοχεία 1* με μερίδιο αγοράς 16,4% και 1.568 μονάδες. Τα ξενοδοχεία 4* απαριθμούν 1.164 μονάδες σημειώνοντας μερίδιο στην αγορά που ισούται με 12,2% ενώ σημαντικά λιγότερα είναι τα ξενοδοχεία 5* καθώς ο αριθμός τους ισούται μόλις με 280 ξενοδοχεία.

Πίνακας 3: Εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2000-2009)

Έτος	Σύνολο μονάδων
2008	7.936
2009	8.284
2010	8.510
2011	8.689
2012	8.899
2013	9.036
2014	9.111
2015	9.207
2016	9.385
2017	9.559

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Πίνακας 4: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά κατηγορία (2017)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Αναφορικά με τη γεωγραφική κατανομή του συνόλου των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, οι περισσότερες κλίνες βρίσκονται στην Κρήτη, της οποίας η περιφέρεια καταλαμβάνει το 21,2% της συνολικής αγοράς, ενώ ιδιαίτερα υψηλό μερίδιο έχουν τα Δωδεκάνησα το οποίο ισούται με 17,5%. Ιδιαίτερα υψηλός είναι ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων, των δωματίων και των κλινών της Στερεάς Ελλάδας οι οποίες εδρεύουν κυρίως στην Εύβοια, αλλά και της Μακεδονίας με τις περισσότερες να βρίσκονται στην περιοχή της Χαλκιδικής.

Πίνακας 5: Γεωγραφική κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2017)

Περιφέρεια	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Στερεά Ελλάδα	1.309	50.714	95.373
Πελοπόννησος	790	25.713	49.796
Ιόνιο	908	45.508	86.981
Ήπειρος	340	6.865	13.457
Αιγαίο	407	11.389	21.683
Κρήτη	1.537	82.425	155.322
Δωδεκάνησα	1.013	66.629	128.282
Κυκλάδες	972	22.653	43.598
Θεσσαλία	596	14.658	28.437
Μακεδονία	1.578	52.934	102.564
Θράκη	109	3.520	6.786
Σύνολο	9.559	383.008	732.279

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.4 ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Η τουριστική κίνηση είναι ο κύριος παράγοντας επιρροής της τουριστικής ζήτησης. Από τον πίνακα 6 προκύπτει ότι το ύψος των αφίξεων την περίοδο 2007-2017 αυξάνεται με το 2017 να αγγίζει την υψηλότερη τιμή του και πιο συγκεκριμένα τους 18.984.534 επισκέπτες.

Πίνακας 6: Αφίξεις αλλοδαπών στην Ελλάδα (2007-2017)

Έτος	Αφίξεις
2007	13.567.453
2008	14.678.688
2009	14.918.177
2010	14.784.560
2011	14.267.420
2012	15.449.133
2013	17.283.910
2014	18.754.593
2015	18.165.283
2016	18.938.806
2017	18.984.534

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Η εξέλιξη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα θα πρέπει να εξεταστεί παράλληλα με το ρυθμό εξέλιξης της τουριστικής κίνησης στη χώρα. Το 2017 καταγράφηκαν 18.914.534 αφίξεις τουριστών έναντι 400.000 αφίξεων το έτος 1960. Σημαντικότερη ήταν η αύξηση που παρατηρήθηκε στο τουριστικό ρεύμα της χώρας την περίοδο 1960-1970 με ποσοστό 363,8%, καθώς και την περίοδο 1970-1980 με ποσοστό 362,3%. Αντίθετα από το 1980 και μετά παρατηρείται διαχρονική μείωση των ρυθμών αύξησης του τουριστικού ρεύματος. Την περίοδο 1990-2000, ο αριθμός των αφίξεων αυξήθηκε κατά 145,7%. Η μείωση αυτή του ρυθμού των αφίξεων ωστόσο δεν μπορεί από μόνη της να αποτελέσει παράγοντα αρνητικής εξέλιξης του τουρισμού, αφού οι αφίξεις έχουν ήδη υπερβεί το οριακό σημείο του πληθυσμού της Ελλάδας.

Πέρα όμως από τους ρυθμούς αύξησης ή μείωσης της τουριστικής κίνησης έχει πλέον καταδειχθεί ότι η πορεία του αριθμού των αφίξεων στη χώρα μας των αλλοδαπών τουριστών αποτελεί έναν μόνο παράγοντα με βάση τον οποίο θα εκτιμηθούν τα αποτελέσματα του ελληνικού τουρισμού. Είναι απαραίτητος και ο συνυπολογισμός των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιήθηκαν από τον αριθμό των επισκεπτών που αφίχθηκαν και κυρίως η συναλλακτική απόδοση της τουριστικής κίνησης.

Μπορούμε επίσης να παρατηρήσουμε πως αυξήθηκαν αλματωδώς οι κλίνες στην Ελλάδα, αλλά και πως, ταυτόχρονα, το ξενοδοχειακό δυναμικό δεν κατάφερε να ικανοποιήσει ολόκληρο τον όγκο της τουριστικής ζήτησης, όπως

αυτή σημειώθηκε στην πάροδο των τελευταίων σαράντα ετών. Αντίστοιχοι των ρυθμών αύξησης του τουριστικού ρεύματος προς τη χώρα μας είναι οι ρυθμοί εξέλιξης των προσφερόμενων κλινών. Το 2017 καταγράφηκαν 732.279 κλίνες έναντι 55.000 κλινών το έτος 1960. Στη δεκαετία του 1970 σημαντική αύξηση παρουσίασαν οι κλίνες υψηλών κατηγοριών σε αντίθεση με τη δεκαετία του 1980 κατά την οποία αυξήθηκαν οι κλίνες των μικρότερων κατηγοριών ξενοδοχείων, φαινόμενο βέβαια στο οποίο συνέβαλε σε σημαντικό βαθμό ο αναπτυξιακός νόμος 1262/82 (Ξ.Ε.Ε., 2010). Αντίθετα, η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίζεται ως η εποχή των επεκτάσεων, των ανακαινίσεων και του εκσυγχρονισμού των υφισταμένων μονάδων, δεδομένου ότι η κρίση που ανέκυψε στον ελληνικό τουρισμό οδήγησε σε μείωση του ρυθμού ίδρυσης νέων ξενοδοχειακών καταλυμάτων (ICAP, 2010). Εντούτοις, αν και ο ρυθμός αύξησης μειώθηκε, το απόλυτο μέγεθος του συνολικού δυναμικού των ξενοδοχείων ανά την Ελλάδα μεγάλωνε σταθερά σε όλη τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας.

Το σύνολο των διανυκτερεύσεων στα διάφορα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας κατά το 2017 ανήλθε σε 64.292.443 έναντι 64.073.727 διανυκτερεύσεων το 2016, χαρακτηρίζοντας τις από μια σταθερότητα κυρίως κατά την τελευταία τριετία 2015-2017 με οριακή αύξηση 0,3% το 2017 σε σχέση με το 2016. Από πλευράς κατανομής των συνολικών διανυκτερεύσεων ανά μήνα, έντονος είναι ο παράγων της εποχικότητας, καθώς οι μήνες Ιούνιος, Ιούλιος και Αύγουστος συγκεντρώνουν λίγο πάνω από το ήμισυ του συνόλου των διανυκτερεύσεων κατά το 2017 (ICAP, 2010). Οι αλλοδαποί τουρίστες αποτελούν τη βασικότερη κατηγορία πελατών των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα το 2017 οι διανυκτερεύσεις από αλλοδαπούς τουρίστες ανήλθαν σε 45.925.585 αντιπροσωπεύοντας το 71,4% των συνολικών διανυκτερεύσεων για το 2017 (ICAP, 2010). Οι Έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης, δεδομένου ότι πραγματοποίησαν για το ίδιο έτος 18.366.858 διανυκτερεύσεις αυξημένες κατά 9% σε σχέση με το 2016.

Πίνακας 7: Διανυκτερεύσεις και πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων (2008-2017)

Έτος	Σύνολο Διανυκτερεύσεων	Πληρότητα (%)
2008	61.302.903	65.0
2009	58.832.656	62.7
2010	58.840.611	61.7
2011	54.502.104	60.7
2012	51.589.793	55.6
2013	54.017.256	58.6
2014	56.707.728	59.8
2015	64.085.254	57.0
2016	64.073.727	56.7
2017	64.292.443	51.1

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

2.5 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Οι δύο βασικότερες αγορές για τον ελληνικό τουρισμό είναι η Γερμανία και η Βρετανία καταλαμβάνοντας από κοινού μερίδιο 30% επί του συνόλου των αφίξεων. Συγκεκριμένα το 2017, βάσει των στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ στη χώρα μας όπως φαίνεται και παρακάτω αφίχθηκαν 2.364.486 Γερμανοί και 2.112.149 Βρετανοί τουρίστες, καταλαμβάνοντας μερίδια 15,9% και 14,2% αντίστοιχα επί του συνόλου των αφίξεων μη κατοίκων από το εξωτερικό. Ακολούθησαν με μικρότερα μερίδια οι αφίξεις από Ρωσία (6,5%), Ιταλία (6,3%), Βουλγαρία (4,4%) και Γαλλία (4,4%). Από τις χώρες της Ε.Ε. αφίχθηκαν το 2009 στην Ελλάδα 8.451.637 αλλοδαποί τουρίστες αντιπροσωπεύοντας μερίδιο 73% επί του συνόλου των αφίξεων

Η Γερμανική αγορά με ποσοστό 15,9% αποτελεί την πρώτη, από άποψη σημαντικότητας, αγορά προέλευσης τουριστών στην Ελλάδα. Η διακίνηση των τουριστών γίνεται με οργανωμένο τρόπο μέσω λίγων μεγάλου μεγέθους ταξιδιωτικών γραφείων. Σημαντικό κριτήριο, για την αύξηση της επισκεψιμότητας των Γερμανών τουριστών θεωρείται ο παράγοντας της ασφάλειας. Παρά τα τελευταία γεγονότα, σε αυτό τον τομέα η Ελλάδα διατηρεί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων μεσογειακών χωρών (Giaoutzi, 2017). Ο παράγοντας της ασφάλειας λειτουργεί καταλυτικά και στην επιλογή του μεταφορικού μέσου των διακοπών. Οι προτιμήσεις για το μεταφορικό μέσο των διακοπών έχουν αλλάξει, παρατηρείται μια στροφή προς τον οδικό τουρισμό. Οι

καταναλωτές στρέφονται γενικότερα σε κρατήσεις τις τελευταίας στιγμής αποσκοπώντας στην εξασφάλιση καλύτερων τιμών.

Η Αγγλική αγορά διέρχεται μια φάση ανακατατάξεων σε επίπεδο οργάνωσης. Οι καθετοποιημένες επιχειρήσεις τουριστικών υπηρεσιών προσφέρουν υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών, που χαρακτηρίζονται πλέον από την έντονη διαφοροποίηση στις επιλογές των προορισμών για τις διακοπές τους η οποία πηγάζει από τον εκλεπτυσμό των Βρετανών καταναλωτών λόγω των εμπειριών (Tzanelli & Korstanje, 2016). Θα πρέπει να τονισθεί ότι και αυτή η αγορά δεν έμεινε ανεπηρέαστη μετά από τις μεταβολές που επέφερε στο πολιτικοοικονομικό γίνεσθαι παγκοσμίως. Τα στοιχεία των διαθέσιμων ερευνών προβλέπουν μείωση των κρατήσεων και του χρόνου διαμονής καθώς το κόστος διαμονής έχει αυξηθεί, ενώ αντίθετα ο ελεύθερος χρόνος για διακοπές παρουσιάζει μείωση. Πιο αισιόδοξοι στις προβλέψεις τους είναι οι εκπρόσωποι των μεγαλύτερων ταξιδιωτικών επιχειρήσεων της βρετανικής αγοράς, οι οποίοι κάνοντας χρήση πιο σύνθετων οικονομετρικών μοντέλων προβλέψουν για την ζήτηση σε συνδυασμό με τα δεδομένα για την υφιστάμενη προσφορά στη τουριστική αγορά, αποτιμούν ότι η ισχυρή βρετανική οικονομία θα διαδραματίσει θετικό ρόλο και στην διαμόρφωση της ζήτησης για διακοπές (Sharpley, 2018). Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων επέβαλε πιεστικά την ανάγκη για μείωση του εργατικού κόστους, ενώ ο χρόνος απασχόλησης για πολλούς εργαζόμενους έχει γίνει πιο πιεστικός. Η τάση για πελάτες που αποζητούν ποιοτικότερες διακοπές λίγων μερών σε κοντινότερους προορισμούς διαθέτοντας υψηλότερο προϋπολογισμό εξόδων θα γίνει εμφανής.

Σταθερή είναι η προτίμηση των Ρώσων στη χώρα μας και εκδηλώθηκε με αύξηση 6,5% κατά την τουριστική περίοδο του 2017. Σημαντικό ποσοστό των Ρώσων προτιμά τον εσωτερικό τουρισμό. Ο εξωτερικός τουρισμός σε μεσογειακούς προορισμούς σε παραθαλάσσιες τοποθεσίες κυριαρχεί, ενώ μια μερίδα υψηλότερης εισοδηματικής και πνευματικής τάξης δείχνει προτίμηση στο θεματικό τουρισμό, ο οποίος δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος με εξαίρεση μόνο κάποια τουριστικά χωριά (Stepchenkova et al., 2017).

Τέλος, κυρίως παρατηρούμενο δεδομένο όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό στη χώρα μας είναι οι ολοένα και μειωμένες τάσεις της τουριστικής ζήτησης από

Έλληνες. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε μια σειρά παραγόντων διαφορετικής αφετηρίας. Από τη μια σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η πολύ δύσκολη οικονομική συγκυρία που στην όποια βρίσκετε η χώρα μας και έχει άμεσο αντίκτυπο στο εισόδημα των πολιτών (Paratheodorou & Arvanitis, 2014). Αφετέρου, είναι γενικά αποδεκτό ότι το κόστος των καταλυμάτων και των λοιπών τουριστικών υπηρεσιών είναι σαφώς υψηλότερο σε σχέση με γειτονικές χώρες (Αλβανία, Τουρκία) με αποτέλεσμα της μετακύληση Ελλήνων τουριστών σε αυτές. Τέλος, η μεγάλη μείωση των τιμών των αεροπορικών εισιτηρίων ωθεί πολλούς συμπατριώτες μας στο να περνούν τις διακοπές τους σε χώρες της κεντρικής Ευρώπης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Η επένδυση είναι, ή θα πρέπει να ορίζεται, ως η συνολική ποσότητα των αγαθών και υπηρεσιών δεν καταναλώνεται ή αποταμιεύεται σε μια οικονομία με σκοπό την άμεση χρησιμοποίηση τους για τη δημιουργία οικονομικής μεγέθυνσης (Abel et al., 2014). Ως εκ τούτου, η επένδυση είναι ένας από τους κύριους και πιο καθοριστικούς παράγοντες της συνολικής προσφοράς σε μια οικονομία που είναι το άθροισμα όλων των προγραμματισμένων δαπανών σε αυτή.

Ο Mankiw (2014), διαπιστώνει ότι η επένδυση εξαρτάται από μια σειρά άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες. Οι παράγοντες αυτοί είναι κατά κύριο λόγο τα ρευστά διαθέσιμα που έχουν στην κατοχή τους τα οικονομούντα άτομα, το επιτόκιο καταθέσεων που σχετίζεται άμεσα με το ποσό της αποταμίευσης, οι προσδοκίες για τα μελλοντικά τους εισοδήματα και οι προσδοκίες για το επίπεδο τιμών στο μέλλον.

Συνδέοντας τον παραπάνω ορισμό με την έννοια της τουριστικής επένδυσης οι Philips & Jamie (2016), ορίζουν την τουριστική επένδυση ως το σύνολο των δαπανών που πραγματοποιούνται από βιομηχανικές και εμπορικές δραστηριότητες για την παραγωγή και διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται μερικώς ή πλήρως σε τουρίστες. Παρόλα αυτά ο συγκριμένος ορισμός δεν καταφέρνει να συμπεριλάβει τα προϊόντα εκείνα καθώς και τις υπηρεσίες τα οποία δεν προορίζονται αμιγώς για τουριστική κατανάλωση, αλλά για το σύνολο του πληθυσμού. Ένας περισσότερο εξειδικευμένος ορισμός παρέχεται από τους Lejarraga & Walkenhorst (2007) που σημειώνουν ότι η τουριστική επένδυση είναι η οικονομική δαπάνη που αφορά προϊόντα και υπηρεσίες διαμονής, εστίασης, μεταφοράς και αναψυχής τα οποία καταναλώνονται από τουρίστες.

Το ύψος της εγχώριας επένδυσης στις χώρες υποδοχής τουριστών προσδιορίζεται μέσω του αθροίσματος της εθνικής ιδιωτικής επένδυσης και της τουριστικής επένδυσης (Lejarraga & Walkenhorst, 2007). Οι καταναλωτικές επενδύσεις στον τουρισμό σχετίζονται άμεσα τη δομή του υφιστάμενου μηχανισμού προσφοράς και ζήτησης των υπολοίπων παραγωγικών κλάδων των χωρών υποδοχής τουριστών, ο οποίος προσδιορίζεται μέσω των προτιμήσεων των ημεδαπών ατόμων. Οικονομικές επιπτώσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό είναι άμεσα συσχετισμένες με τη συμπεριφορά των σχέσεων της ζήτησης και της προσφοράς στον κλάδο, με τις δαπάνες των τουριστών να επηρεάζουν τα οικονομικά αποτελέσματα. Τα δομικά συστατικά της ζήτησης και της προσφοράς επηρεάζουν τον αριθμό των επισκεπτών, τη διάρκεια διαμονής τους, καθώς και την καταναλωτική τους συμπεριφορά, ενώ τα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά της οικονομίας καθορίζουν την τάση της να διανέμει τις καταναλωτικές δαπάνες των τουριστών στο εσωτερικό της (Becken, 2005).

Η κατανάλωση που προσδιορίζεται βάσει της προσφοράς που προκύπτει από τις τουριστικές επενδύσεις έχει ως αποτέλεσμα σημαντικές επιπτώσεις στην τουριστική οικονομία. Η καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών μορφοποιεί το επίπεδο των πωλήσεων, της κερδοφορίας, τον αριθμό των θέσεων εργασίας στον τουριστικό κλάδο, το κατά κεφαλήν εισόδημα τόσο συνολικά σε μια χώρα όσο και σε τοπικό επίπεδο, ενώ επιδρά επίσης και στα φορολογικά έσοδα των κρατών (Stynes, 1997).

Το επίπεδο της κατανάλωσης επηρεάζει:

- Το επίπεδο των τιμών των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών καθώς αυτό μπορεί να αυξάνεται σημαντικά ιδιαίτερα σε εποχιακή βάση.
- Την ποιότητα και την ποσότητα των αγαθών και υπηρεσιών τουρισμού που προσφέρονται
- Το επίπεδο των θέσεων απασχόλησης στον κλάδο
- Το ποσοστό μεγέθυνσης του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τουρισμού
- Την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα του τουριστικού κλάδου

Επίσης η καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών προσδιορίζει σε σημαντικό βαθμό τη διάρθρωση του τουριστικού κλάδου καθώς αποτελεί τη βάση για την δομή των αντίστοιχων πινάκων εισροών – εκροών (Fletcher, 1989). Υπό αυτό τον τρόπο αναλύεται η σχέση μεταξύ των επιμέρους κατηγοριών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από τον τουριστικό κλάδο καθώς και η σχέση του τουρισμού με άλλους κλάδους της οικονομίας.

Τέλος, η κατανάλωση συνδέεται με το επίπεδο του συναλλάγματος που εισρέει στην οικονομία μέσω του τουρισμού καθώς οι συγκεκριμένες δαπάνες μέσω του μηχανισμού διαδοχικών συναλλαγών λειτουργούν πολλαπλασιαστικά επιφέροντας θετικό αντίκτυπό στα οικονομικά αποτελέσματα του τουριστικού κλάδου (Βλάμη, 2008). Επίσης, σημαντικός είναι ο αντίκτυπος της εισροής συναλλάγματος μέσω του τουρισμού στην επενδυτική δραστηριότητα αλλά και την ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών.

3.2 Η ΕΝΤΑΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

Η οικονομική αποτύπωση του τουρισμού στο Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών των χωρών, κατά συνέπεια και της χώρας μας, εγείρει επιπλέον προκλήσεις σε σύγκριση με την αποτύπωση των παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων. Υπό κανονικές συνθήκες, η ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων γίνεται με βάση τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών (Frechtling, 1999). Ωστόσο, τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες μπορεί απλώς να είναι συνήθη οικονομικά προϊόντα που ζητούνται και καταναλώνονται από τους τουρίστες που επισκέπτονται τις χώρες, όπως υπηρεσίες εστίασης και αστικής μεταφοράς. Οι φορείς χάραξης πολιτικής όλο και περισσότερο αναζητούν πληρέστερες πληροφορίες σχετικά με το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον τουρισμό και ενδιαφέρονται για τις οικονομικές πτυχές της τουριστικής δραστηριότητας σε επιχειρησιακό επίπεδο αλλά και σε επίπεδο κλάδου, καθώς και σε όρους συνολικού εθνικού και διεθνούς οικονομικού πλαισίου. Επίσης, κρίνεται απαραίτητο οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού να σχετίζονται και να συνδυάζονται με τις οικονομικές

πτυχές του. Στην πραγματικότητα, παρουσιάζεται η ανάγκη για ένα ολοκληρωμένο, πλήρες και συνεκτικό πλαίσιο στο οποίο η συμπεριφορά της οικονομικής δραστηριότητας που σχετίζεται με τον τουρισμό θα μπορεί να γίνει πλήρως κατανοητή καθώς το Σύστημα των Εθνικών Λογαριασμών δε μπορεί να εστιάσει λεπτομερώς στη συγκεκριμένη πτυχή της οικονομικής δραστηριότητας.

Υπό την παραπάνω παραδοχή η έννοια του τουρισμού είναι σαφώς ασυμβίβαστη με τις βασικές έννοιες και τη μεθοδολογία που προτείνεται από το Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών και ως εκ τούτου επιδέχεται ειδικής μεταχείρισης. Κατά συνέπεια για να επιτευχθεί η ειδική αυτή μεταχείριση αναπτύχθηκε η τεχνική των Δορυφορικών Λογαριασμών Τουρισμού. Οι Δορυφορικοί Λογαριασμοί Τουρισμού αποτελούν το πλαίσιο των οικονομικών λογιστικών εγγραφών των αξιών που σχετίζονται με τον τουρισμό που αποτελεί ξεχωριστό κλάδο των εθνικών οικονομιών (Frechtling, 2010). Δεδομένου του γεγονότος ότι προσδιορίζεται και περιστρέφεται γύρω από το κύριο σύστημα εθνικών λογαριασμών ο συγκεκριμένος λογαριασμός λαμβάνει το χαρακτηρισμό «δορυφορικός». Ο Δορυφορικός Λογαριασμός Τουρισμού συνιστά ένα διαφορετικό τρόπο παρουσίασης των τουριστικών οικονομικών δραστηριοτήτων καθώς αυτές χωρίζονται σε υποκατηγορίες, αναδιατάσσοντας πληροφορίες κατά τέτοιο τρόπο ώστε αυτές να μπορούν να επισημανθούν και να αποτυπωθούν, χωρίς να επιβαρύνουν υπερβολικά ή να διαταράσσουν το κεντρικό Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών.

Ο Δορυφορικός Λογαριασμός Τουρισμού έχει ως στόχο να συγκεντρώσει και να παρουσιάσει πληροφορίες σχετικά με τη συμμετοχή του τουριστικού τομέα σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο οικονομίας. Αυτή η συγκεκριμένη μέθοδος αναπτύχθηκε και ενισχύθηκε από διάφορα θεσμικά όργανα, συμπεριλαμβανομένου του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών με αποτέλεσμα πλήθος χωρών να έχουν προχωρήσει στη χρησιμοποίηση της συγκεκριμένης μεθοδολογίας.

Το πλαίσιο του δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού καλύπτει μια σειρά οικονομικών δραστηριοτήτων τόσο σε όρους ζήτησης όσο και σε όρους προσφοράς και αποτυπώνονται μέσω πινάκων που αναφέρονται (Dwyer et al, 2007):

- Στην παραγωγή, το εισόδημα και την προστιθέμενη αξία που προκύπτει από τις τουριστικές οικονομικές δραστηριότητες.
- Στις δαπάνες τουρισμού (εισερχόμενες, εξερχόμενες, εγχώριες και αλλοδαπής)
- Στην απασχόληση στον τομέα του τουρισμού
- Στις ακαθάριστες επενδύσεις παγίου κεφαλαίου στον τουρισμό

Συγκεντρωτικά, το πλαίσιο του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού παρέχει μια συμφωνημένη βάση για τον καθορισμό της έκτασης και της διάρθρωσης της τουριστικής δραστηριότητας μέσα σε μια οικονομία με τη χρήση ενός εργαλείου μέτρησης που είναι το ίδιο με εκείνο που χρησιμοποιείται για να καθορίσει την έκταση και τη δομή των άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων, όπως η γεωργία, η μεταποίηση, το λιανικό εμπόριο και η εκπαίδευση (Dwyer et al, 2007):.

Ο Δορυφορικός Λογαριασμός Τουρισμού χρησιμοποιεί ως αφετηρία την οικονομική δραστηριότητα εκείνων των ατόμων που χαρακτηρίζονται ως επισκέπτες – τουρίστες και ως εκ τούτου καταγράφει την τουριστική δαπάνη, δηλαδή το ποσό που καταβάλλεται για την απόκτηση καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και άλλων προϊόντων όπως τιμαλφή, κατά τη διάρκεια τουριστικών ταξιδιών. Η δαπάνη αυτή αντιστοιχείται με τις αξίες των σχετικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται, εξασφαλίζοντας ισορροπία στην καταγραφή της προσφοράς και της ζήτησης.

Οι κατηγορίες αγαθών και υπηρεσιών που εντάσσονται στο σύστημα του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού είναι (RMF, 2008):

- Οι υπηρεσίες διαμονής τουριστών
- Οι υπηρεσίες εστίασης
- Οι υπηρεσίες μεταφοράς μέσω σιδηροδρόμων
- Οι υπηρεσίες μεταφοράς μέσω οδικού δικτύου
- Οι υπηρεσίες μεταφοράς μέσω θαλάσσης
- Οι αεροπορικές υπηρεσίες μεταφοράς
- Οι υπηρεσίες ενοικίασης μεταφορικού εξοπλισμού
- Ταξιδιωτικά γραφεία και άλλες υπηρεσίες κρατήσεων

- Πολιτιστικές υπηρεσίες
- Αθλητικές και ψυχαγωγικές υπηρεσίες
- Εξειδικευμένα εγχώρια τουριστικά αγαθά
- Εξειδικευμένες εγχώριες τουριστικές υπηρεσίες

Η χρήση της συγκεκριμένης μεθοδολογίας κρίνεται εξαιρετικά χρήσιμη καθώς μέσω αυτής καθίσταται δυνατή η αποτύπωση μιας των επιπτώσεων που επιφέρει σε όρους οικονομίας ο τουρισμός, ενώ είναι δυνατή και η σύγκρισή τους με τις οικονομικές επιπτώσεις άλλων κλάδων. Η ύπαρξη αυτού του διεθνούς συστήματος αποτύπωσης αξιών στους Εθνικούς Λογαριασμούς αποτελεί εξαιρετικό πλεονέκτημα καθώς ευνοεί τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας του κλάδου του τουρισμού, μετρά την ποσότητα αξιών των υπηρεσιών και των αγαθών που παράγονται και προσδιορίζει τα επίπεδα της απασχόλησης σε αυτόν (Dwyer et al, 2007):. Παρόλα αυτά η χρήση του εργαλείου του δορυφορικού λογαριασμού τουρισμού σημειώνει και σημαντικά μειονεκτήματα καθώς απαιτείται εξαιρετικά λεπτομερής καταγραφή δεδομένων και πληροφοριών που δεν είναι διαθέσιμες σε σταθερή βάση, ενώ παράλληλα για συγκεκριμένες οικονομίες το τουριστικό προϊόν των οποίων χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα υπάρχει πάντα η ο κίνδυνος λανθασμένης αποτύπωσης των τουριστικών οικονομικών αποτελεσμάτων καθώς μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων λειτουργούν και αυτές σε εποχιακή βάση ενώ ανάλογη είναι η συμπεριφορά των επιπέδων απασχόλησης στον τουριστικό κλάδο (Delisle, 1999).

3.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Η τουριστική κατανάλωση συνδέεται με πέντε κύριες κατηγορίες δαπανών που πραγματοποιούν οι τουρίστες στις χώρες υποδοχής και πιο συγκεκριμένα με την κατανάλωση διαμονής, διατροφής, μετακίνησης, αγοράς εμπορικών προϊόντων και αγοράς υπηρεσιών. Τα προϊόντα και υπηρεσίες που αναφέρονται στις παραπάνω κατηγορίες καθίστανται απαραίτητα για την επιβίωση των τουριστών

και ως εκ τούτου συνδέουν την τουριστική κατανάλωση με την εγχώρια επένδυση προϊόντων και υπηρεσιών των χωρών υποδοχής. Όπως αναφέρει ο Ζαχαράτος (1986), ο τουρισμός αποτελεί ένα είδος διαμορφούμενης κατανάλωσης καθώς προσδιορίζεται από ένα σύνολο στοιχείων σε όρους προσφοράς και ζήτησης που αποσκοπούν στην επίτευξη του τελικού στόχου των τουριστών που δεν είναι άλλος από την ικανοποίηση της ανάγκης τους για την πραγματοποίηση ταξιδιών αναψυχής.

Με βάση τα παραπάνω οι τουρίστες για την πραγματοποίηση των ταξιδιών τους προβαίνουν σε μια σειρά συγκεκριμένες καταναλωτικές συμπεριφορές οι οποίες συμπεριλαμβάνουν δαπάνες οι οποίες συμβαίνουν είτε εντός του τόπου διαμονής τους και ως εκ τούτου στον τόπο αποστολής τουριστών, είτε στον τόπο που οι τουρίστες μεταβαίνουν ο οποίος είναι και ο τόπος υποδοχής των τουριστών. Παράλληλα υφίστανται καταναλωτικές δαπάνες οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού των τουριστών ή ακόμη και σε ενδιάμεσους σταθμούς.

Έτσι τα άτομα που πραγματοποιούν ταξίδια προβαίνουν σε αγορές αγαθών και υπηρεσιών πριν την έναρξη τους και για την προετοιμασία τους. Αυτές οι δαπάνες αφορούν την αγορά καταναλωτικών αγαθών που προϋποθέτουν την ικανοποίηση της ίδιας της ανάγκης πραγματοποίησης του τουριστικού ταξιδιού όπως την αγορά εισιτηρίων, ειδών προσωπικής υγιεινής, ρουχισμού, αλλά ακόμη και τροφίμων. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τα άτομα, προβαίνουν στην κατανάλωση προϊόντων που στοχεύουν στην ικανοποίηση αναγκών που προκύπτουν για την επίτευξη του στόχου άφιξης στον τόπο του προορισμού τους όπως η κατανάλωση καυσίμων, τροφίμων, η πραγματοποίηση τηλεφωνικών κλήσεων και η πληρωμή διοδίων. Εν συνεχεία και μετά την άφιξη των τουριστών στον τόπο υποδοχής υφίστανται δαπάνες οι οποίες εκπίπτουν στις βασικές κατηγορίες καταναλωτικών δαπανών στη χώρα υποδοχής (διαμονή, διατροφή, μετακίνηση, αγορά εμπορικών προϊόντων και αγορά υπηρεσιών) (Βλάμη, 2008). Μέσω αυτών των δαπανών επιτυγχάνεται αφενός η κάλυψη των βασικών αναγκών επιβίωσης των ατόμων και αφετέρου ειδικών αναγκών που προκύπτουν για την επίτευξη των στόχων του τουριστικού ταξιδιού ως για παράδειγμα η αγορά εισιτηρίων σε μουσεία ή τουριστικών χαρτών. Τέλος,

επισημαίνονται οι δαπάνες οι οποίες συμβαίνουν μετά την επιστροφή των τουριστών στον τόπο διαμονής τους. Με βάση τα παραπάνω προκύπτει ότι η τουριστική κατανάλωση δε συμβαίνει σε σταθερό χρόνο αλλά έχει διαχρονική υπόσταση και ως εκ τούτου η ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες που αφορούν την ικανοποίηση της ταξιδιωτικής ανάγκης είναι συνεχής και κατά συνέπεια θα πρέπει η αντίστοιχη προσφορά αγαθών και υπηρεσιών να συμπυκνώνει το ανάλογο χαρακτηριστικό.

Άμεση συνέπεια της διαμορφούμενης αυτής φύσης της τουριστικής κατανάλωσης αποτελεί η αναδιάρθρωση της ποιότητας και της ποσότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών όλων των κλάδων των οικονομιών των χωρών αποστολής και υποδοχής τουριστών μέσω άμεσων ξένων και εγχώριων επενδύσεων. Το γεγονός ότι η κατανάλωση δε συμβαίνει ενιαία και σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή δημιουργεί προβλήματα σε όρους παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων και υπηρεσιών. Καθώς παρατηρείται χωροχρονική διαφοροποίηση ανάμεσα στην παραγωγή και τη διάθεση του τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής κατανάλωσης είναι απαραίτητη η δημιουργία των προϋποθέσεων εκείνων που θα μπορούν να ικανοποιήσουν τις προκύπτουσες ανάγκες σε όλη τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού (Βλάμη, 2008). Κατά συνέπεια κρίνεται απαραίτητη η επένδυση σε ανάλογες υποδομές και κεφαλαιουχικό εξοπλισμό τόσο στις χώρες υποδοχής όσο και στις χώρες αποστολής τουριστών αλλά και στους τόπους που αποτελούν ενδιάμεσους σταθμούς. Το γεγονός αυτό οδηγεί σε αυξημένες ανάγκες χρηματοδοτήσεων τόσο μέσω δημοσίων όσο και ιδιωτικών κεφαλαίων. Στο σημείο αυτό παρουσιάζεται και η αναγκαιότητα της κρατικής παρέμβασης στη βάση επίτευξης στρατηγικής για τον τουρισμό σε αναπτυξιακή τροχιά καθώς ιδιαίτερα όσον αφορά τις τουριστικές υποδομές οι οποίες εμφανίζουν υψηλό κόστος ο ρόλος του κράτους είναι πρωταγωνιστικός. Παράλληλα, η διαμορφούμενη φύση της τουριστικής κατανάλωσης οδηγεί στην αναγκαστική δημιουργία εμπορικών σχέσεων ανάμεσα στις χώρες προέλευσης των τουριστών, στις χώρες που αποτελούν ενδιάμεσους σταθμούς και στις χώρες υποδοχής τους. Τέλος, παρατηρείται ισχυρή ανάπτυξη εργαλείων και εφαρμογών επικοινωνίας, μάρκετινγκ και διαφήμισης καθώς και μεταφορών με απώτερο στόχο την προσέλκυση των τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Σκοπός της εμπειρικής μελέτης θα είναι η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ των ξένων άμεσων επενδύσεων και μεγεθών του τουρισμού σε μακροοικονομικό μέσω οικονομετρικών μεθόδων. Υπό το πρίσμα αυτό, η μελέτη αυτή σκοπεύει να προσδιορίσει εάν υπάρχει επίδραση μεταβλητών που προσδιορίζουν την αποδοτικότητα του τουρισμού προς το επίπεδο των ξένων άμεσων επενδύσεων.

Για την διαπίστωση εκτίμησης των μακροχρόνιων σχέσεων μεταξύ χρονολογικών σειρών, θα αναπτυχθούν παλινδρομήσεις με τη μέθοδο OLS, η μεθοδολογία της συνολοκλήρωσης αλλά και η μέθοδος της αιτιότητας. Η έννοια της συνολοκλήρωσης εισήχθη από τον Granger (1981) και αναπτύχθηκε κυρίως από τους Engle και Granger (1987) και τον Johansen (1988, 1991, 1995).

Τα δεδομένα της μελέτης είναι χρονολογικές σειρές και αφορούν χρονική περίοδο 31 ετών για την Ελλάδα. Συγκεκριμένα τα έτη τα οποία εξετάζονται είναι από το 1985 έως το 2015. Τα δεδομένα της μελέτης αφορούν ετήσιες παρατηρήσεις των εξής μεταβλητών:

- Ξένες άμεσες επενδύσεις στην Ελληνική οικονομία σε εκατομμύρια ευρώ (μεταβλητή FDI)
- Ξένες άμεσες επενδύσεις στο τουρισμό σε εκατομμύρια ευρώ (μεταβλητή FDIT)
- ΑΕΠ στην Ελληνική οικονομία σε εκατομμύρια ευρώ (μεταβλητή GDP)
- ΑΕΠ του τουρισμού σε εκατομμύρια ευρώ (μεταβλητή GDPT)
- Ετήσιες αφίξεις τουριστών σε πληθυσμό τουριστών (μεταβλητή ARR)
- Ετήσια τουριστική κατανάλωση σε ευρώ (μεταβλητή TCONS)
- Ετήσια πληρότητα κλινών σε ποσοστό (μεταβλητή COMP)

Το σύνολο των δεδομένων της μελέτης αντλήθηκε από τη βάση δεδομένων του ΟΟΣΑ (OECD) και για την αποτύπωση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιείται το οικονομετρικό πακέτο EVIEWS 9.0.

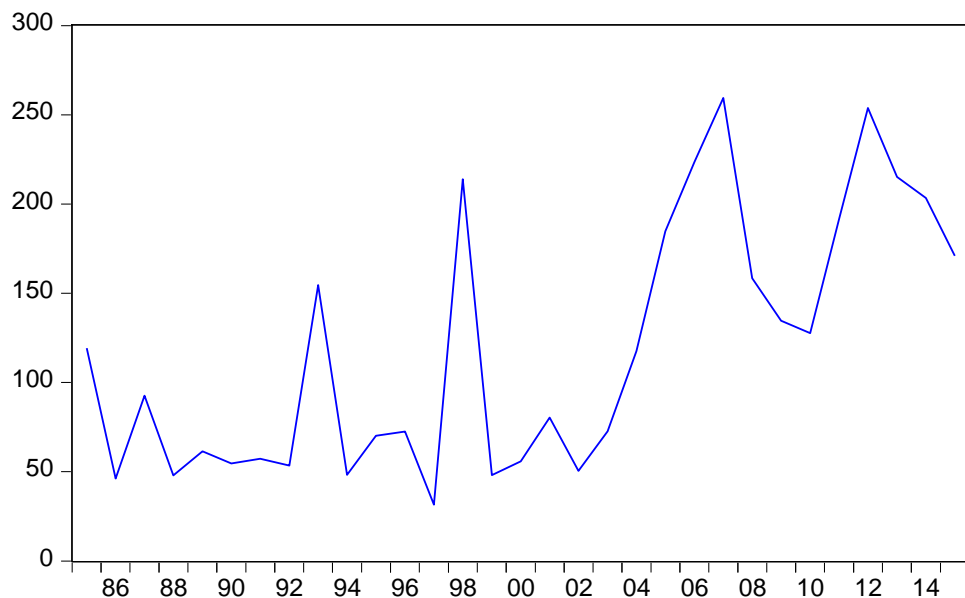
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

5.1 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ

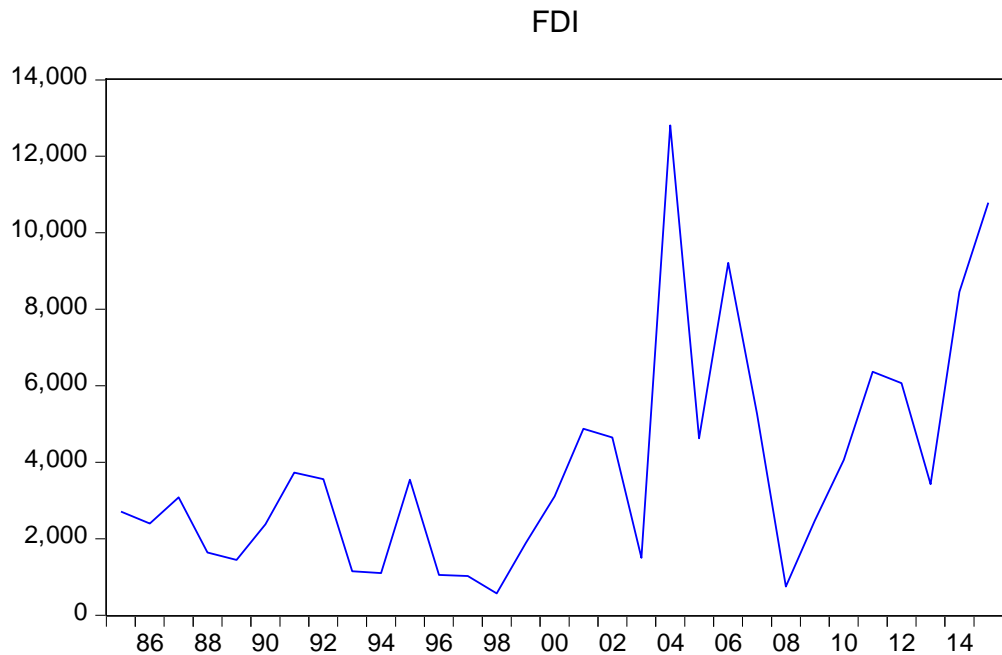
Ξεκινώντας την παράθεση των αποτελεσμάτων της εμπειρικής εφαρμογής, αρχικά παρουσιάζονται τα διαγράμματα της τάσης των μεταβλητών της μελέτης για την εξεταζόμενη χρονική περίοδο. Σε σχέση με το επίπεδο των άμεσων ξένων επενδύσεων στον τουρισμό, παρατηρείται ότι αυτές παρουσιάζουν σχετική σταθερότητα έως το 2004, με σημαντική αύξηση όμως το 1993 και το 1998. Εξάλλου οι άμεσες ξένες επενδύσεις στον τουρισμό αυξάνονται σημαντικά την περίοδο 2003-2007 για να παρουσιάσουν μικρή μείωση έως το 2010 και να επιστρέψουν σε υψηλά επίπεδα το 2012.

Γράφημα 1: Άμεσες ξένες επενδύσεις στον τουρισμό
FDIT



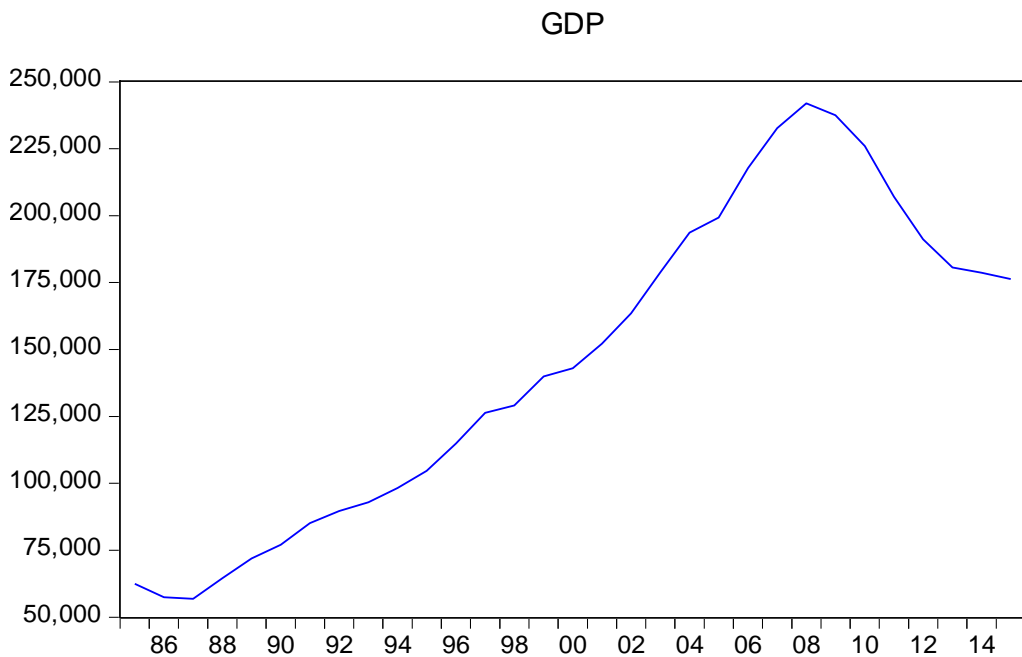
Παράλληλα, οι συνολικές άμεσες ξένες επενδύσεις στην ελληνική οικονομία παρουσιάζουν μικρές διακυμάνσεις έως το 2003 και σημαντικά μεγαλύτερες στη συνέχεια και έως το τέλος της εξεταζόμενης περιόδου, δεδομένου και του αβέβαιου οικονομικού κλίματος στην οικονομία της χώρας.

Γράφημα 2: Άμεσες ξένες επενδύσεις στην ελληνική οικονομία



Αντίθετα, το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της ελληνικής οικονομίας αυξάνεται σταθερά έως το 2007 για να παρουσιάσει πτώση στη συνέχεια καθώς η χώρα εισήλθε στη δύνη της οικονομικής κρίσης και ύφεσης σημειώνοντας αρνητικούς ρυθμούς μεγέθυνσης.

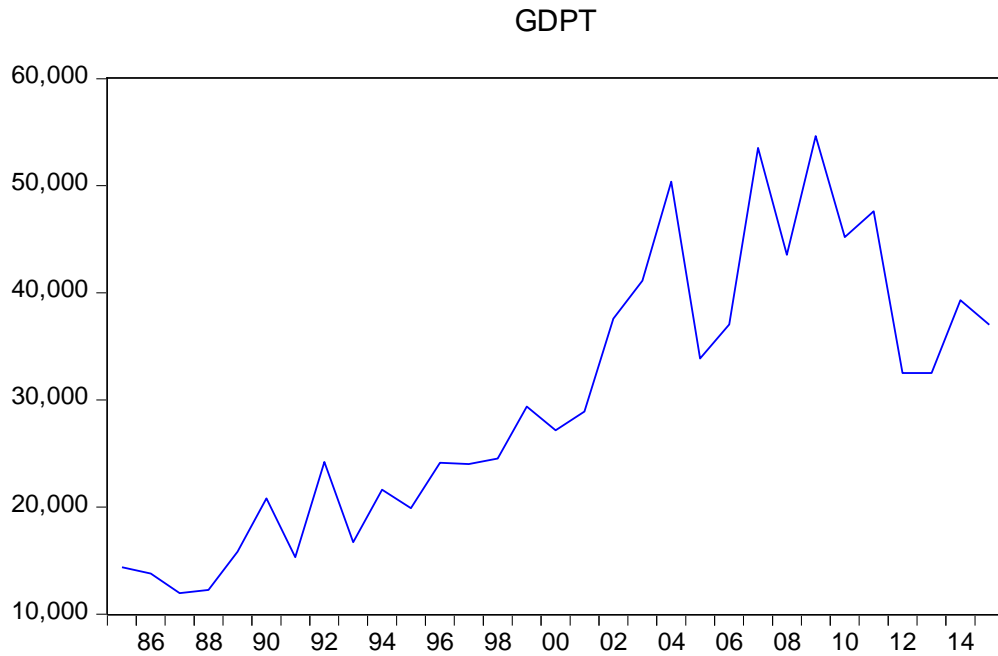
Γράφημα 3: ΑΕΠ ελληνικής οικονομίας



Αντίστοιχα, το ΑΕΠ του τουρισμού ενώ παρουσιάζει αύξηση έως το 2004, οπότε και έλαβαν χώρα οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας, μειώνεται την επόμενη

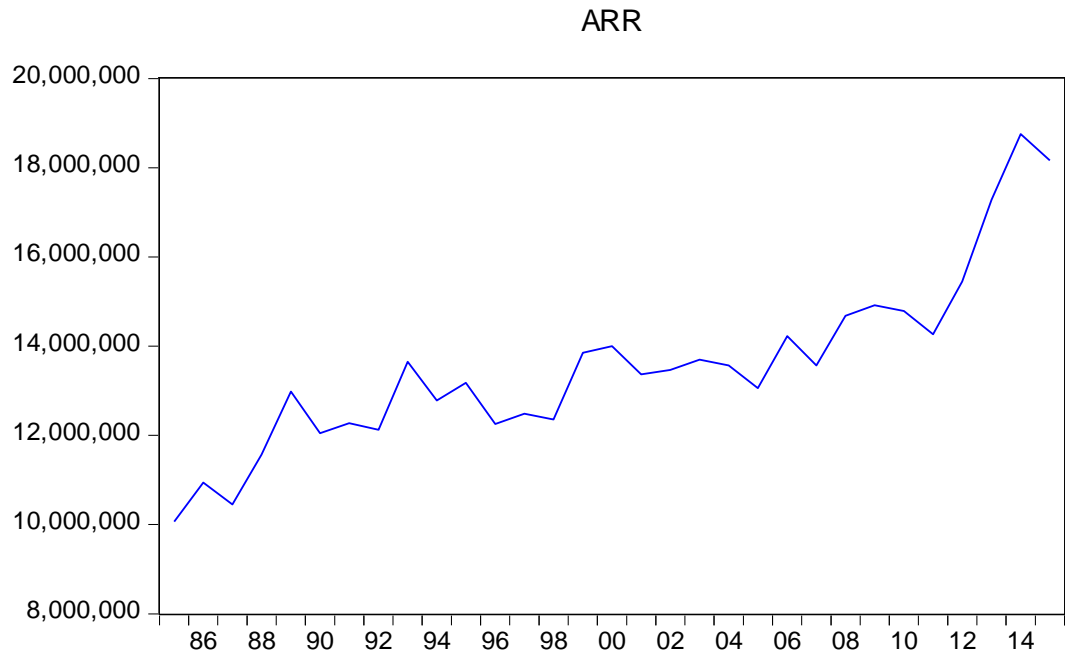
χρονιά, για να ακολουθήσει περίοδος διακυμάνσεων έως το 2011 όπου και στη συνέχεια μειώνεται σταθερά έως το 2013.

Γράφημα 4: ΑΕΠ ελληνικού τουρισμού



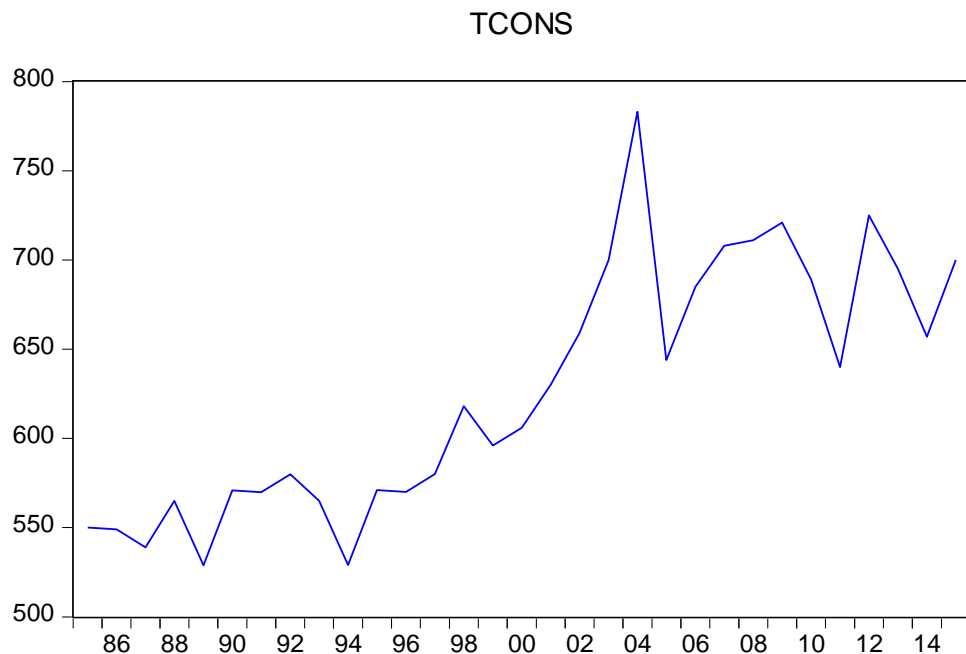
Επίσης ο αριθμός των αφίξεων στη χώρα παρουσιάζει σταθερά αυξητική τάση με μικρές διακυμάνσεις, ενώ εκτοξεύεται μετά το 2010 σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Γράφημα 5: Ετήσιες τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα



Αντίστοιχα, αυξητική είναι η τάση της τουριστικής κατανάλωσης έως και το 2004, ενώ μειώνεται σημαντικά στη συνέχεια σημειώνοντας παράλληλα σημαντικές διακυμάνσεις έως το τέλος της εξεταζόμενης περιόδου.

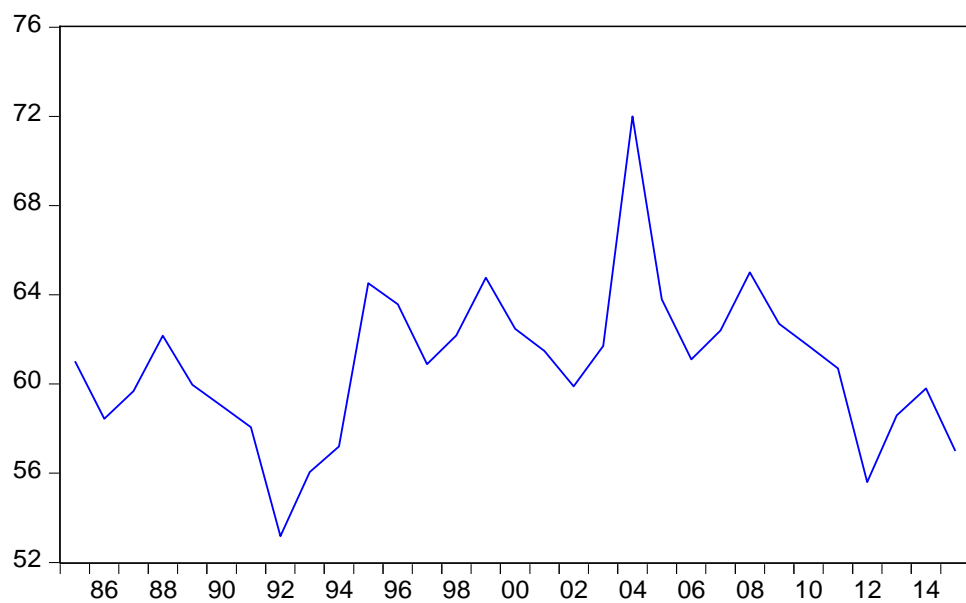
Γράφημα 6: Μέση τουριστική κατανάλωση στην Ελλάδα



Τέλος, η ποσοστιαία πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων μειώνεται έως το 1993, παρουσιάζοντας αύξηση στη συνέχεια, ενώ αγγίζει την υψηλότερη τιμή της το 2004, για να επιστρέψει στα προ Ολυμπιακών Αγώνων επίπεδα.

Γράφημα 7: Ετήσια πληρότητα κλινών στην Ελλάδα

COMP



5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ

Στη συνέχεια της μελέτης και ώστε να εφαρμοσθούν οι έλεγχοι συνολοκλήρωσης κατά Engle-Granger και Johansen, αρχικά προχωρούμε σε έλεγχο μοναδιαίας ρίζας στις χρονολογικές σειρές, χρησιμοποιώντας τον επαυξημένο έλεγχο Dickey-Fuller (ADF). Όπως παρουσιάζεται η υπόθεση της ύπαρξης στασιμότητας

στο επίπεδο απορρίπτεται για το σύνολο των μεταβλητών της μελέτης. Αντίθετα, παρατηρείται ότι οι μεταβλητές καθίστανται στάσιμες στις πρώτες διαφορές I(1).

Πίνακας 8: Έλεγχοι μοναδιαίας ρίζας

	I(0)	I(1)
	t-statistic (p)	t-statistic (p)
FDIT	-2.686 (0.088)	-8.197 (<0.001)
FDI	0.017 (0.680)	-9.386 (<0.001)
GDP	-2.145 (0.229)	-1.965 (0.049)
GDPT	-1.345 (0.594)	-8.579 (<0.001)
ARR	0.642 (0.988)	-6.327 (<0.001)
TCONS	-1.760 (0.391)	-6.057 (<0.001)
COMP	-2.979 (0.154)	-4.408 (0.008)

Δεδομένου του γεγονότος ότι το σύνολο των χρονολογικών σειρών της μελέτης είναι I(1), παρουσιάζεται η δυνατότητα εφαρμογής του ελέγχου συνολοκλήρωσης με τη χρήση της μεθοδολογίας των Engle και Granger (1987). Η στασιμότητα πρώτης τάξης αποτελεί προϋπόθεση εφαρμογής της συγκεκριμένης μεθοδολογίας, η οποία αποδίδει την ύπαρξη ή μη διανυσμάτων συνολοκλήρωσης βάσει ενός ελέγχου μοναδιαίας ρίζας στα κατάλοιπα της παλινδρόμησης που προηγήθηκε με τη χρήση της μεθόδου OLS. Εφόσον τα κατάλοιπα της παλινδρόμησης είναι στάσιμα στο επίπεδο I(0), τότε προκύπτει μακροχρόνια σχέση συνολοκλήρωσης μεταξύ μιας ή περισσότερων μεταβλητών.

Εφαρμόζοντας τον αντίστοιχο έλεγχο μοναδιαίας ρίζας στα κατάλοιπα της παλινδρόμησης OLS προκύπτει ότι αυτά είναι I(0) σηματοδοτώντας την ύπαρξη διανύσματος συνολοκλήρωσης.

Πίνακας 9: Έλεγχος συνολοκλήρωσης κατά Engle-Granger

	t-Statistic	Prob.
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-5.736222	0.0000
Test critical values: 1% level	-3.670170	
5% level	-2.963972	

Δεδομένου ότι στο υπόδειγμα περιλαμβάνονται περισσότερες από δύο μεταβλητές, μπορεί να υπάρχουν περισσότερα από ένα διανύσματα συνολοκλήρωσης και η προσέγγιση των Engle και Granger (1987) δεν μπορεί να μας πληροφορήσει για τον ακριβή αριθμό των διανυσμάτων συνολοκλήρωσης. Δηλαδή, είναι αδύνατον χωρίς εξωτερική πληροφόρηση να προσδιοριστεί η μακροχρόνια σχέση ισορροπίας (Enders, 2008). Τα παραπάνω προβλήματα αντιμετωπίζονται επιτυχώς από άλλες μεθοδολογίες συνολοκλήρωσης, όπως του Johansen (1988).

Η μεθοδολογία συνολοκλήρωσης του Johansen θεωρείται από τις πιο αξιόπιστες και προτιμάται έναντι άλλων μεθόδων αφού έχει αρκετά πλεονεκτήματα. Πρώτον, στα πλαίσια ενός πολυμεταβλητού υποδείγματος είναι δυνατός ο προσδιορισμός του ακριβή αριθμού των διανυσμάτων συνολοκλήρωσης. Δεύτερον, δύναται να εκτιμηθούν οι παράμετροι του κάθε διανύσματος συνολοκλήρωσης και ακολούθως να γίνουν σημαντικές διαπιστώσεις σχετικά με τη σχέση που συνδέει τις εμπλεκόμενες μεταβλητές. Τρίτον, και σε αντίθεση με τη μεθοδολογία των Engle και Granger (1987), είναι δυνατόν να ελεγχθούν περιορισμοί στις παραμέτρους των διανυσμάτων συνολοκλήρωσης.

Δεδομένου του γεγονότος δηλαδή ότι οι χρονολογικές σειρές είναι $I(1)$, δίνεται η δυνατότητα ελέγχου συνολοκλήρωσης των μεταβλητών κατά Johansen, καθώς αυτές είναι στάσιμες ίδιου βαθμού. Για την διεξαγωγή του ελέγχου αυτού χρησιμοποιείται το κριτήριο της μέγιστης ιδιοτιμής (eigenvalue) σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,05$. Παρατηρώντας τα αποτελέσματα των Johansen Cointegration tests, συμπεραίνεται ότι προκύπτει μια μακροχρόνια σχέση ισορροπίας ανάμεσα στις μεταβλητές της μελέτης και το εισόδημα (Trace statistic=45,951, $p=0,0,074$, Max-Eigen statistic=27,584, $p=0,129$).

Πίνακας 10: Έλεγχος συνολοκλήρωσης κατά Johansen

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Hypothesized		Trace	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.

None *	0.883571	197.1481	125.6154	0.0000
At most 1 *	0.807279	134.7843	95.75366	0.0000
At most 2 *	0.757486	87.03541	69.81889	0.0012
At most 3	0.565305	45.95117	47.85613	0.0747
At most 4	0.375075	21.79094	29.79707	0.3103
At most 5	0.222651	8.157354	15.49471	0.4487
At most 6	0.028994	0.853243	3.841466	0.3556
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
Hypothesized		Max-Eigen	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.
None *	0.883571	62.36379	46.23142	0.0005
At most 1 *	0.807279	47.74886	40.07757	0.0057
At most 2 *	0.757486	41.08424	33.87687	0.0058
At most 3	0.565305	24.16023	27.58434	0.1292
At most 4	0.375075	13.63359	21.13162	0.3958
At most 5	0.222651	7.304111	14.26460	0.4538
At most 6	0.028994	0.853243	3.841466	0.3556

Μάλιστα για την αποτύπωση των μεταβλητών που συνολοκληρώνονται με την εξαρτημένη μεταβλητή εφαρμόζεται η μεθοδολογία FMOLS, η οποία μελετά την ύπαρξη ή μη μακροχρόνια σχέσης ισορροπίας χωρίς την παρουσία της προϋπόθεσης της στασιμότητας. Όπως προκύπτει παρατηρείται μακροχρόνια σχέση ισορροπίας ανάμεσα στις άμεσες ξένες επενδύσεις στον τουρισμό και στο ΑΕΠ ($p=0,002$), το ΑΕΠ του τουρισμού ($p=0,026$) και την ποσοστιαία πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων ($p=0,037$)

Πίνακας 11: Έλεγχος συνολοκλήρωσης FMOLS

Dependent Variable: FDIT

Method: Fully Modified Least Squares (FMOLS)

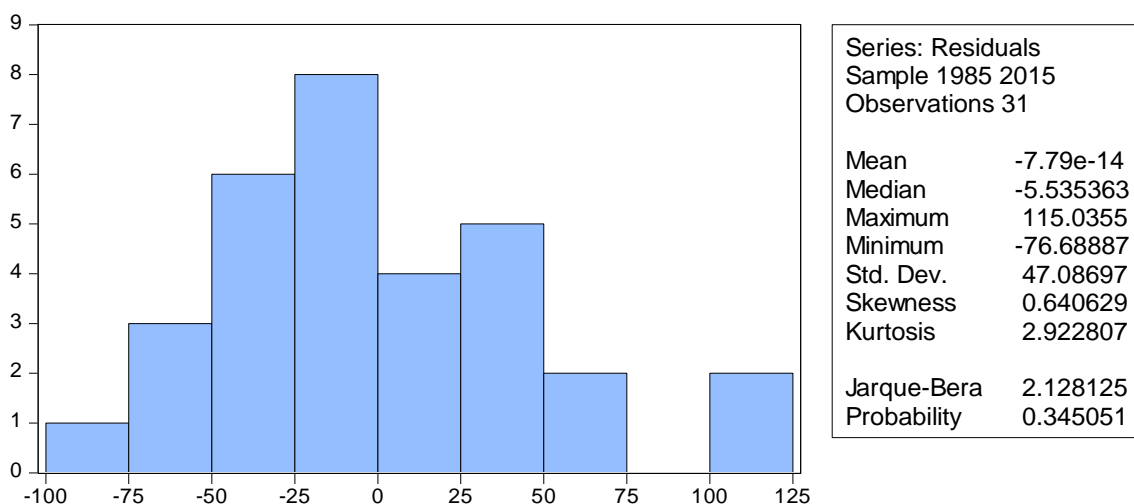
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
FDI	0.005847	0.003458	1.690748	0.1044
GDP	0.001406	0.000409	3.437236	0.0022
GDPT	-0.004151	0.001746	-2.377289	0.0261
ARR	-2.20E-07	5.71E-06	-0.038522	0.9696
TCONS	0.199911	0.270232	0.739775	0.4669
COMP	-5.323709	2.410079	-2.208936	0.0374
C	216.4329	205.9469	1.050916	0.3042
R-squared	0.592606			
Adjusted R-squared	0.486329			

5.4 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣ OLS

Στη συνέχεια της ανάλυσης εφαρμόζονται οι απαραίτητοι διαγνωστικοί έλεγχοι ώστε να διαπιστωθεί εάν παραβιάζονται οι υποθέσεις τους κλασσικού γραμμικού υποδείγματος παλινδρόμησης με τη μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων.

Αρχικά, παρατηρείται ότι τα κατάλοιπα της εκτίμησης ακολουθούν την κανονική κατανομή βάσει της στατιστική JB η οποία ισούται με 2,128 ($p=0,345$). Επιπρόσθετα η υπόθεση της μη ύπαρξης αυτοσυσχέτισης στον διαταρακτικό όρο γίνεται δεκτή βάσει του ελέγχου Breusch-Godfrey $p=0,757$, ενώ αντίστοιχα, δεκτή γίνεται και η υπόθεση της μη ύπαρξης ετεροσκεδαστικότητας στον τυχαίο όρο βάσει του ελέγχου Breusch-Pagan-Godfrey ($p=0,788$) και ως εκ τούτου το σύνολο των υποθέσεων του κλασσικού γραμμικού υποδείγματος παλινδρόμησης ικανοποιούνται.

Γράφημα 8: Έλεγχος κανονικότητας στα κατάλοιπα



Πίνακας 12: Έλεγχος αυτοσυσχέτισης των κατάλοιπων

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	0.201368	Prob. F(2,22)	0.8191
Obs*R-squared	0.557290	Prob. Chi-Square(2)	0.7568

Πίνακας 13: Έλεγχος ετεροσκεδαστικότητας των κατάλοιπων

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	0.454819	Prob. F(6,24)	0.8344
Obs*R-squared	3.164977	Prob. Chi-Square(6)	0.7879
Scaled explained SS	1.823792	Prob. Chi-Square(6)	0.9352

Μέσω της μεθόδου OLS, θα εκτιμηθεί, ώστε να διαπιστωθούν οι παράγοντες που επιδρούν στη βραχυχρόνια περίοδο στο προσδιορισμό του ύψους των άμεσων ξένων επενδύσεων στον τουρισμό το παρακάτω οικονομετρικό μοντέλο με τη χρήση των πρώτων διαφορών των μεταβλητών:

$$DFDIT_t = a + b_1 \times DFDI_t + b_2 \times DGDP_t + b_3 \times DGDPT_t + b_4 \times DARR_t + b_5 \times DTCONS_t + b_6 \times DCOMP_t + e_t$$

Όπου:

FDI: Ξένες άμεσες επενδύσεις στην Ελληνική οικονομία σε εκατομμύρια ευρώ

FDIT: Ξένες άμεσες επενδύσεις στο τουρισμό σε εκατομμύρια ευρώ

GDP: ΑΕΠ στην Ελληνική οικονομία σε εκατομμύρια ευρώ

GDPT: ΑΕΠ του τουρισμού σε εκατομμύρια ευρώ

ARR: Ετήσιες αφίξεις τουριστών σε πληθυσμό τουριστών

TCONS: Ετήσια τουριστική κατανάλωση σε ευρώ

COMP: Ετήσια πληρότητα κλινών σε ποσοστό

Προχωρώντας στην εκτίμηση του υποδείγματος παλινδρόμησης παρατηρούνται τα κάτωθι αποτελέσματα:

Πίνακας 14: Αποτελέσματα παλινδρόμησης OLS

Dependent Variable: FDIT			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.
C	9.476924	0.632483	0.5333
DFDI	0.000511	0.099361	0.9217
DGDP	0.000620	2.395559	0.0012
DGDPT	0.002113	1.840337	0.0901
DARR	0.011920	2.233941	0.0001
DTCONS	0.284239	0.806155	0.4284
DCOMP	0.136171	2.231807	0.0028
R-squared	0.222057		
Adjusted R-squared	0.206971		
F-statistic	5.329350		
Prob(F-statistic)	0.007752		

Ερμηνεύοντας τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης, αρχικά παρατηρείται ότι ο συντελεστής β_1 της μεταβλητής των άμεσων ξένων επενδύσεων στην ελληνική οικονομία δεν είναι στατιστικά σημαντικός υποδηλώνοντας τη μη επίδραση τους στις άμεσες ξένες επενδύσεις στον τουρισμό. Αντίθετα ο συντελεστής β_2 είναι θετικός και στατιστικά σημαντικός ($p=0,001$). Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα μαρτυρά ότι μια αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος στην ελληνική οικονομία επιδρά θετικά στο επίπεδο των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων στον τουρισμό. Αντίθετα, ο συντελεστής β_3 του ΑΕΠ του τουρισμού καθίσταται

στατιστικά σημαντικός για επίπεδο σημαντικότητας $\alpha=0,10$ και θετικά αρνητικά στο επίπεδο των άμεσων ξένων επενδύσεων. Επίσης, προκύπτει επίδραση του αριθμού των αφίξεων, και του ποσοστού πληρότητας των τουριστικών κλινών προς το επίπεδο των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων στον τουρισμό με τους αντίστοιχους συντελεστές β να καθίστανται στατιστικά σημαντικοί. Η ερμηνευτικότητα των ανεξάρτητων μεταβλητών του μοντέλου παλινδρόμησης στην εξαρτημένη ισούται με 0,222, γεγονός που σηματοδοτεί ότι η μεταβλητότητα της εξαρτημένης μεταβλητής οφείλεται στις διακυμάνσεις των ανεξάρτητων μεταβλητών σε ποσοστό 22,2%.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα είδος δραστηριότητας με εξαιρετική αναπτυξιακή δυναμική για την Ελλάδα, δεδομένων των αυξημένων τουριστικών ροών που καταγράφονται κατά τα τελευταία χρόνια και των μοναδικών χαρακτηριστικών της χώρας, τα οποία την αναδεικνύουν ως έναν σημαντικό τουριστικό πόλο. Πράγματι, η Ελλάδα φαίνεται πως λαμβάνει μία ιδιαίτερη θέση στις προτιμήσεις των αλλοδαπών τουριστών, οι οποίοι επισκέπτονται την περιοχή για να γνωρίσουν τους πολιτιστικούς της χώρους και να συνδυάσουν αυτές τις δραστηριότητες με συμπληρωματικές δράσεις ψυχαγωγίας και αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου τους. Λαμβάνοντας υπόψη αυτήν τη δυναμική, υπάρχει ανάγκη περαιτέρω ενίσχυσης και βελτίωσης της εμπορικής εικόνας του τουρισμού μέσω ιδιωτικών και δημοσίων, εγχώριων και ξένων επενδύσεων, καθώς και ενεργοποίησης των ενδιαφερόμενων ομάδων που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά, ώστε να αξιοποιηθούν τα αναπτυξιακά οφέλη του τουρισμού και να δοθεί μία νέα ώθηση στην οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας.

Εξ άλλου ο τουρισμός συμβάλλει καίρια στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των αντίστοιχων τουριστικών προορισμών, προσφέροντας σημαντικές αναπτυξιακές ευκαιρίες και δυνατότητες ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος στις διεθνείς αγορές. Παράλληλα, ο τουρισμός θεωρείται σήμερα ως μία τουριστική που μπορεί να δώσει νέα πνοή στην ελληνική οικονομία, της οποίας τα προβλήματα συνδέονται άμεσα με τις γενικότερες ανεπάρκειες του εγχώριου αναπτυξιακού μοντέλου, με αποτέλεσμα την ύπαρξη πολλών αντιξοοτήτων ως προς τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και τη στοχοθετημένη εφαρμογή μίας ολοκληρωμένης τουριστικής πολιτικής.

Συγκεκριμένα, δύο από τα βασικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού είναι η ύπαρξη της έντονης εποχικότητας της ζήτησης, η οποία προκαλεί με τη σειρά της μεγάλη συγκέντρωση προσφοράς, φαινόμενα μαζικού τουρισμού, και αναπτυξιακά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας, με έντονα φαινόμενα τις περιφερειακές ανισότητες και τους χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, οι οποίοι συνδυάζονται με σημαντική εξάρτηση της οικονομίας από τις εισαγωγές. Η

ανάπτυξη του τουρισμού μέσω επενδύσεων λειτουργεί επικουρικά στην άμβλυνση της εποχικότητας, βασική πολιτική δράσης της ελληνικής τουριστικής πολιτικής, και στην περιφερειακή ανάπτυξη, μέσω της τόνωσης τοπικών επιχειρηματιών. Παράλληλα, η συνεχιζόμενη οικονομική κρίση που μαστίζει την ελληνική περιφέρεια αποτελεί έναν επιπλέον λόγο προώθησης του τουρισμού, ώστε να ενισχυθεί η αναπτυξιακή δυναμική των τοπικών κοινοτήτων και οικονομιών.

Επιπρόσθετα, η εγχώρια τουριστική πολιτική και συγκεκριμένα και η πολιτική προώθησης του τουρισμού οφείλει να βασιστεί στο στοιχείο της διαχρονικότητας, και με σωστό προγραμματισμό και ανάλογη προώθηση να οδηγήσει στην πλήρη εκμετάλλευση των χαρακτηριστικών του. Συμπερασματικά, ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει έναν ειδικό και εξειδικευμένο στόχο της εγχώριας εθνικής και περιφερειακής πολιτικής και θεωρείται ως ένας νευραλγικός τομέας της ελληνικής οικονομίας.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η διενέργεια επενδύσεων στον τουρισμό κρίνεται ως εξέχουσες σημασίας για την τουριστική αλλά και τη γενικότερη ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας. Το παραπάνω συμπέρασμα επιβεβαιώνεται και στην παρούσα μελέτη, καθώς προκύπτει ότι στη μακροχρόνια περίοδο οι άμεσες ξένες επενδύσεις στο τουρισμό παρουσιάζουν ευθεία και στατιστικά σημαντική σχέση με το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας Επίσης, προκύπτει ότι το ποσοστό της πληρότητας των τουριστικών κλινών λειτουργεί ως δείκτης διενέργειας τουριστικών επενδύσεων, ενώ αντίστοιχη είναι η επίδραση των στοιχείων που αφορούν την τουριστική κατανάλωση.

Η παρούσα εργασία χαρακτηρίζεται από μία σειρά μεθοδολογικών περιορισμών και για το λόγο αυτό τα ευρήματά της δεν πρέπει να γενικοποιούνται. Αντιθέτως, τα παραπάνω συμπεράσματα θα πρέπει να εξετάζονται με προσοχή. Συγκεκριμένα, ένας βασικός περιορισμός της μελέτης είναι το σχετικά περιορισμένο δείγμα των δεδομένων των χρονολογικών σειρών που χρησιμοποιούνται.

Δεδομένων των προαναφερθέντων περιορισμών, η μελλοντική έρευνα θα πρέπει να εστιάσει: (1) στη διερεύνηση της σύνδεσης των άμεσων ξένων επενδύσεων

στον τουρισμό σε ευρύτερης κλίμακας δεδομένα, λαμβάνοντας υπόψη και τις επιδράσεις της οικονομικής κρίσης, (2) στη μελέτη μεγαλύτερου δείγματος χωρών συνδυαστικά με τη χρήση χρονικώς επαναλαμβανόμενων διαστρωματικών στοιχείων (panel data).

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abel, A. B., Bernanke, B., & Croushore, D. D. (2014). *Macroeconomics*. Pearson.
- Becken, S. (2005). The role of tourist icons for sustainable tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 21-30.
- Delisle, J. (1999). The Canadian national tourism indicators: a dynamic picture of the satellite account. *Tourism Economics*, 5(4), 331-343.
- Dwyer, L. (2007). *International handbook on the economics of tourism*. Edward Elgar Publishing.
- Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 251-276.
- Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadasse, B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14(4), 807-818.
- Fletcher, J. E. (1989). Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of tourism research*, 16(4), 514-529.
- Frechtling, D. C. (1999). The tourism satellite account: foundations, progress and issues. *Tourism management*, 20(1), 163-170.
- Frechtling, D. C. (2010). The tourism satellite account: A primer. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 136-153.
- Giaoutzi, M. (2017). *Tourism and regional development: New pathways*. Routledge.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2007). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Granger, C. W. (1981). Some properties of time series data and their use in econometric model specification. *Journal of econometrics*, 16(1), 121-130.

ICAP (2010) *Κλαδική μελέτη για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις*.

Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors. *Journal of economic dynamics and control*, 12(2-3), 231-254.

Johansen, S. (1991). Estimation and hypothesis testing of cointegration vectors in Gaussian vector autoregressive models. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1551-1580.

Johansen, S. (1995). Identifying restrictions of linear equations with applications to simultaneous equations and cointegration. *Journal of econometrics*, 69(1), 111-132.

Koutsouris, A. (2009). Social learning and sustainable tourism development; local quality conventions in tourism: A Greek case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(5), 567-581.

Lejárraga, I., & Walkenhorst, P. (2007). Diversification by deepening linkages through tourism. In *World Bank workshop on Export Growth and Diversification: Pro-active Policies in the Export Cycle*, World Bank, Washington, DC.

Mankiw, N. G. (2014). *Principles of macroeconomics*. Cengage Learning.

Marcouiller, D. W., & Prey, J. (2005). The tourism supply linkage: Recreational sites and their related natural amenities. *The Journal of Regional Analysis & Policy*, 35(1), 23-32.

Nordin, S. (2003). *Tourism clustering & innovation: Paths to economic growth & development*. Etour.

Papatheodorou, A., & Arvanitis, P. (2014). Tourism and the economic crisis in Greece: Regional perspectives. *Région et développement*, 39, 183-203.

Patsouratis, V., Frangouli, Z., & Anastasopoulos, G. (2005). Competition in tourism among the Mediterranean countries. *Applied Economics*, 37(16), 1865-1870.

- Paunovic, S. (2000). The Programs of the European Union for Development of Tourism. *Rev. Eur. L.*, 2, 99.
- Philips, J., & Jamie, F. (2016). Tourism Investments and Finance. *International Institute for Tourism Studies, Washington DC*.
- RMF, T. (2008). Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, jointly presented by the United Nations Statistics Division (UNSD), the Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), the Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Schubert, S. F., & Brida, J. G. (2009). Macroeconomic effects of changes in tourism demand: A simple dynamic model. *Tourism Economics*, 15(3), 591-613.
- Schubert, S. F., Brida, J. G., & Risso, W. A. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management*, 32(2), 377-385.
- Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society*. Routledge.
- Sheldon, P., & Dwyer, L. (2010). The global financial crisis and tourism: Perspectives of the academy. *Journal of Travel Research*, 49(1), 3-4.
- Song, H., & Turner, L. (2006). Tourism demand forecasting. *International handbook on the economics of tourism*, 89-114.
- Sotiriadis, M. D., & Varvaressos, S. (2015). A strategic analysis of the Greek leisure tourism: competitive position, issues and challenges. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1 S1), 319.
- Stepchenkova, S., Kirilenko, A., & Shichkova, E. (2017, July). Intention of young Russian tourists to visit country-target of animosity: theory-and data-driven models. In *Conference proceedings, 7th Advances in Hospitality & Tourism Marketing & Management (AHTMM) Conference, Famagusta*,

Cyprus, 10-15 July 2017 (pp. 87-103). Eastern Mediterranean University and Washington State University.

Stynes, D. J. (1997). Economic impacts of tourism: a handbook for tourism professionals. *Urbana, IL: University of Illinois, Tourism Research Laboratory*, 1-32.

Tsartas, P., Papatheodorou, A., & Vasileiou, M. (2014). Tourism development and policy in Greece. *European tourism planning and organisation systems: National case studies*, 3, 295-316.

Tzanelli, R., & Korstanje, M. E. (2016). Tourism in the European economic crisis: Mediatized worldmaking and new tourist imaginaries in Greece. *Tourist Studies*, 16(3), 296-314.

Uysal, M. (1998). The determinants of tourism demand. *The economic geography of the tourist industry: A supply-side analysis*, 79.

Αποστολόπουλος Κ., Σδράλη Δ. Β. (2009), “Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου Θεωρητική Προσέγγιση και Εφαρμογές”, Εκδόσεις Δ.Β. Ελληνοεκδοτική Α.Ε.Ε.Ε., Αθήνα

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός–Οικονομικές Προσεγγίσεις. εκδόσεις Προπομπός.

Βλάμη Α., (2008). Χρηματοδότηση και Γεωγραφική Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού: η περίπτωση της Ελληνικής Ξενοδοχίας 1950-2005. Διδακτορική Διατριβή. Πανεπιστήμιο Πατρών: Πάτρα.

Ζαχαράτος Γ. (1986). Τουριστική κατανάλωση: η μέθοδος υπολογισμού και η χρησιμότητά της για την έρευνα των επιδράσεων του τουρισμού στην εθνική οικονομία. ΚΕΠΕ. Αθήνα.

Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας Π. (2014). Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον. Αθήνα: Κριτική.

- Κολτσιδόπουλος, Δ. (2000). Τουρισμός, Θεωρητική Προσέγγιση, *Εκδόσεις Έλλην*
- ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ (2010)
- Πολύζος-Ζδρόλιας (2006), *Στοιχεία Οικονομικής Γεωγραφίας και Περιφερειακής Αναπτύξεως*, Αθήνα
- ΣΕΤΕ – Δρακόπουλος, Γ. (2002). *Ελληνικός Τουρισμός - Στόχοι και Στρατηγικές*
- Σφακιανάκης Μ., (2000), “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, Έλλην, Αθήνα
- Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης 2008 - 2015, Κείμενο - Επιμέλεια: Αλέξης Χατζηδάκης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα 2015).
- Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός: Οδικός Χάρτης Υλοποίησης, ΣΕΤΕ (Αθήνα, 2013)
- Τσάρτας, Π. (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. *Εξάντας, Αθήνα*.