

# Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

2020



ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΕΧΑΓΙΑΔΑΚΗΣ

A.M 4539

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΞΑΝΘΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

## Προλογικό Σημείωμα

Ο τουριστικός τομέας αποτελεί την «βαριά βιομηχανία» της ελληνικής οικονομίας, αφού συμμετέχει σημαντικά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν. Σύμφωνα με τον Πρόεδρο του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος, κ. Αλέξανδρο Βασιλικό, ο τουρισμός αφορά όλη την κοινωνία καθώς τα οφέλη που επιφέρει διαχέονται προς όλες τις κατευθύνσεις, προσφέροντας θετικά και αναντικατάστατα στην τοπική κοινωνία και οικονομία.

Η Ελλάδα συνιστά έναν ιδανικό προορισμό για διακοπές εξαιτίας ποικίλων παραγόντων. Αυτοί είναι: η γεωγραφική θέση, ο αρχαίος πολιτισμός της, τα εκατοντάδες νησιά της, οι ατελείωτες ακτογραμμές της, το εύκρατο κλίμα της -μεταξύ άλλων. Μάλιστα, το 2018, ο τουριστικός τομέας απέφερε έσοδα ύψους 30% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος απασχολώντας 700.000 εργαζομένους.

Ωστόσο μείζον και διαχρονικό πρόβλημα που πλήττει τον Τουρισμό είναι η εποχικότητα. Λόγω των συνεπειών της, απασχόλησε και απασχολεί όλους τους εμπλεκόμενους, αφού υπάρχει άμεση και άρρηκτη σύνδεσή της με την Εθνική Οικονομία, με την επίδρασή της στις θέσεις εργασίας και την ευημερία της εκάστοτε τοπικής κοινωνίας.

Κατά καιρούς έχουν εκπονηθεί μελέτες και έχουν τεθεί σε ισχύ πολιτικές αντιμετώπισης του προβλήματος χωρίς όμως να έχουν οδηγήσει, αν όχι σε επίλυση, τουλάχιστον σε δραματική μείωσή του. Είναι αναγκαίο και επιβεβλημένο να συστρατευθούν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς του Ιδιωτικού και Δημοσίου Τομέα σε ένα κοινό σχέδιο δράσης.

Επιπρόσθετα, η πανδημία του Covid-19 που ενέσκηψε φέτος στην υφήλιο, εκτός από τεράστιο υγειονομικό ζήτημα, έπληξε πρωτίστως και κυρίως τον Τουρισμό και συγκεκριμένα τις χώρες που βασίζονται σε αυτόν, όπως η χώρα μας. Εύκολα μπορεί να αντιληφθεί κανείς ότι η δραστική μείωση εσόδων από αυτόν τον τομέα έχει καθοριστική επίπτωση στην Εθνική Οικονομία αλλά και την Απασχόληση και έθεσε τον προβληματισμό και αποτέλεσε αντικείμενο διερεύνησης κατά πόσο μια Οικονομία πρέπει να στηρίζεται σε τόσο μεγάλο βαθμό σε ένα τομέα, αλλά αντίθετα να ενθαρρύνει την ανάπτυξη κι άλλων πλουτοπαραγωγικών πηγών ώστε να επιτύχει «διασπορά» μέσω ενός ισορροπημένου mix πηγών εσοδών .

27 Μαΐου 2020

Η εργασία αυτή, βασισμένη σε έγκυρα μεθοδολογικά εργαλεία μέτρησης, έχει ως στόχο να μελετήσει το ζήτημα της «εποχικότητας» ως προς τα αίτια, τα αποτελέσματα, τα μεγέθη και να παρουσιάσει λύσεις-πολιτικές αντιμετώπισης που θα συμβάλουν στην βέλτιστη αξιοποίηση της τόσο σημαντικής πηγής πλούτου για τη χώρα μας. Αναμφίβολα ο επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος, του ρόλου που διαδραματίζει καθώς και η ψηφιακή αναβάθμισή του είναι τα πρώτα στην ατζέντα.

Περιεχόμενα

0	Εισαγωγή.....	5
1	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	6
1.1	Εισαγωγή.....	6
1.2	Χρήσιμοι Δείκτες.....	6
2	Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	10
3	Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ.....	14
4	Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΒΑΣΕΙ ΧΩΡΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ.....	21
5	ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ.....	23
6	Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ.....	28
7	ΑΙΤΙΑ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ.....	31
7.1	Λόγοι Ύπαρξης της Εποχικότητας.....	31
7.2	Θεωρητικοί Τρόποι Αντιμετώπισης της Εποχικότητας.....	33
7.3	Πρακτικοί Τρόποι Αντιμετώπισης της Εποχικότητας.....	37
8	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	40
8.1	Συμπεράσματα.....	40
8.2	Ειδικές Τοπικές Συμφωνίες Εποχικότητας.....	42
8.3	Προτεινόμενες πολιτικές επιμήκυνσης τουριστικής περιόδου.....	51
8.3.1	Συντονιστικός ρόλος για Υπουργείο Τουρισμού.....	51
8.3.2	Τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση και Πολιτικές.....	52
8.3.3	Κεντρική Διοίκηση και Πολιτικές.....	52
8.3.4	Συμφωνίες με παράγοντες διαμόρφωσης της διεθνούς τουριστικής ζήτησης.....	54
9	ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	55

Πίνακας 1 Εισερχόμενος τουρισμός και εποχικότητα βάσει χώρας προέλευσης.....	21
Πίνακας 2 Εποχικότητα Αφίξεων Ξένων τουριστών βάσει περιφέρειας για το 2016 .....	24
Πίνακας 3 Εποχικότητα διανυκτερεύσεων ξένων τουριστών ανά περιφέρεια .....	26
Πίνακας 4 Συντελεστής προσδιορισμού και κατάταξη περιφερειών για το 2016 .....	30
Πίνακας 5 Εποχικότητα ανά περιφέρεια 2016.....	44
Πίνακας 6 Χώρες με τη χαμηλότερη εποχικότητα 2011 .....	48
Εικόνα 1 Προτάσεις.....	50
Γράφημα 1 Καμπύλη Lorenz .....	9
Γράφημα 2 Αφίξεις συνολικού τουρισμού σε ελληνικά καταλύματα μηνιαίως 2010, 2014, 2018.....	10
Γράφημα 3 Αφίξεις εσωτερικού τουρισμού μηνιαίως στα ελληνικά καταλύματα 2010, 2014, 2018 ..	11
Γράφημα 4 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού μηνιαίως στα ελληνικά καταλύματα 2010, 2014, 2018	11
Γράφημα 5 Αφίξεις σε ελληνικά καταλύματα συνολικά για το 2018.....	12
Γράφημα 6 Αφίξεις συνολικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2014 .....	15
Γράφημα 7 Αφίξεις συνολικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2018 .....	15
Γράφημα 8 Αφίξεις εσωτερικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2014 .....	16
Γράφημα 9 Αφίξεις εσωτερικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2018 .....	16
Γράφημα 10 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2014 .....	17
Γράφημα 11 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2018 .....	17
Γράφημα 12 Ο Συντελεστής Gini στο συνολικό τουρισμό για τα έτη 2011 έως 2018.....	18
Γράφημα 13 Ο Συντελεστής Gini στον εισερχόμενο τουρισμό για τα έτη 2011 έως 2018 .....	19
Γράφημα 14 Ο Συντελεστής Gini στον εσωτερικό τουρισμό για τα έτη 2011 έως 2018 .....	19
Γράφημα 15 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα μηνιαίως για το 2016 .....	23
Γράφημα 16 Ποσοστιαία Απόκλιση .....	25
Γράφημα 17 Μηνιαίες διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών στη χώρα για το 2016 .....	25
Γράφημα 18 Ανισοκατανομή με βάση το συντελεστή Gini στις διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια - Ποσοστιαία Απόκλιση.....	27
Γράφημα 19 Συσχέτιση μηνιαίων διανυκτερεύσεων εισερχόμενου τουρισμού και μέσης μηνιαίας θερμοκρασίας για το 2016 .....	29
Γράφημα 20 Πορεία Εποχικότητας Συνολικού, Εσωτερικού και Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα για τα έτη 2011 έως 2018 .....	35
Γράφημα 21 Πορεία Εποχικότητας Εσωτερικού Τουρισμού σε 5 χώρες της ΕΕ για τα έτη 2011-2018 .....	35

## 0 Εισαγωγή

Η εποχικότητα ορίζεται ως το φαινόμενο κατά το οποίο παρατηρείται έντονη τουριστική δραστηριότητα σε μια χρονική περίοδο ή σε περισσότερες αλλά όχι αδιάλειπτα μέσα στο έτος (Τσίτουρας, 1998).

Αυτό οφείλεται στα επόμενα στοιχεία. Χονδρικά χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες. Πρώτα, εντοπίζονται τα φυσικά αίτια όπως είναι το κλίμα και, έπειτα, τα αίτια που σχετίζονται με έθιμα, σχολικές διακοπές, θρησκευτικές εορτές, ή τη μόδα. Η αλήθεια είναι ότι το τουριστικό brand που λέγεται Ελλάδα είναι συνυφασμένο στην συνείδηση των τουριστών με τον «ήλιο και θάλασσα» και άρα με εποχές και περιοχές (καλοκαίρι σε νησιά ή παραθαλάσσιες περιοχές). Κάτι ανάλογο συμβαίνει, όπως αναλύεται σε ειδικό κεφάλαιο, και στις ανταγωνίστριες χώρες σε διαφορετικό βαθμό βέβαια.

Επίσης, το φαινόμενο της εποχικότητας και η εξέλιξή του διαχρονικά στον ελληνικό χώρο, συνολικά και ως προς τις χώρες προέλευσης των τουριστών, ή ως προς τις επιλεγόμενες περιφέρειες καθώς και οι πολιτικές αντιμετώπισής του αποτελούν αντικείμενο ανάλυσης της μελέτης αυτής.

Η εργασία αυτή αποτελείται, ως προς τη δομή της, από οκτώ κεφάλαια. Ειδικότερα στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα επιλεγμένα εργαλεία μέτρησης της εποχικότητας. Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετάται το πώς εξελίσσεται η εποχικότητα κατά τα έτη 2010-2018. Το τρίτο κεφάλαιο πραγματεύεται τη διαχρονική εξέλιξη της εποχικότητας στην Ελλάδα σε σχέση με ανταγωνίστριες χώρες τα έτη 2011-2018. Στο τέταρτο κεφάλαιο συγκρίνεται η εποχικότητα βάσει της χώρας από την οποία προέρχονται οι τουρίστες. Έπειτα (κεφάλαιο 5), γίνεται ανάλυση της τουριστικής κίνησης στις περιφέρειες. Στο έκτο κεφάλαιο αναπτύσσονται τα αίτια της εποχικότητας με έμφαση στον ρόλο του κλίματος. Στο έβδομο κεφάλαιο παρατίθενται τα διαθέσιμα μέσα και οι πολιτικές αντιμετώπισης. Καταλήγοντας, έτσι, στο τελευταίο κεφάλαιο (8), όπου γίνεται σύνοψη της παρούσας μελέτης και προτείνονται τρόποι αντιμετώπισης της εποχικότητας.

## 1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ

### 1.1 Εισαγωγή

Ο τρόπος με τον οποίο διερευνάται η εποχικότητα στον τουρισμό ποικίλλει. Οι μεθοδολογίες μπορούν να ανήκουν σε δύο περιπτώσεις (Τσίτουρας, 1998; Cuccia, 2011; Larry et al, 2012). Αυτές είναι:

- Δείκτες (συντελεστές) εκτίμησης έντασης μέσα από τους δείκτες: συγκέντρωσης, Hirschman-Herfindahl, Εντροπίας και ανισότητας Gini).
- Ανάλυση Χρονοσειρών.

Σε αυτήν την εργασία, προκειμένου να μελετηθεί η εποχικότητα, χρησιμοποιείται ο δείκτης έντασης εποχικότητας και, πιο συγκεκριμένα, ο συντελεστής ανισότητας Gini. Όσον αφορά στην ανάλυση χρονοσειρών, αυτές δύνανται να βρουν εφαρμογή σε επίπεδο χώρας, αλλά το γεγονός ότι δεν υφίστανται αρκετά δεδομένα σημαίνει ότι δεν μπορεί να εφαρμοστεί σε επίπεδο περιφερειών. Ωστόσο, θα γίνει εκτίμηση του τρόπου που εξελίσσεται διαχρονικά η εποχικότητα, όπου αυτό καθίσταται δυνατό, καθώς υποδεικνύει σημαντικά την τάση άμβλυνσης ή όξυνσης του φαινομένου (Bonilla et al, 2006; Rau, 2006; Rudihartmann, 1986).

### 1.2 Χρήσιμοι Δείκτες

Ορισμένοι βασικοί δείκτες αξιοποιούνται προκειμένου να μελετηθεί η εποχικότητα στον τουριστικό τομέα. Αυτοί είναι οι εξής:

- **Συγκέντρωσης,**
- **Hirschman-Herfindahl**
- **Ανισότητας Gini**

Κάθε δείκτης από τους παραπάνω δείχνει διαφορετικά τις μεταβολές της κατανομής ανά μήνα των τουριστικών μεγεθών. Ο τρόπος παρουσιάζεται ακολούθως.

**Δείκτες Συγκέντρωσης:** Αυτοί αξιοποιούνται προκειμένου να μελετηθεί ο βαθμός συγκέντρωσης. Στον τουριστικό τομέα, με αυτόν το δείκτη αποτυπώνεται το μερίδιο του μεγέθους του τουρισμού για συγκεκριμένο πλήθος μηνών ως προς το συνολικό τουριστικό μέγεθος ετησίως. Η μαθηματική μορφή του δείκτη είναι:

$$\frac{\sum x_i}{x}$$

όπου  $x_i$  είναι η τιμή του μεγέθους υπό εξέταση για το μήνα  $i$ ,  $x$  η τιμή του αντίστοιχου μεγέθους ετησίως.

Πιο συχνά γίνεται χρήση των δεικτών CR4 (για το τετράμηνο που αφορά στους μήνες Ιούνιος-Σεπτέμβριος) και CR6 (για το εξάμηνο των μηνών Μάιος-Οκτώβριος). Αυτό παρά το γεγονός ότι εντοπίζονται αρκετοί εναλλακτικοί δείκτες παρόμοιας λογικής. Για παράδειγμα, υπάρχουν δείκτες οι οποίοι μετρούν το πηλίκο των μηνών που υπάρχει υψηλότερη ζήτηση προς αυτούς που έχουν την ελάχιστη κ.λπ.

Επειδή είναι ιδιαίτερα απλοί οι δείκτες αυτοί, αποτυπώνουν ένα μόνο μέρος του τρόπου που κατανέμεται το εξεταζόμενο μέγεθος και όχι την πλήρη κατανομή.

#### **Δείκτης Hirschman-Herfindahl:**

Ο δείκτης **Hirschman-Herfindahl** (H) υπολογίζεται ως εξής:

$$\sum_{i=1}^{12} s_i^2$$

Ο δείκτης αυτός ορίζεται ως το άθροισμα των τετραγώνων των μηνιαίων μεριδίων ( $s_i$ ) του μεγέθους υπό εξέταση σε σχέση με το συνολικό. Με άλλα λόγια, ο Hirschman – Herfindahl σταθμίζει τα μερίδια με αυτά ως συντελεστές. Δηλαδή, όσο πιο μεγάλο μερίδιο υπάρχει σε ένα μήνα, τόσο μεγαλύτερη είναι η συμμετοχή του στην τελική τιμή του δείκτη. Εναλλακτικά, οι συντελεστές αυτής της στάθμισης καθορίζονται βάσει διαφορετικών βαρυτήτων σε τιμές των μεριδίων (μεγάλες ή μικρές). Παρά το γεγονός ότι ο εν λόγω δείκτης συμπεριλαμβάνει τη μηνιαία κατανομή του μεγέθους υπό εξέταση, δείχνει να έχει ευαισθησία στην παρουσία ακραίων τιμών λόγω της στάθμισης οδηγώντας στην υπερεκτίμηση της έντασης του φαινομένου εποχικότητας.



**Συντελεστής Ανισότητας Gini:**

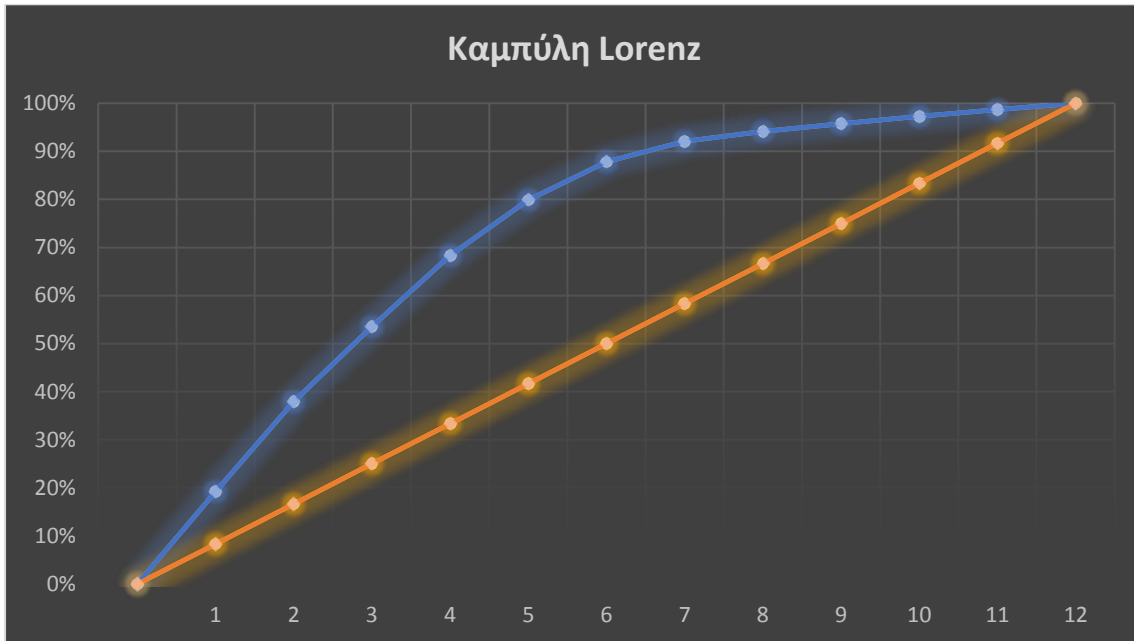
Ο συντελεστής αυτός μετρά την ανισότητα σε μία κατανομή. Ο Ιταλός στατιστικός Corrado Gini ήταν αυτός που τον πρότεινε το 1912 και πλέον η χρήση του είναι ευρεία στη μελέτη της ανισότητας στις κατανομές εισοδημάτων (Boldrini, 1966). Ο συντελεστής μαθηματικά αποτυπώνεται όπως παρακάτω:

$$G = 1 - 2 \int_0^1 L(X)dX$$

όπου  $L(X)$  η συνάρτηση Lorenz για τις αφίξεις ή διανυκτερεύσεις ή δαπάνες των επισκεπτών.

Όταν ο συντελεστής είναι κοντά στο 0, υποδεικνύεται τάση ισοκατανομής του μεγέθους που μελετάται. Όταν ο συντελεστής είναι κοντά στο 1, υποδεικνύεται σημαντική άνιση κατανομή. Όταν ο συντελεστής είναι ίσος με το 1, τότε όλη η τουριστική κίνηση συγκεντρώνεται το συγκεκριμένο μόνο μήνα.

Ο συντελεστής ανισότητας **Gini (G)** έχει άμεση σχέση με τις **καμπύλες Lorenz**. Αυτές παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά μίας κατανομής δείχνοντας τις ανισότητες που υφίστανται στην κατανομή υπό εξέταση. Ο κάθετος άξονας της **καμπύλης** αυτής (Γράφημα 1) δείχνει το συνολικό ποσοστό του μεγέθους υπό εξέταση, ενώ ο οριζόντιος τους μήνες αφού έχουν ταξινομηθεί σε φθίνουσα σειρά βάσει μεριδίου κάθε μηνός. Αν το ποσό που αντιστοιχεί στον κάθε μήνα είναι 1/12 (8,333%) από το υπό μελέτη μέγεθος, τότε θα υπάρχει ταύτιση της καμπύλης **Lorenz** και της **ισοκατανομής** (κίτρινη καμπύλη), ενώ όσο μεγαλώνει η απόσταση της πρώτης (μπλε γραμμή) από τη δεύτερη, τόσο πιο ανομοιόμορφη η κατανομή.



**Γράφημα 1 Καμπύλη Lorenz**

Έστω A είναι το εμβαδόν του χώρου μεταξύ των δύο καμπυλών και B το εμβαδόν ανάμεσα στην καμπύλη Lorenz και τους άξονες, τότε ισχύει η σχέση:

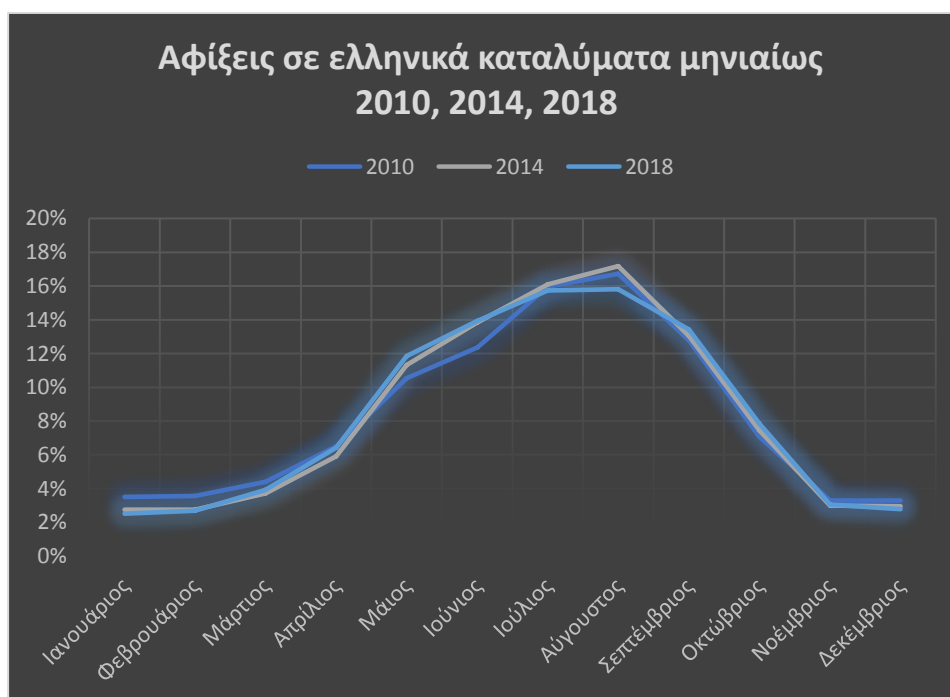
$$G = \frac{A}{A+B} = 1 - 2B$$

Ο συντελεστής Gini χρησιμοποιείται διεθνώς στη βιβλιογραφία, καθώς περιλαμβάνει τόσο τη συνολική κατανομή του υπό μελέτη μεγέθους όσο και τις διαφοροποιήσεις όσο μικρές και αν είναι σε αυτήν.

Στην παρούσα εργασία, χρησιμοποιείται ο συντελεστής Gini προκειμένου να μελετηθεί η εποχικότητα. Επίσης, χρησιμοποιούνται οι CR4 και CR6 δείκτες ως ενδεικτικοί σε ορισμένες περιπτώσεις.

## 2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην παρούσα εργασία αξιοποιούνται δεδομένα από την ΕΛΣΤΑΤ για τις αφίξεις ανά μήνα σε καταλύματα τουρισμού σχετικά με τον εισερχόμενο, αλλά και τον εσωτερικό τουρισμό. Η μελέτη γίνεται για τα έτη 2010 – 2018. Παρακάτω (Γράφημα 2), φαίνεται η αλλαγή στην κατανομή ανά μήνα για τις αφίξεις στα ελληνικά καταλύματα συνολικά και η αυξητική τάση στις συνολικές τουριστικές αφίξεις. Συγκεκριμένα, η αύξηση αυτή επικεντρώνεται στους μήνες του καλοκαιριού. Μάλιστα, ο Αύγουστος φαίνεται μήνας αιχμής με την καταγραφή 17% του συνόλου των αφίξεων για το 2014, αλλά και 16% αντίστοιχα για το 2018. Ομοίως, στο Γράφημα 3 ο εσωτερικός τουρισμός είναι αυξημένος κατά τον Αύγουστο (14%) του 2010 και το 2014. Ωστόσο, το 2018 μειώθηκε κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες, δηλαδή στο 12%. Για τον εισερχόμενο τουρισμό φαίνεται ότι οι αλλοδαποί τουρίστες φθάνουν στα καταλύματα το μήνα Αύγουστο κατά 18% την πρώτη χρονιά της μελέτης, 19% το 2014 και δύο μονάδες λιγότερες το 2018 (17%) (Γράφημα 4). Όλα αυτά βάσει των στοιχείων του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (2019).



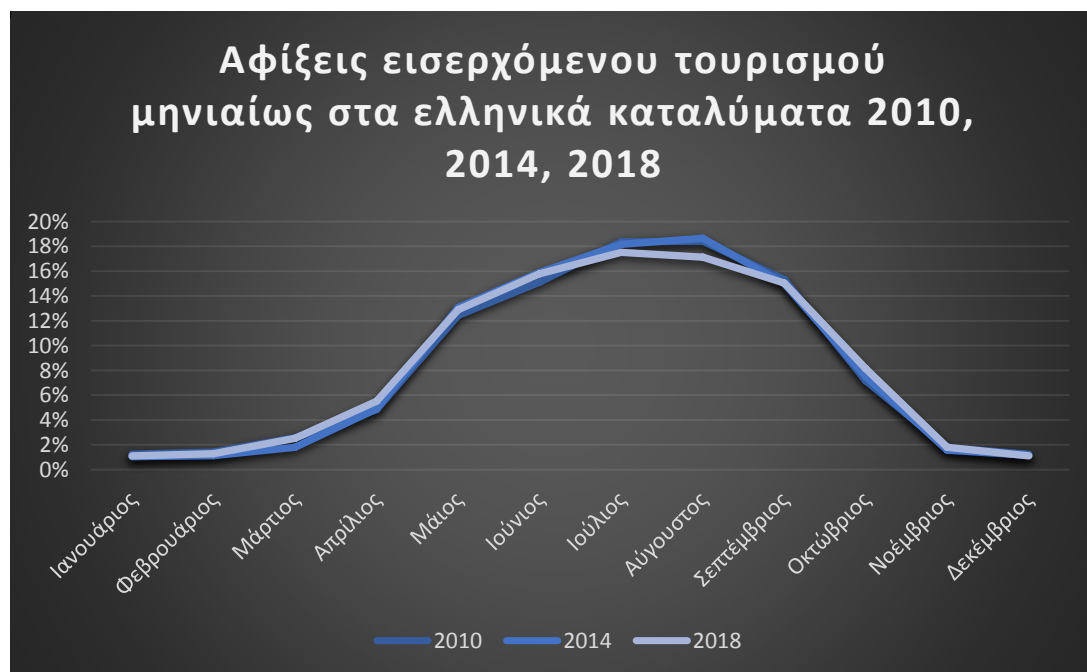
**Γράφημα 2 Αφίξεις συνολικού τουρισμού σε ελληνικά καταλύματα μηνιαίως 2010, 2014, 2018**

**Πηγή:** ΕΛΣΤΑΤ



**Γράφημα 3 Αφίξεις εσωτερικού τουρισμού μηνιαίως στα ελληνικά καταλύματα 2010, 2014, 2018**

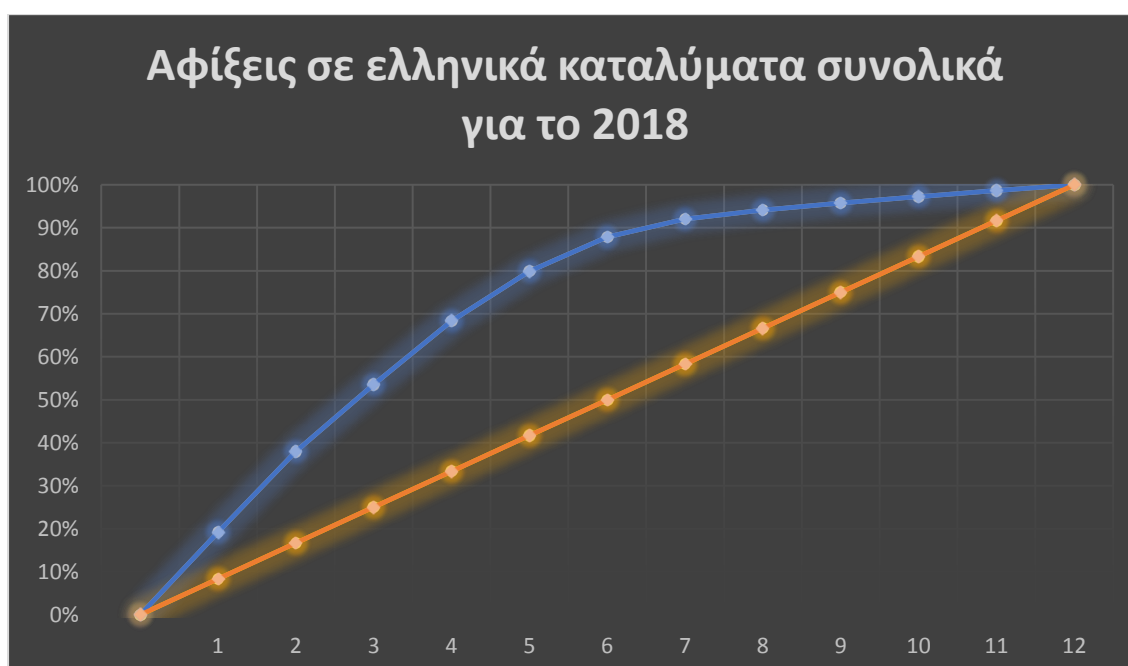
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ



**Γράφημα 4 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού μηνιαίως στα ελληνικά καταλύματα 2010, 2014, 2018**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Στο Γράφημα 5, φαίνονται η καμπύλη Lorenz και ισοκατανομής για τις αφίξεις στα ελληνικά καταλύματα το έτος 2018. Φαίνεται ότι κατά τη διάρκεια του μήνα που παρατηρείται η μεγαλύτερη τουριστική κίνηση στη χώρα αυτό αντιστοιχεί στο 18% των συνολικών ετήσιων αφίξεων. Αντίθετα, εάν εμφανιζόταν η ισοκατανομή τότε θα ήταν μόνο 8,33% ως το 1/12 του έτους. Αντίστοιχα, το δίμηνο με την υψηλότερη τουριστική κίνηση εμφανίζεται το 35% τους, ενώ θα ήταν 16,67% με ανισοκατανομή. Το τρίμηνο με την υψηλότερη τουριστική κίνηση εμφανίζεται το 51%, ενώ θα έπρεπε να είναι 25% κ.ο.κ. Ο συντελεστής Gini για το συνολικό τουρισμό είναι ίσος με 34,91%. Προκειμένου να αξιολογηθεί αυτό το μέγεθος, θα μελετηθεί η εξέλιξή του διαχρονικά για τα έτη 2011 – 2018. Ταυτόχρονα, θα γίνει σύγκριση των ευρημάτων σχετικά με την τουριστική κίνηση στη χώρα με συγκεκριμένες χώρες ανταγωνισμού.



**Γράφημα 5** Αφίξεις σε ελληνικά καταλύματα συνολικά για το 2018

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα γίνεται εμφανής η εποχικότητα που έχει ο τουρισμός στην Ελλάδα και, μάλιστα, ο εισερχόμενος. Η εποχικότητα του εσωτερικού τουρισμού είναι αρκετά χαμηλότερη, ενώ ο συνολικός τουρισμός παραμένει σχεδόν σταθερός σε αυτό το εύρος χρόνων με μόλις μία ανεπαίσθητη βελτίωση.

27 Μαΐου 2020

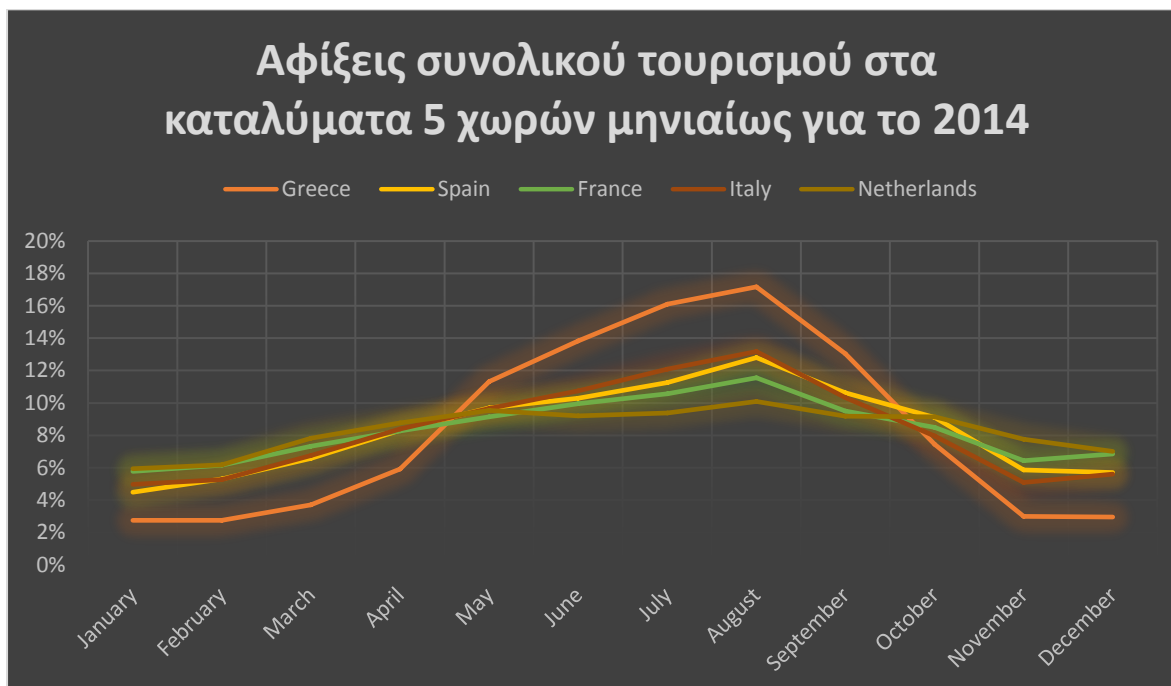
Τέλος, παρατηρούμε ότι σε βάθος χρόνου η εποχικότητα στο συνολικό τουρισμό και στον εισερχόμενο παραμένει σχεδόν σταθερή.

### 3 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΆΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ

Η σύγκριση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού με άλλες χώρες ανταγωνισμού θα γίνει για τον εσωτερικό, εισερχόμενο, αλλά και συνολικό τουρισμό με τις Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία και Ολλανδία για τα έτη 2011 έως και 2018 (Πηγή: Eurostat).

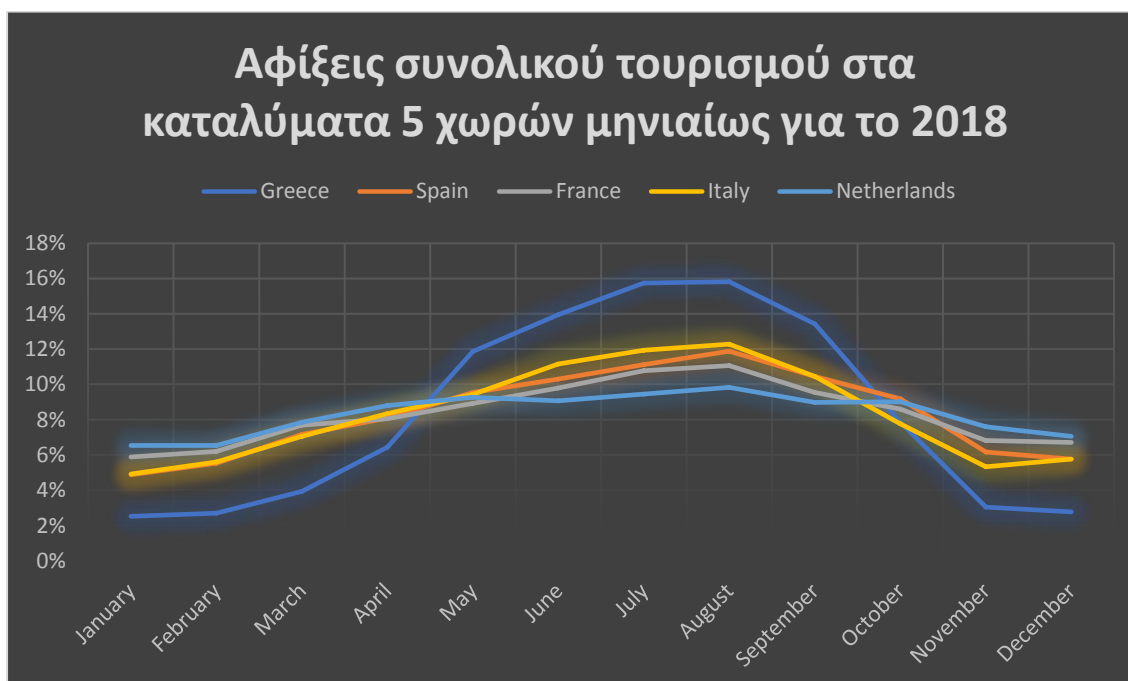
Στα παρακάτω γραφήματα (Γράφημα 6, Γράφημα 7, Γράφημα 8, Γράφημα 9, Γράφημα 10, Γράφημα 11) εμφανίζεται η μεταβολή της κατανομής των αφίξεων στα καταλύματα ανά μήνα για το συνολικό, εισερχόμενο και εξωτερικό τουρισμό. Αν και υπάρχει η εποχικότητα ως φαινόμενο σε όλες τις υπό εξέταση χώρες, αυτή είναι σημαντικά πιο έντονη στην περίπτωση της Ελλάδας. Όσον αφορά στον εσωτερικό τουρισμό, η εποχικότητα παραμένει διαχρονικά παρόμοια.

Ενδεικτικά, το 2014 οι συνολικές αφίξεις για το τετράμηνο Ιουνίου – Σεπτεμβρίου (CR4) στην Ελλάδα άγγιξαν το 60,14%, σε αντίθεση με το 58,91% του συνόλου για το 2018. Στην Ισπανία τα ποσοστά αυτά ήταν 44,96% και 43,73%, στην Ιταλία 46,33% και 45,81%. Στη Γαλλία 41,55% και 41,15% και στην Ολλανδία 37,86% και 37,32% αντίστοιχα. Ο αντίστοιχος εσωτερικός τουρισμός για την Ελλάδα έφθασε στο 43,82% για το 2014 και 41,06% τέσσερα έτη μετά, για την Ισπανία 42,55% και 41,57%, για την Ιταλία 43,93% και 44,12%, για τη Γαλλία 38,88% και 38,71% και για την Ολλανδία 37,26% και 36,82% αντίστοιχα.



**Γράφημα 6** Αφίξεις συνολικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2014

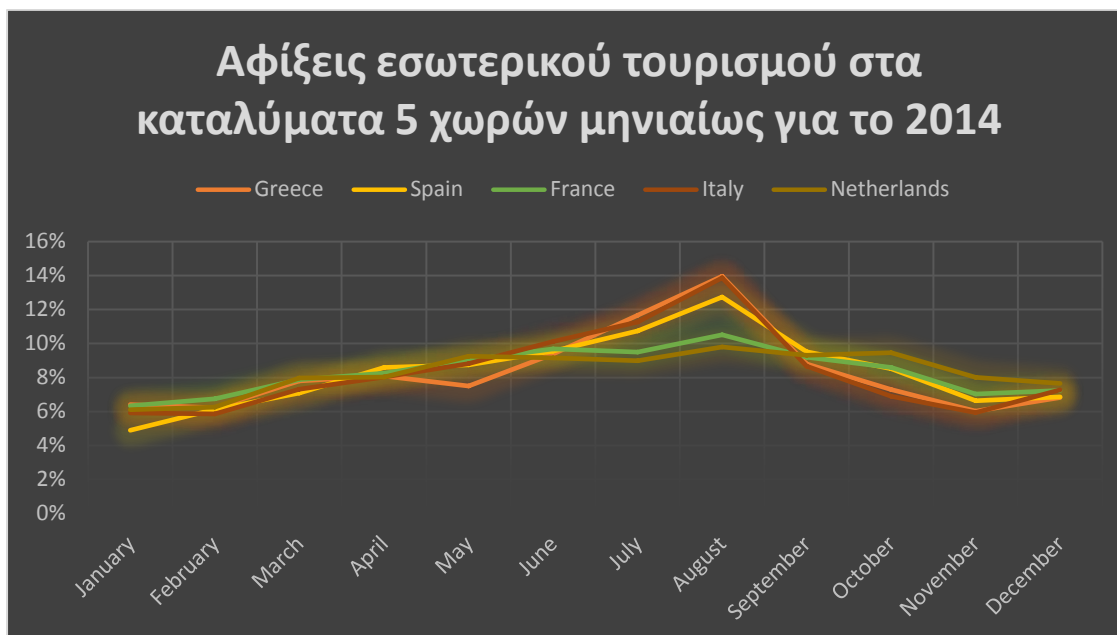
Πηγή: Eurostat



**Γράφημα 7** Αφίξεις συνολικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2018

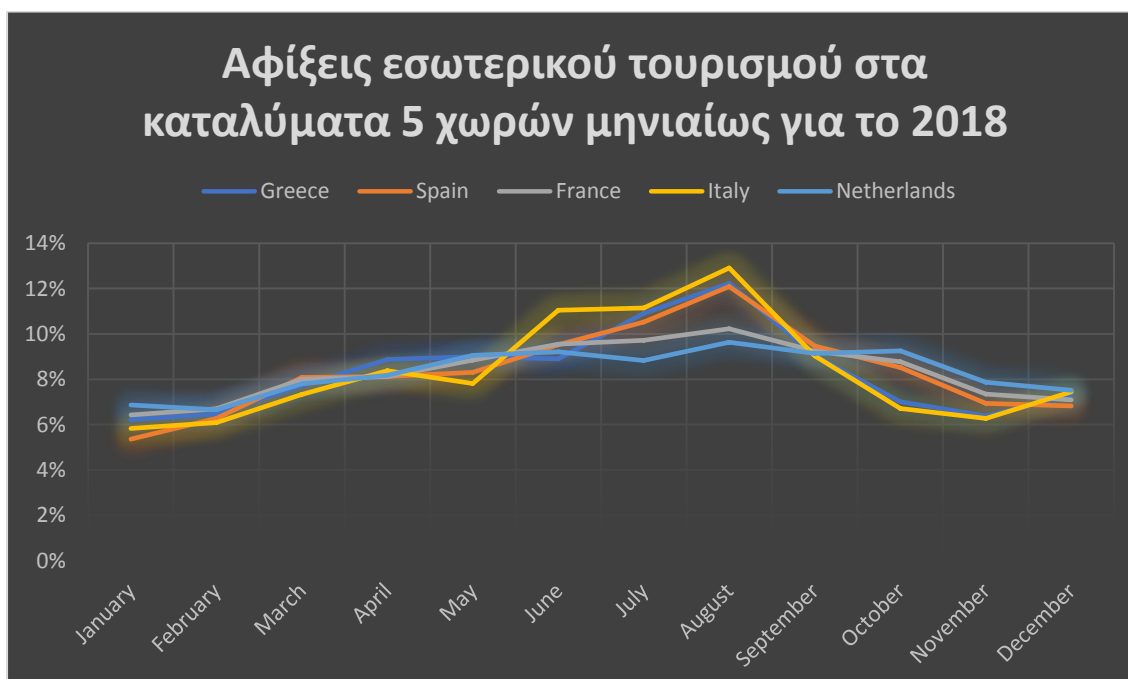


Πηγή: Eurostat



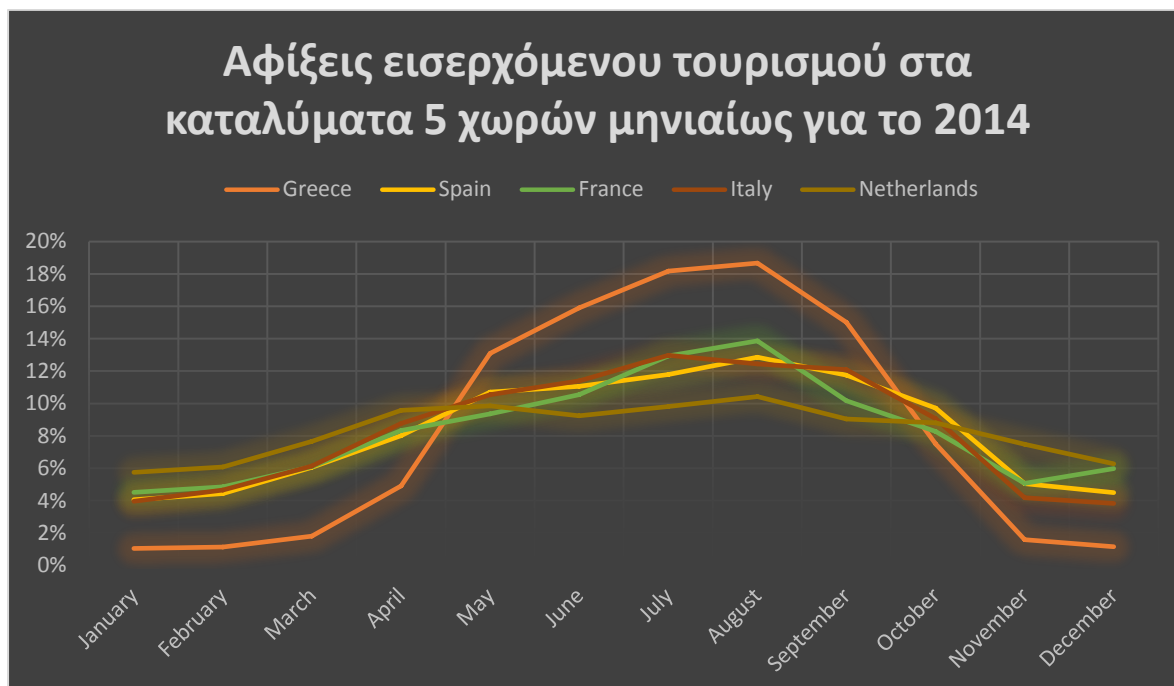
Γράφημα 8 Αφίξεις εσωτερικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2014

Πηγή: Eurostat



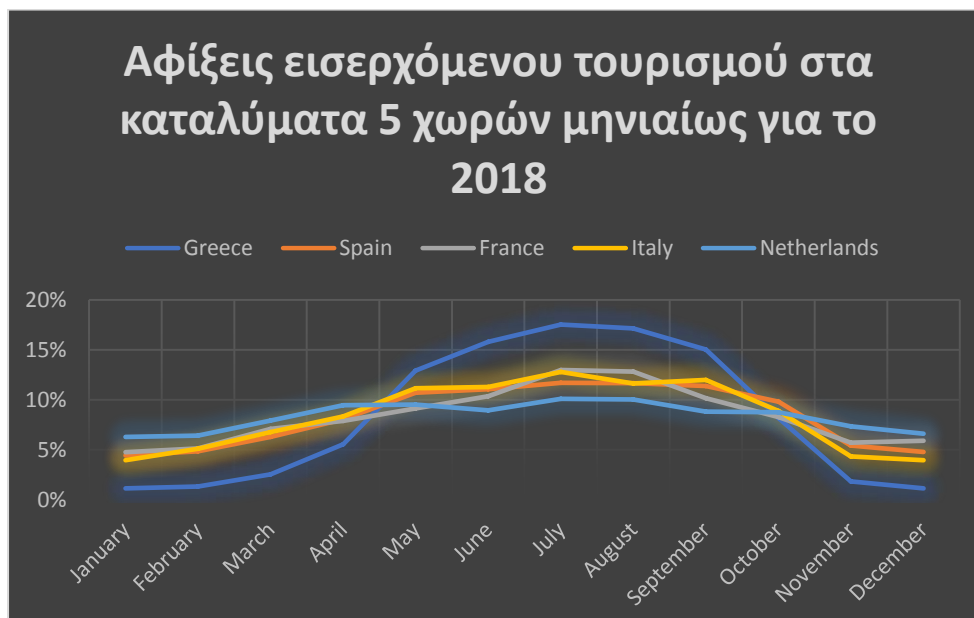
Γράφημα 9 Αφίξεις εσωτερικού τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2018

Πηγή: Eurostat



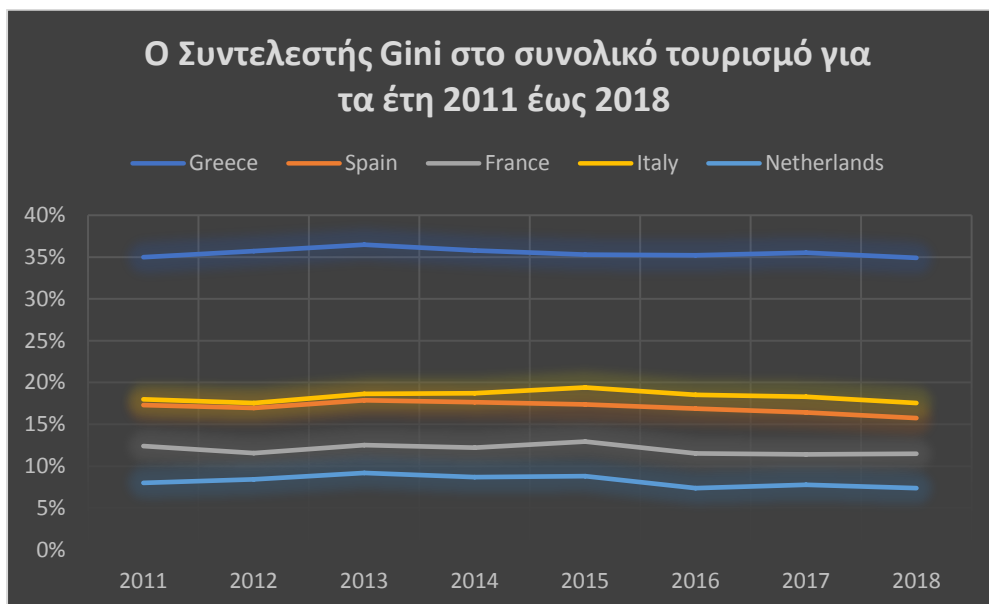
Γράφημα 10 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2014

Πηγή: Eurostat



Γράφημα 11 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού στα καταλύματα 5 χωρών μηνιαίως για το 2018

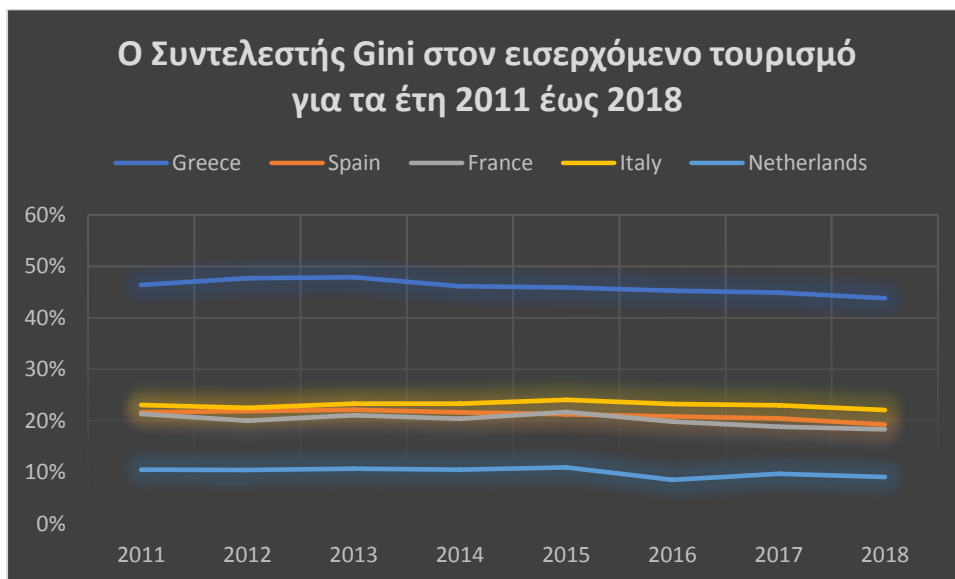
Ο **συντελεστής ανισότητας Gini** υπολογίζεται παρακάτω για τις τουριστικές αφίξεις σε τουριστικά καταλύματα στο σύνολο του τουρισμού, στον εισερχόμενο τουρισμό και στον εξερχόμενο τουρισμό για τις ανταγωνίστριες χώρες Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία και Ολλανδία κατά τα έτη 2011 έως και 2018. Στα ακόλουθα γραφήματα (Γράφημα 12, Γράφημα 13) γίνεται παρουσίαση του συντελεστή αυτού για τις υπό μελέτη χώρες.



**Γράφημα 12 Ο Συντελεστής Gini στο συνολικό τουρισμό για τα έτη 2011 έως 2018**

**Πηγή:** Eurostat

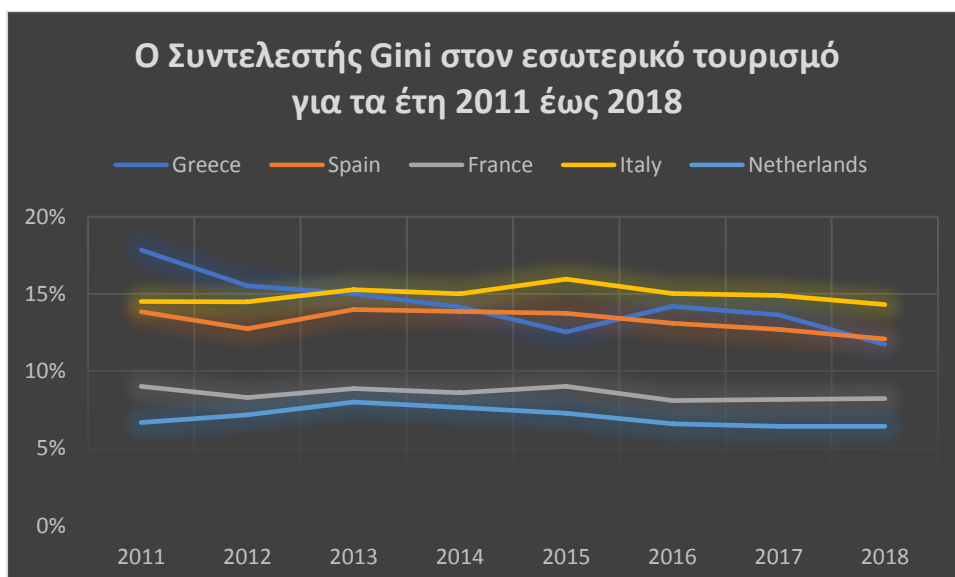
Από το Γράφημα 12 φαίνεται ότι ο συντελεστής αυτός στο συνολικό τουρισμό είναι μεγαλύτερος για την Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες χώρες.



**Γράφημα 13 Ο Συντελεστής Gini στον εισερχόμενο τουρισμό για τα έτη 2011 έως 2018**

**Πηγή:** Eurostat

Από το Γράφημα 13 φαίνεται ότι ο αντίστοιχος συντελεστής του εισερχόμενου τουρισμού είναι μεγαλύτερος για την Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες χώρες υπό εξέταση. Προκύπτει ότι ο συντελεστής Gini για τον εισερχόμενο τουρισμό είναι υψηλότερος στην περίπτωση της Ελλάδας απ' ό τι στις υπόλοιπες χώρες για όλα τα εξεταζόμενα έτη. Μάλιστα, σε όλες τις περιπτώσεις παρατηρείται ότι ο συντελεστής παραμένει οριακά αμετάβλητος.



**Γράφημα 14 Ο Συντελεστής Gini στον εσωτερικό τουρισμό για τα έτη 2011 έως 2018**

**Πηγή:** Eurostat

Από το Γράφημα 14 φαίνεται ότι ο συντελεστής ανισοκατανομής στον εσωτερικό τουρισμού λειτουργεί αρκετά διαφορετικά. Αυτό συμβαίνει, γιατί στην Ελλάδα φαίνεται να μειώνεται από το 2011, ενώ οι ανταγωνίστριες χώρες διαγράφουν σταθερή πορεία. Επίσης, ο συντελεστής εσωτερικού τουρισμού στην Ελλάδα έχει ένα μεγαλύτερο μέσο ρυθμό μεταβολής ετησίως, αφού μειώνεται με όλο και μεγαλύτερο ρυθμό σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες χώρες. Πιο συγκεκριμένα, ο ελληνικός ρυθμός είναι -5,46%, ενώ οι άλλες χώρες έχουν ρυθμό μεταβολής αρκετά χαμηλότερο υποδεικνύοντας σταθερότητα (Ισπανία -1,78%, Ιταλία -0,10%, Γαλλία -1,12%, Ολλανδία -0,32%).

Έτσι, αποδεικνύεται η εποχικότητα που εντοπίζεται στον εισερχόμενο και συνολικό ελληνικό τουρισμό, η οποία είναι αρκετά πιο έντονη σε σύγκριση με τις υπόλοιπες υπό εξέταση χώρες. Φαίνεται ότι η οικονομική κρίση έφερε στην Ελλάδα μία σταθερότητα της εποχικότητας, ενώ ο εσωτερικός τουρισμός δεν εμφανίζει τόσο μεγάλη εποχικότητα όση εμφανίζει ο αντίστοιχος στις άλλες χώρες (Ιταλία, Ισπανία).

#### 4 Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΒΑΣΕΙ ΧΩΡΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

Η εποχικότητα της κίνησης των τουριστών βάσει χώρας προέλευσης για την Ελλάδα στηρίζεται σε στοιχεία που παρέχει η Eurostat για το 2011 (τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα). Βασικό στοιχείο, εδώ, αποτελεί η μελέτη των διαφορών που εντοπίζονται στην τουριστική κίνηση βάσει της χώρας προέλευσης. Στην παρούσα ανάλυση έχουν επιλεχθεί να μελετηθούν οι χώρες με μερίδιο άνω του 0,5% των αφίξεων. Μέτρο εποχικότητας έχει επιλεχθεί να είναι ο συντελεστής ανισότητας Gini, ο οποίος υπολογίζεται όπως παρακάτω:

$$G = 1 - 2 \int_0^1 L(X)dX$$

με το L(X) να συμβολίζει τη συνάρτηση Lorenz τουριστικών αφίξεων ή διανυκτερεύσεων ή δαπανών.

Όταν ο συντελεστής είναι κοντά στο 0, τότε υπάρχει τάση ισοκατανομής του μεγέθους που μελετάται, ενώ αν είναι κοντά στο 1 τότε η ανισοκατανομή είναι έντονη. Αν ο δείκτης είναι ίσος με το 1 τότε όλη η τουριστική κίνηση εντοπίζεται σε ένα μήνα μόνο. Στον Πίνακα 1 παρουσιάζονται οι μετρήσεις εποχικότητας τουριστικών αφίξεων βάσει χώρας προέλευσης.

**Πίνακας 1** Εισερχόμενος τουρισμός και εποχικότητα βάσει χώρας προέλευσης

Χώρες	Ποσοστό αφίξεων για ξενοδοχεία	για Gini	Καταταξη Gini
Τσεχία	1,58%	62,54%	1
Πολωνία	2,39%	59,34%	2
Νορβηγία	1,96%	57,73%	3
Αυστρία	2,09%	57,71%	4
Ιταλία	7,07%	55,60%	5
Δανία	1,69%	54,84%	6
Ρωσία	4,63%	54,18%	7
Σουηδία	2,71%	52,78%	8
Βέλγιο	2,50%	52,42%	9
Αυστραλία	1,48%	51,94%	10
Ολλανδία	4,17%	51,05%	11
Ελβετία	1,63%	50,56%	12

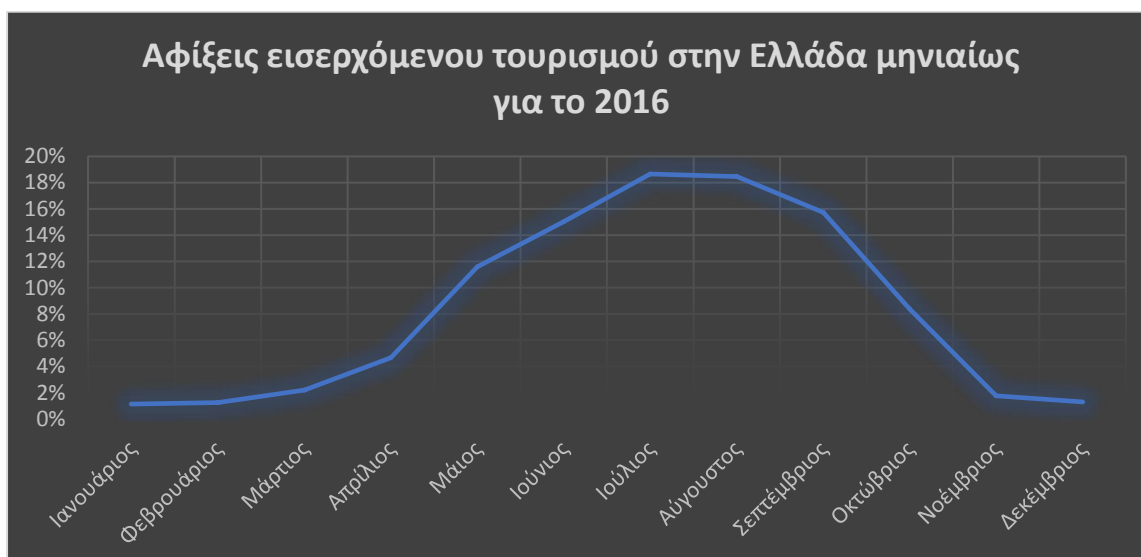
Ηνωμένο Βασίλειο	11,57%	49,28%	13
Γερμανία	12,81%	49,20%	14
Γαλλία	7,97%	48,09%	15
Φινλανδία	1,33%	47,39%	16
Καναδάς	1,18%	43,93%	17
Ισπανία	1,76%	41,06%	18
ΗΠΑ	6,43%	37,28%	19
Βουλγαρία	1,47%	33,72%	20
Κίνα	0,54%	28,32%	21
Τουρκία	0,66%	26,19%	22
Ιαπωνία	0,78%	25,71%	23
Κύπρος	1,50%	24,90%	24
<b>Σύνολο Επιλεγμένων Χωρών</b>	<b>81,90%</b>	<b>48,31%</b>	<b>-</b>

Βάσει του προηγούμενου πίνακα, η μεγαλύτερη εποχικότητα παρατηρείται σε τουρίστες με χώρες προέλευσης την Πολωνία, τη Νορβηγία, την Τσεχία, την Αυστρία, την Ιταλία και τη Δανία. Από την άλλη πλευρά, η πιο μικρή εποχικότητα εμφανίζεται σε τουρίστες από Κύπρο, Τουρκία, Ιαπωνία, Βουλγαρία, Κίνα και ΗΠΑ. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα μικρά μερίδια συμμετοχής στο συνολικό τουρισμό σχετίζονται με τις χώρες προέλευσης χαμηλής εποχικότητας αν εξαιρεθούν οι ΗΠΑ. Επίσης, χώρες όπως η Ιταλία, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία έχουν σημαντικό μέρος των αφίξεων στα ελληνικά καταλύματα εκπροσωπώντας το 39,4% των τουριστικών αφίξεων και έχοντας εποχικότητα μεγαλύτερη από την αντίστοιχη μέση του εισερχόμενου τουρισμού.

Έτσι, οι χώρες προέλευσης που εμφανίζουν μεγαλύτερο μερίδιο αφίξεων έχουν και μεγαλύτερη εποχικότητα. Αντίθετα, χώρες με μικρό μερίδιο αφίξεων στη χώρα έχουν και χαμηλότερη εποχικότητα. Συνεπώς, επιβεβαιώνεται το εύρημα ότι στην Ελλάδα παρατηρείται μεγάλη εποχικότητα σε βάθος χρόνου δίνοντας έμφαση σε αυτήν του εισερχόμενου τουρισμού.

## 5 ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Η ελληνική επικράτεια εμφανίζει διαφορετική εποχικότητα ανά προορισμό τουριστών. Αυτό το γεγονός καθιστά ιδιαίτερα σημαντική τη μελέτη του φαινομένου αυτού ανά διαφορετική περιφέρεια. Έτσι, μπορεί να γίνει εντοπισμός πιθανών περιφερειακών ανισοτήτων, αλλά και πληρέστερη αποτύπωση της κατανομής της τουριστικής ζήτησης ανά περιφέρεια. Στην εν λόγω μελέτη θα αξιοποιηθεί η κατανομή αφίξεων μηνιαίως ανά περιφέρεια, των διανυκτερεύσεων. Στο Γράφημα 15 φαίνεται η κατανομή των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας. Γίνεται αντιληπτό ότι υφίσταται σημαντική εποχικότητα σε αυτήν την περίπτωση, αφού το μήνα Ιούλιο οι αφίξεις αγγίζουν το 18,64%, το τετράμηνο από Ιούνιο έως και Σεπτέμβριο το 67,83% και το εξάμηνο από Μάιο έως και Οκτώβριο το 87,77%.



**Γράφημα 15 Αφίξεις εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα μηνιαίως για το 2016**

### *Πηγή: Eurostat*

Στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 2) φαίνεται η διάσταση της εποχικότητας στις αφίξεις ανά περιφέρεια. Βλέπουμε πως σύμφωνα με το δείκτη συγκέντρωσης τετραμήνου (CR4) η υψηλότερη εποχικότητα παρατηρείται στις εξής περιφέρειες: Ιόνιων Νησιών, Κρήτης, και Νοτίου και Βορείου Αιγαίου. Αντίθετα, με το δείκτη συγκέντρωσης εξαμήνου (CR6) η υψηλότερη εποχικότητα παρατηρείται στις περιφέρειες: Ιόνιων Νησιών, Κρήτης και Νοτίου Αιγαίου. Ο δείκτης αυτός δείχνει ότι το μερίδιο των αφίξεων ξένων τουριστών σε αυτές κατά το εξάμηνο από Μάιο έως και Οκτώβριο είναι άνω του 90% του συνόλου των αφίξεων.



Αντίθετα, χαμηλότεροι δείκτες συγκέντρωσης εξαμήνου παρατηρούνται για τις περιφέρειες Αττικής και Δυτικής Μακεδονίας.

**Πίνακας 2 Εποχικότητα Αφίξεων Ξένων τουριστών βάσει περιφέρειας για το 2016**

Περιφέρεια	CR4	CR6	Gini
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	71%	84%	45%
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	64%	82%	41%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	45%	70%	27%
ΗΠΕΙΡΟΥ	70%	86%	46%
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	66%	84%	42%
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	55%	76%	35%
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	80%	98%	58%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	61%	83%	40%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	60%	79%	38%
ΑΤΤΙΚΗΣ	51%	70%	25%
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	75%	87%	50%
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	75%	95%	54%
ΚΡΗΤΗΣ	72%	94%	52%

**Πηγή: Eurostat**

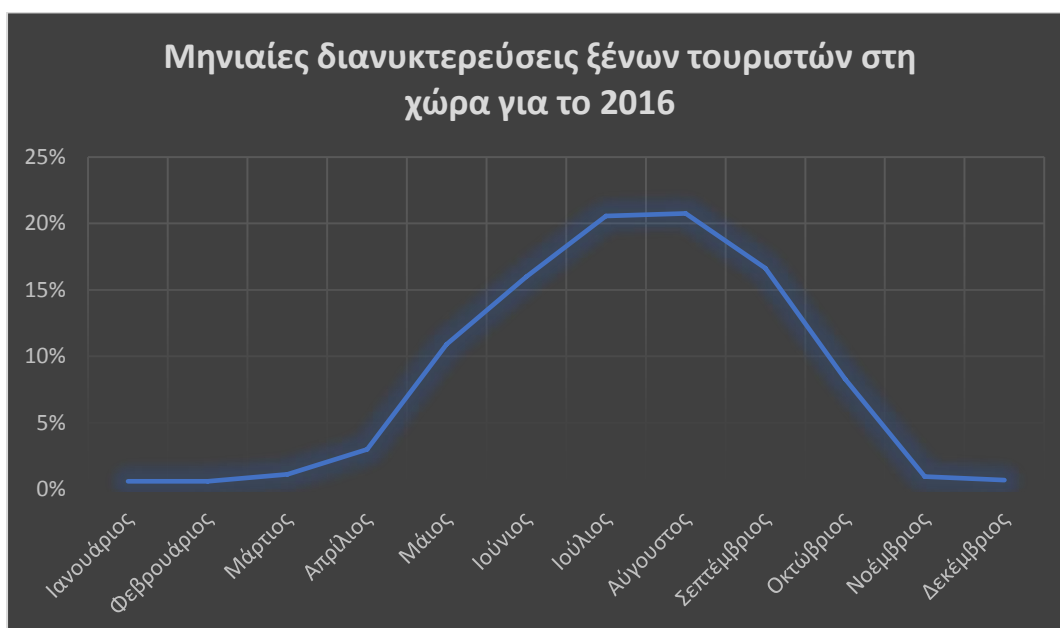
Μάλιστα, στο ακόλουθο Γράφημα 16 φαίνεται η απόκλιση του δείκτη Gini ανά περιφέρεια από τον αντίστοιχο της χώρας. Αποδεικνύεται ότι η εντονότερη εποχικότητα εμφανίζεται στο Νότιο Αιγαίο, την Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά, ενώ χαμηλότερη εποχικότητα συγκριτικά με την επικράτεια έχουν οι περιφέρειες Αττικής, Στερεάς Ελλάδος και Δυτικής Μακεδονίας. Μάλιστα, ο συντελεστής ανισοκατανομής έχει απόκλιση από το ποσοστό της επικράτεια από - 44,37% έως και 27,54%. Αυτό υποδεικνύει τη διαφορά της εποχικότητας από μία περιφέρεια σε μία άλλη.



**Γράφημα 16 Ποσοστιαία Απόκλιση**

**Πηγή: Eurostat**

Στο παρακάτω γράφημα (Γράφημα 17) φαίνεται η κατανομή των ξένων διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα ανά μήνα. Φαίνεται πως υπάρχει υψηλή εποχικότητα στην επικράτεια, αφού στον μήνα Αύγουστο αντιστοιχεί το 20,74% του συνόλου των αφίξεων, το τετράμηνο από Ιούνιο έως και Σεπτέμβριο το 73,89% και το εξάμηνο από Μάιο έως και Οκτώβριο το 93,07%.



**Γράφημα 17 Μηνιαίες διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών στη χώρα για το 2016**

**Πηγή: Eurostat**

Στον ακόλουθο Πίνακα 3 φαίνεται η διάσταση της εποχικότητας με βάση τις διανυκτερεύσεις και την περιφέρεια των ξένων τουριστών στην Ελλάδα. Παρατηρεί κανείς ότι υψηλότερη εποχικότητα βάσει του συντελεστή τετραμήνου εμφανίζουν οι περιφέρειες: Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Θεσσαλίας, Νοτίου Αιγαίου, Ηπείρου και Ιονίων Νησιών. Πρόσθετα, βάσει του συντελεστή εξαμήνου οι περιφέρειες αυτές είναι: Δυτικής Ελλάδος, Κρήτης, Νοτίου Αιγαίου και Ιονίων Νησιών. Σύμφωνα με τον ίδιο δείκτη οι διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών στις εν λόγω περιφέρειες κατά το εξάμηνο από Μάιο έως και Οκτώβριο ξεπερνούν το 92% των συνολικών ετησίως. Τέλος, οι περιφέρειες που έχει τη χαμηλότερη συγκέντρωση τετραμήνου και εξαμήνου είναι η Δυτική Μακεδονία και Αττική.

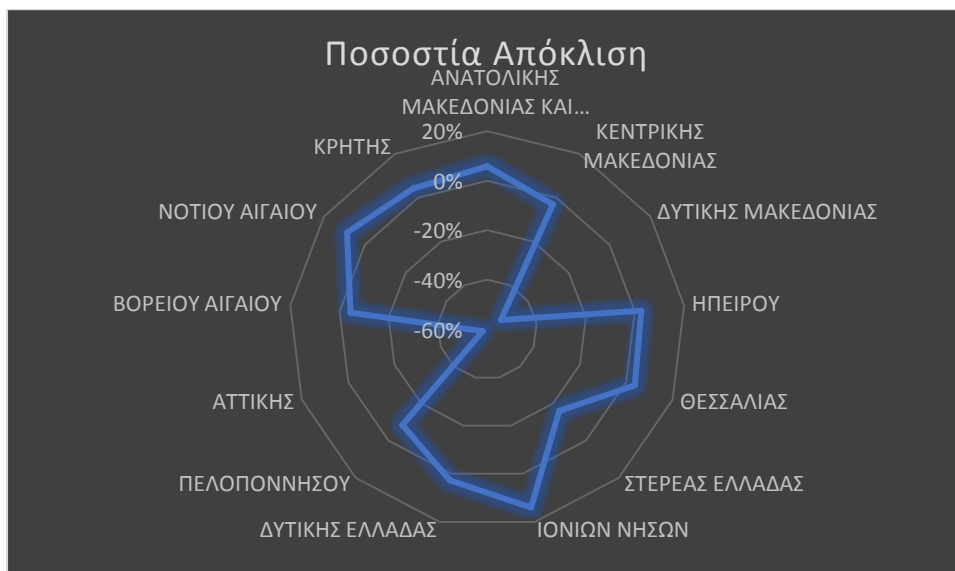
**Πίνακας 3 Εποχικότητα διανυκτερεύσεων ξένων τουριστών ανά περιφέρεια**

Περιφέρεια	CR4	CR6	Gini
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	81%	92%	55%
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	74%	90%	50%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	44%	68%	24%
ΗΠΕΙΡΟΥ	78%	92%	53%
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	79%	92%	54%
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	65%	82%	44%
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	82%	99%	59%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	77%	93%	53%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	71%	86%	48%
ΑΤΤΙΚΗΣ	49%	67%	22%
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	75%	88%	50%
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	78%	97%	56%
ΚΡΗΤΗΣ	74%	96%	54%

**Πηγή :Ελστατ**

Στο ακόλουθο γράφημα (Γράφημα 18) φαίνεται η διαφορά του δείκτη Gini για τις διανυκτερεύσεις των ξένων τουριστών ανά περιφέρεια. Γίνεται αντιληπτή η έντονη εποχικότητα των Ιονίων Νησιών, του Νοτίου Αιγαίου και της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Επίσης, παρατηρείται και η χαμηλή εποχικότητα των περιφερειών Στερεάς Ελλάδος, Δυτικής Μακεδονίας και Ιονίων Νησιών. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι ο συντελεστής Gini για αυτές τις περιφέρειες έχει απόκλιση από τις αντίστοιχες τιμές της επικράτειας από

– 58,07% έως και 12,99%. Αυτό αποδεικνύει ότι υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση της εποχικότητας ανά περιφέρεια.



**Γράφημα 18** Ανισοκατανομή με βάση το συντελεστή Gini στις διανυκτερεύσεις ανά περιφέρεια - Ποσοστιαία Απόκλιση

**Πηγή :**Ελστατ

## 6 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

Οι τιμές της θερμοκρασίας της χώρας μας και πιο συγκεκριμένα η μέση μηνιαία θερμοκρασία σχετίζεται άμεσα με την τουριστική ζήτηση, όπως θα δούμε σε αυτό το κεφάλαιο σε τέτοιο βαθμό ώστε κρίθηκε σκόπιμο να αποτελέσει αντικείμενο ολόκληρου κεφαλαίου στην παρούσα εργασία.

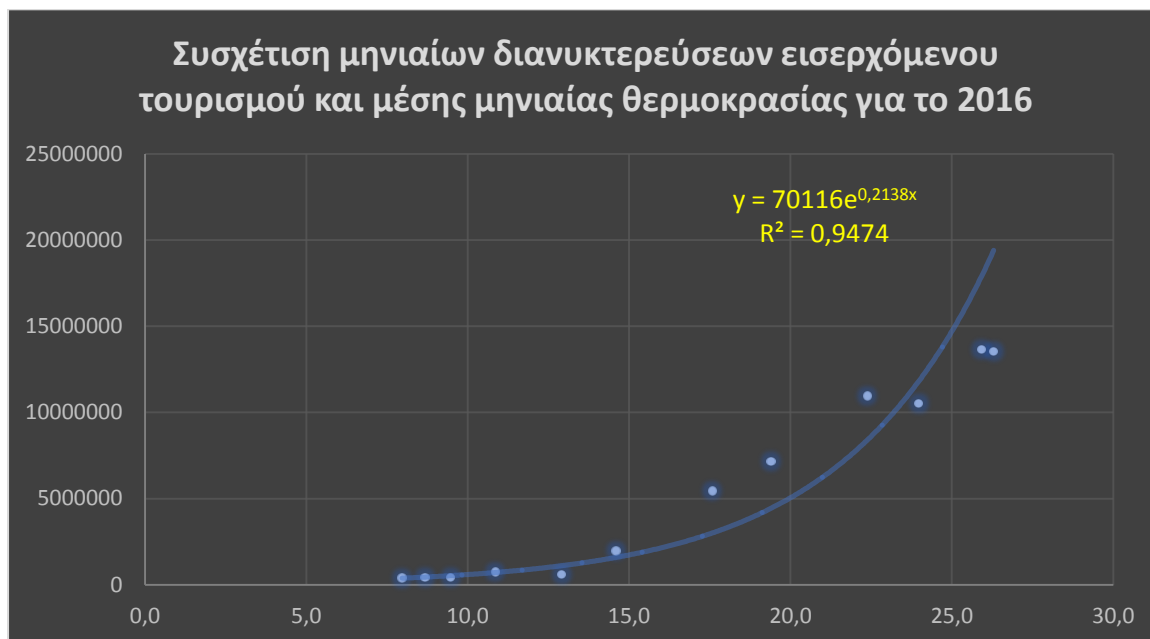
Ερευνάται η ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ διανυκτερεύσεων του τουρισμού που εισέρχεται στη χώρα ανά μήνα και της μέσης μηνιαίας θερμοκρασίας. Αυτό έχει ως στόχο τη σύνδεση του ζητήματος της εποχικότητας και του δεδομένου κλίματος της χώρας τόσο για το σύνολό της όσο και για κάθε περιφέρεια. Σύμφωνα με τα δεδομένα του 2016, υφίσταται η σχέση ανάμεσα στις διανυκτερεύσεις των εισερχόμενων τουριστών μηνιαίως και των μέσων θερμοκρασιών ανά μήνα και μάλιστα είναι εκθετικής μορφής.

$$y = 70116e^{0.2138t}$$

Όπου  $y$  οι διανυκτερεύσεις ανά μήνα και  $t$  η μέση μηνιαία θερμοκρασία.

Η προηγούμενη σχέση μετασχηματίζεται σε γραμμική μορφή ώστε να εφαρμόζεται η μέθοδος των ελαχίστων τετραγώνων με στόχο τον προσδιορισμό των συντελεστών  $y$  και  $t$  και την εύρεση του συντελεστή προσδιορισμού  $R^2$ . Ο τελευταίος εκφράζει τη μεταβλητότητα (ποσοστό) της εξαρτημένης μεταβλητής που μπορεί να ερμηνευθεί από την ανεξάρτητη και τις μεταβολές της.

Η εν λόγω σχέση έχει εφαρμοστεί σε επίπεδο χώρας, αλλά και περιφερειών. Εφαρμόζοντάς την προκύπτει πως η συσχέτιση που έχει επιλεχθεί υπολογίζει για το σύνολο της χώρας συντελεστή προσδιορισμού ίσο με 94,74% και για τις επικράτειες από 64,84 έως και 95,42%. Στο ακόλουθο γράφημα (Γράφημα 19) φαίνεται η συσχέτιση των μέσων θερμοκρασιών ανά μήνα και των διανυκτερεύσεων στο σύνολο της χώρας.



**Γράφημα 19** Συσχέτιση μηνιαίων διανυκτερεύσεων εισερχόμενου τουρισμού και μέσης μηνιαίας θερμοκρασίας για το 2016

Πηγή: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών Και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) (2019)

Στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 4) φαίνονται τα αποτελέσματα για όλες τις περιφέρειες της Ελλάδας και η κατάταξή τους με βάση το συντελεστή προσδιορισμού. Στον πίνακα 4 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα για όλες τις περιφέρειες της χώρας καθώς και η κατάταξη των περιφερειών βάσει του συντελεστή προσδιορισμού  $R^2$ .

**Πίνακας 4 Συντελεστής προσδιορισμού και κατάταξη περιφερειών για το 2016**

Περιφέρεια	R <sup>2</sup> (%)	Κατάταξη
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	0.87	12
Κεντρική Μακεδονία	0.91	8
Δυτική Μακεδονία	0.65	13
Ήπειρος	0.91	7
Θεσσαλία	0.88	11
Στερεά Ελλάδα	0.88	9
Νησιά Ιονίου	0.93	5
Δυτική Ελλάδα	0.95	2
Πελοπόννησος	0.92	6
Αττική	0.95	3
Βόρειο Αιγαίο	0.88	10
Νότιο Αιγαίο	0.94	4
Κρήτη	0.95	1

Από τα παραπάνω φαίνεται η υψηλή συσχέτιση των μέσων θερμοκρασιών ανά μήνα και των μέσων διανυκτερεύσεων εισερχόμενων τουριστών ανά μήνα. Αυτή η σχέση δείχνει να ισχύει σε όλες τις επιλεγμένες περιφέρειες της επικράτειας καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι όντως σχετίζονται σημαντικά οι καιρικές συνθήκες με την τουριστική κίνηση στη χώρα μας. Μάλιστα, πρόκειται για σχέση που αυξάνει με εκθετική μορφή, κάτι που δείχνει ότι όσο αυξάνεται η θερμοκρασία τόσο περισσότερες διανυκτερεύσεις εισερχόμενου τουρισμού υφίστανται. Ιδιαίτερη μνεία αξίζει να γίνει στο γεγονός πως τη μικρότερη συσχέτιση μεταξύ των δύο αυτών στοιχείων εμφανίζει η περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, επιβεβαιώνοντας το σχολιασμό που έγινε σε προηγούμενες ενότητες, οι οποίες απέδειξαν ότι η εποχικότητα είναι ιδιαίτερα χαμηλή σε αυτήν την περιφέρεια.

## 7 ΑΙΤΙΑ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

### 7.1 Λόγοι Ύπαρξης της Εποχικότητας

Οι λόγοι στους οποίους οφείλεται η εμφάνιση της εποχικότητας στον τουριστικό τομέα είναι πολλοί. Σε ό,τι αφορά στην Ελλάδα κυρίως διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

- α) φυσικές αιτίες, οι οποίες σχετίζονται πρωτίστως με το κλίμα, το μεγάλο πλήθος νησιών και ακτών.
- β) θεσμικές αιτίες, οι οποίες σχετίζονται με εθιμικούς και νομοθετικούς θεσμούς σαν πολύ συγκεκριμένη περίοδο των σχολικών διακοπών, τις εορτές θρησκευτικού περιεχομένου, τα έθιμα κ.ά.

Οι φυσικές αιτίες και πιο συγκεκριμένα οι κλιματολογικές συνθήκες μίας χώρας και η συσχέτισή τους με την εισερχόμενη κίνηση τουριστών έχουν μελετηθεί στην προηγούμενη ενότητα. Αποδείχθηκε ότι – σε συμφωνία με τη διεθνή βιβλιογραφία – σε χώρες όπως είναι η Ελλάδα έχει αναπτυχθεί ένα τουριστικό μοντέλο αποκαλούμενο «ήλιος και θάλασσα», το οποίο καθιστά τις κλιματολογικές συνθήκες ως κυρίαρχο στοιχείο μεταβολής της τουριστικής κίνησης (Αποστολόπουλος, 1996).

Το μεσογειακό ελληνικό κλίμα έχει σημαντική ποικιλομορφία καθώς προσδιορίζεται από τη γεωγραφική θέση της Ελλάδας, το έντονο ανάγλυφό της και την κατανομή ηπειρωτικού και νησιωτικού κορμού. Από την πλευρά του κλίματος, το έτος χωρίζεται σε δύο «εποχές»:

- Η ψυχρή και βροχερή περίοδος διάρκειας από τα μέσα Οκτωβρίου μέχρι και τα τέλη του Μαρτίου
- Η θερμή και άνομβρη εποχή διάρκειας από τον Απρίλιο μέχρι και τον Οκτώβριο. Σε αυτήν, ο καιρός είναι σχετικά σταθερός, ο ουρανός χωρίς σύννεφα και με μεγάλη ηλιοφάνεια με τη μεγαλύτερη θερμοκρασία να είναι από 29 έως 35 βαθμούς.

Σε συνδυασμό με το μεγάλο πλήθος νησιών και παραλιών αναμενόμενο ήταν να επικρατήσει μετά τη δεκαετία του '50 το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα», κατά το οποίο κυριαρχούν οι έννοιες της ξεκούρασης και της ευεξίας σε καλοκαιρινό τοπίο. Αντίστοιχα προσαρμόστηκαν



σε αυτό το μοντέλο και οι τουριστικές υποδομές, δηλαδή τα καταλύματα, τα κέντρα εστίασης και ψυχαγωγίας, τα μέσα μετακίνησης και εν γένει η τουριστική δραστηριότητα. Έτσι προέκυψε ένας φαύλος κύκλος. Η έλλειψη, π.χ. συγκοινωνιακής κάλυψης ή κέντρων εστίασης κατά τους χειμερινούς μήνες αποτρέπει τουρίστες από το να επισκεφθούν τα νησιά.

Υπάρχει αναγκαστική προσαρμογή των όποιων εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη χώρα στις συνθήκες της τουριστικής ζήτησης. Έτσι, συχνά οι τουριστικές υποδομές δε λειτουργούν τους μη καλοκαιρινούς μήνες, με αποτέλεσμα ακόμα και αν υφίσταται μία μικρή τουριστική ζήτηση τότε να μη δύναται να ικανοποιηθεί.

Παράλληλα, η εμφάνιση της εποχικότητας μπορεί να εξαρτάται και από άλλους παράγοντες, όπως είναι για παράδειγμα η μόδα και οι σταθερές συνήθειες των μελών της κοινωνίας. Χαρακτηριστικά, εάν κάποιο νησί δεν είναι «στη μόδα» τότε δεν προσελκύει μεγάλο κοινό.

Από την άλλη πλευρά, λόγοι που μπορούν να ενεργούν διαφορετικά πάνω στην αύξηση της εποχικότητας στον τουρισμό είναι οι θεσμικοί. Ενδεικτικά, το γεγονός ότι οι μαθητές έχουν ένα μεγάλο διάστημα καλοκαιρινών διακοπών μεταβάλλει προς τα πάνω σημαντικά την εποχικότητα για τον εσωτερικό τουρισμό στη χώρα. Αυτό συμβαίνει τόσο γιατί γίνει προσαρμογή στο πρόγραμμα των αδειών των γονέων όσο και λόγω της κουλτούρας που θέλει τις διακοπές να συνδέονται άρρηκτα με τους καλοκαιρινούς μήνες. Επιπλέον, παρατηρείται η περίπτωση διάφοροι πολίτες οι οποίοι λειτουργούσαν με αυτό το μοντέλο να τείνουν να το ακολουθούν ακόμα και όταν έχουν εκλείψει οι λόγοι που το διαμόρφωσαν, όπως κάνουν οι συνταξιούχοι για παράδειγμα.

Επίσης οι εταιρείες φαίνεται να επιλέγουν να υπολειτουργούν με προσωπικό ασφαλείας κυρίως ένα μόνο μήνα, τον Αύγουστο, από το να εκτείνονται εκ περιτροπής (rotation) οι άδειες διακοπών σε ένα τρίμηνο.

Οι θεσμικές αιτίες φαίνεται ότι συνδέονται και με τις χώρες από τις οποίες έρχονται οι τουρίστες εκτός των συνόρων της χώρας, αφού στην περίπτωση που σε μία χώρα ο εισερχόμενος τουρισμός έχει προέλευση από χώρες που οι πολίτες τους επιλέγουν να ταξιδεύουν τους θερινούς μήνες τότε προκύπτει η εποχικότητα αναπόφευκτα στη χώρα που τους υποδέχεται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της Ελλάδας όπου άνω

του 90% των ταξιδιωτών έρχονται από χώρες της Ευρώπης με αυτήν την προτίμηση. Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι Ιταλοί που έχουν τις διακοπές τους τον Αύγουστο, μήνα που ερημώνουν οι μεγάλες πόλεις της Ιταλίας.

## 7.2 Θεωρητικοί Τρόποι Αντιμετώπισης της Εποχικότητας

Αν σκεφτεί κανείς ότι η ζήτηση επικεντρώνεται στους θερινούς μήνες και χρειάζεται η άμβλυνση του φαινομένου της έντονης εποχικότητας, τότε ένας στρατηγικός σχεδιασμός σε πολλά επίπεδα κρίνεται απαραίτητος.

Καταρχάς, κρίνεται αποτελεσματική η παροχή εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα απευθύνονται σε στοχευμένες αγορές. Τέτοιες μορφές τουρισμού αποτελούν ο πολιτιστικός και συνεδριακός τουρισμός, ο θρησκευτικός, ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός και θαλάσσιος τουρισμός, ο γαστρονομικός/ οινοτουρισμός και ο ιατρικός τουρισμός. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγρό – και οίκο – τουρισμός έχουν φέρει τα καλύτερα αποτελέσματα για την αντιμετώπιση της εποχικότητας με το θαλάσσιο τουρισμό να ακολουθεί.

Για τη χώρα μας, σημαντική θέση στην αντιμετώπιση της εποχικότητας μπορεί να αποκτήσει ο εύλογα ο πολιτιστικός τουρισμός. Λόγω της μακραίωνης ιστορίας της και των πολλών αξιοθέατων διάσπαρτων σε πολλές περιοχές της, η χώρα μας, λίκνο της Ιστορίας, Φιλοσοφίας, Επιστημών και Θεάτρου, μπορεί να προσελκύσει κοινά με ανάλογα ενδιαφέροντα.

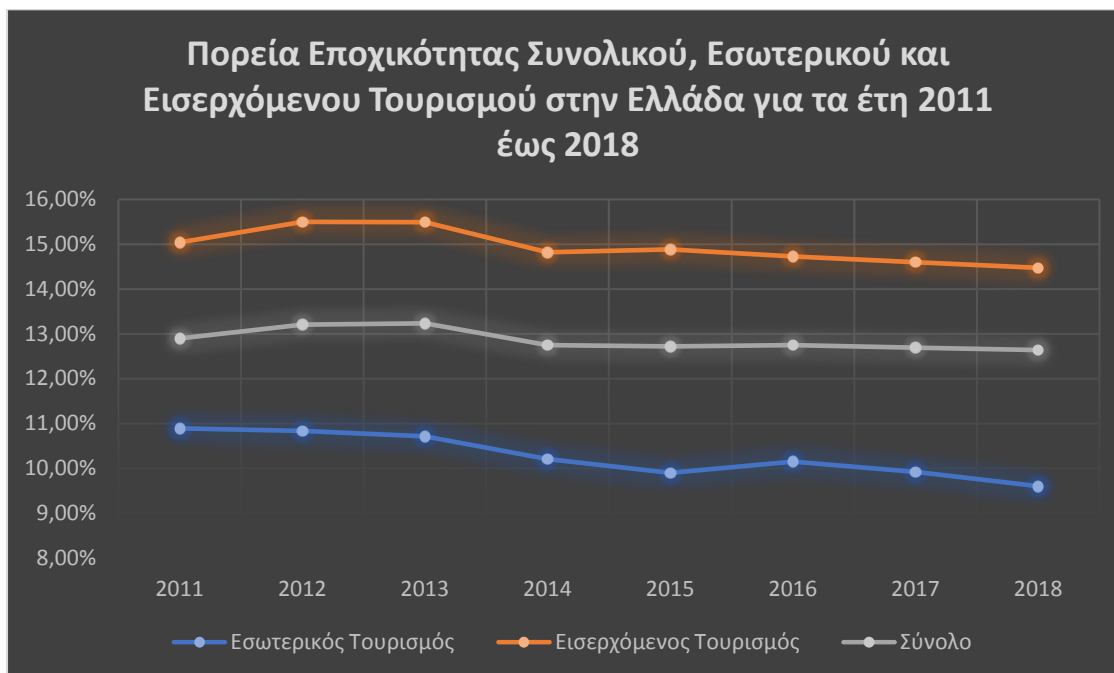
Ανερχόμενος επίσης είναι και ο γαστρονομικός/οινικός τουρισμός λόγω της φήμης, ολοένα και αυξανόμενης, των ευεργετικών επιδράσεων της μεσογειακής διατροφής στην υγεία και μακροβιότητα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία, για να αναπτυχθεί καλύτερα οικονομικά ο τουρισμός θα πρέπει να στοχευθούν ομάδες τουριστών που ανήκουν σε κλίμακες υψηλού εισοδήματος.

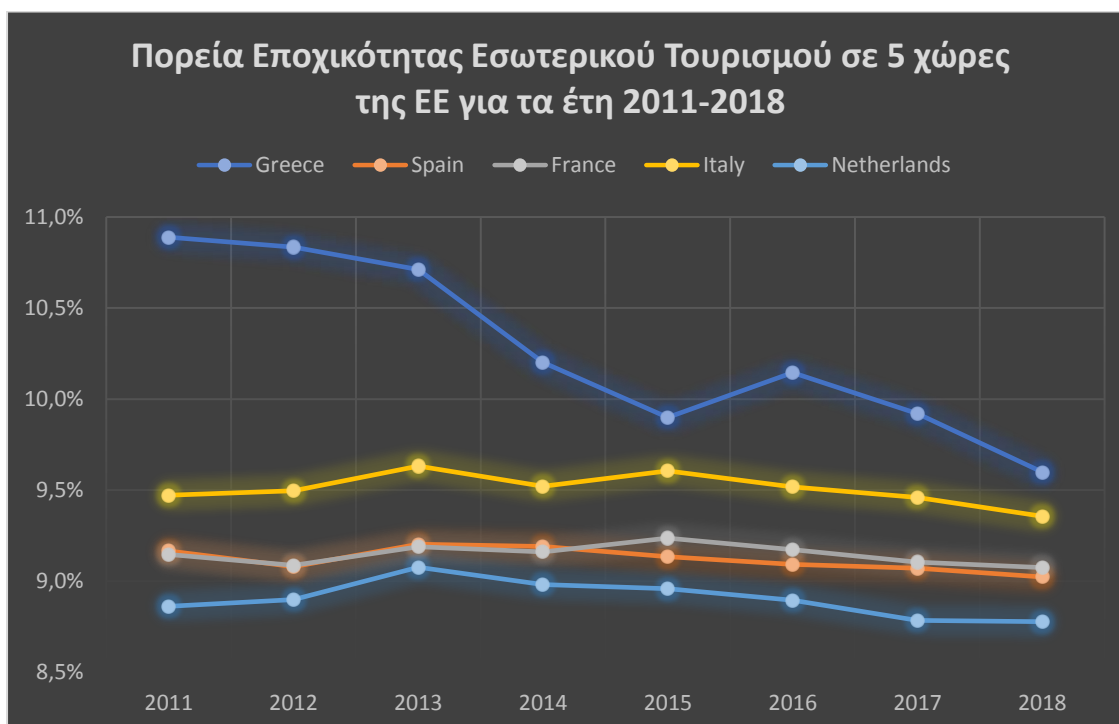
Προκειμένου να πετύχει αυτή η στρατηγική, είναι εμφανές ότι χρειάζεται να προσαρμοστούν ανάλογα οι τουριστικές και πολιτιστικές υποδομές. Το πρόβλημα όμως είναι ο λόγος που ένας επιχειρηματίας θα αποφασίσει να επενδύσει κεφάλαιο σε περιόδους χαμηλής ζήτησης ενώ υπάρχει το επιτυχημένο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα». Αναρωτιέται κανείς εάν υπάρχει λόγος να ρισκάρει τη μεγέθυνση των λειτουργικών εξόδων έναντι των εσόδων. Σε αυτό το σημείο, λοιπόν, υπεισέρχεται το ζήτημα της κρατικής ενίσχυσης προσπαθειών σαν και αυτές τόσο των επιχειρηματιών όσο και βελτίωσης των υποδομών, δηλαδή μεταφορών, συγκοινωνιών κλπ. Είναι εύκολα αντιληπτό ότι απαιτείται ένας στρατηγικός σχεδιασμός αντιμετώπισης της τουριστικής εποχικότητας στην χώρα και είναι ζωτικής σημασίας να υλοποιηθεί δεδομένου ότι πρόκειται για τη ναυαρχίδα της ελληνικής οικονομίας.

Επίσης, από πλευράς Πολιτείας θα μπορούσε να τεθεί σε διαβούλευση η ελάττωση των διακοπών των σχολικών μονάδων την καλοκαιρινή περίοδο με τον καθορισμό ενδιάμεσων διακοπών. Αυτή η στρατηγική έχει απαραίτητη προϋπόθεση ένα μακροχρόνια προγραμματισμό με απώτερο σκοπό τη δημιουργία και καλλιέργεια μίας αρκετά διαφορετικής κουλτούρας τουρισμού από την υπάρχουσα.

Ωστόσο δεν πρέπει να υποτιμηθεί το γεγονός πως το βασικό ζήτημα της εποχικότητας στη χώρα μας βάσει της μελέτης μας αφορά τόσο τον εσωτερικό όσο και τον εισερχόμενο τουρισμό. Μάλιστα, η δεύτερη πτυχή είναι η μεγαλύτερης βαρύτητας στο πρόβλημα, κάτι που επιβεβαιώνεται από τα ακόλουθα γραφήματα. Στο πρώτο γράφημα (Γράφημα 20), παρουσιάζεται η πορεία της εποχικότητας συνολικού, εσωτερικού και εισερχόμενου τουρισμού σε βάθος χρόνου για την Ελλάδα με τη χρήση του δείκτη Herfindahl-Hirschman. Φαίνεται ότι η έντονη εποχικότητα στο συνολικό τουρισμό σχετίζεται με αυτήν του εισερχόμενου κυρίως. Το επόμενο γράφημα (Γράφημα 21) δείχνει ότι η εποχικότητα στη χώρα μας διατηρούσε τις καλύτερες επιδόσεις έως το 2012, ενώ η επιδείνωση μετά το 2013 υποδεικνύει την επίδραση της οικονομικής κρίσης που οδήγησε στην ελάττωση του ελληνικού διαθέσιμου εισοδήματος.



**Γράφημα 20 Πορεία Εποχικότητας Συνολικού, Εσωτερικού και Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα για τα έτη 2011 έως 2018**



**Γράφημα 21 Πορεία Εποχικότητας Εσωτερικού Τουρισμού σε 5 χώρες της ΕΕ για τα έτη 2011-2018**

Οι θεσμικές αιτίες που οδηγούν στην πρόκληση εποχικότητας στον τουριστικό τομέα (άδειες εργαζόμενων, διακοπές μαθητών) αφορούν τόσο τη χώρα υποδοχής όσο και αυτήν της προέλευσης. Στην περίπτωση που στη χώρα προέλευσης υπάρχει θεσμικό καθεστώς το οποίο οδηγεί σε συγκέντρωση της ζήτησης σε συγκεκριμένες περιόδους του έτους, η εποχικότητα θα κινηθεί αναπόφευκτα ανοδικά. Ειδικά για την Ελλάδα, αυτό επιβεβαιώνεται, αφού για το 2013 το 90% των εισερχόμενων τουριστών προήλθε από την Ευρώπη όπου το θεσμικό πλαίσιο είναι όμοιο με της χώρας μας. Εδώ, λοιπόν, προτείνονται για την αντιμετώπιση της ανοδικής πορείας της εποχικότητας τα εξής:

1. **Η στόχευση σε ομάδες μεγαλύτερης ηλικίας (τρίτης ή τέταρτης ηλικίας).** Αυτές οι ομάδες αποτελούν μία αγορά που αναπτύσσεται δυναμικά για την προώθηση του τουρισμού σε περιόδους που δεν είναι αιχμής εξαιτίας του υψηλότερου προσδόκιμου ζωής που προήλθε από την καλύτερη ποιότητα ζωής.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το ΙΤΕΠ διαμορφώνονται τα ακόλουθα στοιχεία της συμπεριφοράς τόσο σε ταξιδιωτικό όσο και καταναλωτικό επίπεδο για την τρίτη ηλικία: «... δεδομένου πως τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας είναι κάτοχοι μεγαλύτερων ετήσιων εισοδημάτων σε σύγκριση με τα νεότερα άτομα των περισσότερων χωρών, υπολογίζεται από τις διεθνείς στατιστικές πως τα άτομα της πρώτης κατηγορίας δαπανούν περισσότερο χρόνο σε ετήσια βάση τουλάχιστον 40% σε ταξίδια αναψυχής και επιλογές ψυχαγωγίας (Sniadek 2006), αποτελώντας το 79% των καταναλωτών της κρουαζιέρας και το 80% των οργανωμένων ταξιδιών πολυτελούς διαβίωσης (luxurious trips). Επίσης, αποδεικνύεται πως η κατά κεφαλήν κατανάλωση των ατόμων αυτών για ένα ταξίδι διακοπών είναι 74% υψηλότερη σε σύγκριση με αυτήν των νεότερων». Επισημαίνεται, ταυτόχρονα, ότι άτομα γεννημένα μετά τον πόλεμο που αποτελούν την περίφημη γενιά των baby boomers, έχουν μπει σε φάση συνταξιοδότησης όντας πλέον στην τρίτη ηλικία. Η εν λόγω γενιά αποτελεί μία ταχύτατα αναπτυσσόμενη ομάδα του πληθυσμού δημογραφικά, η οποία μπορεί να αποτελέσει το βασικό ακροατήριο – στόχο για την τουριστική αγορά για τα επόμενα είκοσι έτη. Κύριο χαρακτηριστικό της αποτελεί ότι είναι ιδιαίτερα δεκτική σε εξορμήσεις σε χώρους με αρχαιολογικό, ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον με τη μορφή εκδρομών.

2. **Η στροφή και προσέλκυση αυξημένων μεριδίων της ζήτησης του τουριστικού τομέα από χώρες με διαφορετικό πλαίσιο θεσμών, αλλά και χαμηλή εποχικότητα.**

3. **Ο εμπλουτισμός στη σύνθεση του τουρισμού** με διαμόρφωση ελκυστικών προϊόντων, οι οποίες θα λαμβάνουν υπόψη διαφορετικές τιμές πώλησης και πακέτα προσφορών, κυρίως για τα πρώτα έτη λειτουργίας.

### 7.3 Πρακτικοί Τρόποι Αντιμετώπισης της Εποχικότητας

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, αναδεικνύεται το ζήτημα της εποχικότητας το οποίο δεν απαντά μόνο στη χώρα μας αλλά απασχολεί όλους σχεδόν τους προορισμούς που αποτελούν πόλο έλξης τουριστών παγκοσμίως. Τα καλύτερα αποτελέσματα ως προς αυτό το ζήτημα έχει πετύχει η Ισπανία σε αντίθεση με την Ελλάδα που κατέχει την τελευταία θέση. Κάτι, βέβαια, που προβλέπεται ότι θα μεταβληθεί – τουλάχιστον για φέτος – με την πανδημία του κορονοϊού και τη θετική αντιμετώπισή του από την ελληνική πολιτεία. Η πιο συχνή στρατηγική η οποία ακολουθείται είναι να δίνεται έμφαση σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού σαν τον οικοτουρισμό, τον πολιτιστικό και θαλάσσιο τουρισμό. Πιο αποτελεσματικός δείχνει να είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οποίος δεν έχει μπορέσει να κάνει αντιστροφή της αρνητικής πορείας της εποχικότητας στην επικράτεια. Αντίθετα, η Ισπανία που όπως αναφέρθηκε μέχρι τώρα είχε πετύχει σημαντική βελτίωση δίνει έμφαση στον επιδοτούμενο τουρισμό σε περιόδους όπου δεν υπάρχει σημαντική ζήτηση προκειμένου να αντιμετωπίσει την εποχικότητα και να βελτιώσει οικονομικά τα αποτελέσματα. Η μέθοδός της είναι αρκετά χρόνια σε εφαρμογή (τουλάχιστον 25) με πιο πρόσφατο πρόγραμμα το CALYPSO που στηρίζεται στην πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και συγκεκριμένα του τμήματος τουρισμού ως πρόγραμμα που προάγει τη συνεργασία της Ισπανίας με την Πολωνία και την Πορτογαλία. Ένα δεύτερο πρόσφατο πρόγραμμά της είναι το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Τουριστικό Πρόγραμμα καλούμενο «Europe Senior Tourism», το οποίο λειτουργεί εδώ και 11 χρόνια ως εργαλείο σχεδιασμένο με ειδικό τρόπο για την αντιμετώπιση του προβλήματος που μελετούμε προωθώντας παράλληλα την απασχόληση στο σχετιζόμενο τομέα. Αυτό στηρίζεται σε ένα σύνολο ομαδικών ταξιδιών με επιδότηση που είναι προγραμματισμένα για περιόδους εκτός αιχμής και για πολίτες της Ευρώπης από 55 ετών και άνω. Μάλιστα, αυτό είναι χρηματοδοτούμενο από τις κυβερνήσεις των αυτόνομων περιοχών τοπικά ή από την κεντρική κυβέρνηση. Αρκεί να σκεφτεί κανείς ότι για τα έτη 2011 και 2012 ο προϋπολογισμός ανήλθε σε 4,5 εκατομμύρια ευρώ περιλαμβάνοντας μία εφάπαξ επιδότηση 90 -130 ευρώ βάσει της χώρας από την οποία προέρχονται οι ταξιδιώτες. Το κόστος ανήλθε στα 2,1 εκατομμύρια ευρώ για την επιδότηση 21 χιλιάδων

πολιτών. Σύμφωνα με τη μελέτη αποδοτικότητας που έγινε με το πέρας του εν λόγω προγράμματος, προέκυψαν τα εξής:

- I. Οι προορισμοί απέκτησαν έσοδα ύψους 12,4 εκατομμυρίων ευρώ.
- II. Δημιουργήθηκαν άμεσα στους προορισμούς 269 νέες θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα.
- III. Έγινε κατανομή των εσόδων στους προορισμούς με το 46% να αφορά στους κλάδους υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης.
- IV. Τα συνολικά έσοδα για τις χώρες προέλευσης ανήλθαν σε 3,4 εκατομμύρια ευρώ.
- V. Δημιουργήθηκαν άμεσα στις χώρες προέλευσης των ταξιδιωτών 71 νέες άμεσες θέσεις εργασίας.
- VI. Τα συνολικά έσοδα για την Ευρωπαϊκή Ένωση έφθασαν στα 16 εκατομμύρια Ευρώ, προκαλώντας τη δημιουργία άμεσα 340 νέων θέσεων απασχόλησης.
- VII. Η συνεισφορά της κυβέρνησης μέσω της επιδότησης ανήλθε στο 19% του συνολικού κόστους του προγράμματος.
- VIII. Έγινε υπερκάλυψη της κυβερνητικής επένδυσης από τα έσοδα τα οποία πραγματοποιήθηκαν μέσω εισπραξής φόρων για το πρόγραμμα αυτό. Πιο συγκεκριμένα, για κάθε δαπανημένο ευρώ από την κυβέρνηση της Ισπανίας, η τελευταία έλαβε 1,58 ευρώ πίσω μέσα από φόρους.
- IX. Οι εισπράξεις των υπόλοιπων κυβερνήσεων βάσει εκτιμήσεων μέσα από φόρους ανήλθαν σε ένα εκατομμύριο ευρώ.

Φαίνεται, λοιπόν, ότι το σχέδιο της Ισπανίας αποδεικνύεται κερδοφόρο και για τις υπόλοιπες χώρες που αποτελούν χώρες προορισμού. Εξάλλου, αυτός είναι ο λόγος που επιλέχθηκε η παρουσίαση του συγκεκριμένου παραδείγματος χώρας σε σχέση με τις υπόλοιπες, καθώς εμφάνισε ποσοτικά στοιχεία για την αξιολόγηση του πλάνου το οποίο αξιοποιείται για τη μείωση της εποχικότητας μέσα από επέκταση της τουριστικής περιόδου.

Μία επόμενη αποδεδειγμένη τακτική αντιμετώπισης της εποχικότητας του εσωτερικού τουρισμού προσφέρει η Κίνα. Μπορεί να πει κανείς ότι αποτελεί μία χώρα που έχει πλήρως διαφορετικές δομές – τουριστικά και οικονομικά – σε σχέση με την Ευρώπη. Το πλάνο της ονομάστηκε «Χρυσές Εβδομάδες», αφού θέσπισε επίσημες διακοπές για τους πολίτες διάρκειας επτά ημερών τρεις φορές μέσα στο έτος και πιο συγκεκριμένα κατά τους μήνες του Φεβρουαρίου, Μαΐου και Οκτωβρίου. Αυτό το πρόγραμμα εκτόξευσε τον εσωτερικό τουρισμό στη χώρα δίνοντας μία θετική αποτίμηση έπειτα από πολλά συναπτά έτη εφαρμογής. Μάλιστα, οι επτά ημέρες αποτέλεσαν ένα αρκετά καλό διάστημα που επέτρεψε

στους Κινέζους πολίτες να ταξιδέψουν και εκτός συνόρων μειώνοντας την εποχικότητα ακόμα και για τις χώρες προορισμού όπου ταξίδευαν αυτοί ως εισερχόμενος τουρισμός (ασιατικές χώρες). Ωστόσο, μένει να δούμε αν θα συνεχίσει να είναι αποτελεσματικό αυτό το μοντέλο έπειτα από την τραγική ειρωνεία που έφερε ο κορονοϊός, ο οποίος έχει οδηγήσει στο να πληγεί σημαντικά η χώρα ως προορισμός όπως ακριβώς με την Ιταλία και την Ισπανία και δεν αποτελούν φέτος χώρες εισροής τουριστών στην Ελλάδα.



## 8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

### 8.1 Συμπεράσματα

Το ζήτημα της εποχικότητας αποτελεί ένα από τα πιο εμφανή και διαχρονικά χαρακτηριστικά προβλήματα του τουριστικού τομέα. Η παρούσα εργασία διερεύνησε την εξέλιξη του ζητήματος αυτού σε βάθος χρόνου στην Ελλάδα, συγκρίνοντας τα αποτελέσματα με χώρες όπως η Ιταλία και η Ισπανία. Μάλιστα, λήφθηκε υπόψη ως παράγοντας διάκρισης η περιφέρεια, το κλίμα, αλλά και τα μέτρα που έχουν ληφθεί προκειμένου να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο από χώρες όπως η Ισπανία και η Κίνα.

Βάσει της παρούσας έρευνας διεξήχθησαν ορισμένα συμπεράσματα. Αρχικά, η Ελλάδα έχει σημαντική εποχικότητα στον τουρισμό και κυρίως στον εισερχόμενο. Ο εσωτερικός τουρισμός φέρει αρκετά μικρότερη εποχικότητα σε σχέση τόσο με τον τελευταίο όσο και με το συνολικό. Επίσης, παρατηρούνται σημαντικά αυξημένα επίπεδα εποχικότητας στη χώρα μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες που επιλέχθηκαν, δηλαδή την Ισπανία, την Ιταλία, τη Γαλλία και την Ολλανδία. Όσον αφορά στον εισερχόμενο τουρισμό βάσει της χώρας προέλευσης, υπάρχει θετική σχέση εποχικότητας και μεριδίου στις αφίξεις. Δηλαδή, χώρες με υψηλό μερίδιο αφίξεων όπως η Γερμανία, η Ιταλία, η Ρωσία και το Ηνωμένο Βασίλειο έχουν υψηλή εποχικότητα. Αντίθετα, χώρες με χαμηλό μερίδιο στις αφίξεις στη χώρα μας όπως είναι η Κίνα, η Ιαπωνία και η Τουρκία έχουν χαμηλή εποχικότητα. Η ανάλυση βάσει περιφέρειας έδειξε ότι αν και υπάρχει έντονη εποχικότητα σε όλες τις περιφέρειες της χώρας υπάρχουν αισθητές διαφορές ανάμεσά τους. Εδώ, χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης ανισοκατανομής Gini. Σύμφωνα με αυτόν, έντονη εποχικότητα παρατηρείται στο Νότιο Αιγαίο, την Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά, ενώ χαμηλή στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, τη Στερεά Ελλάδα και την Αττική. Σχετικά με το κλίμα που αλλάζει μέσα στο έτος, υπάρχει αυξημένη συσχέτιση της θερμοκρασίας και της τουριστικής ζήτησης επιβεβαιώνοντας το βασικό προϊόν της Ελλάδας «ήλιος και θάλασσα». Χωρίς αυτό να ισχύει στις περιφέρειες Στερεάς Ελλάδος και Αττικής και Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

Βασικότερη αιτία για την εποχικότητα στη χώρα μας αποτελεί η παγίωση του μοντέλου ανάπτυξης του τουρισμού με βάση τις καιρικές και γεωγραφικές συνθήκες. Αυτές ευνοούν κυρίως του θερινούς μήνες θέτοντας ένα εμπόδιο στην ανάπτυξη του τουρισμού σε περιόδους εκτός αιχμής.

Εδώ, πρέπει να υπογραμμιστεί ότι σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία, δεν αρκεί μόνο η εστίαση στις εναλλακτικές μορφές του τουρισμού σε περιόδους αυξημένης ζήτησης. Πρέπει να δοθεί παράλληλη έμφαση σε μέτρα στήριξης αυτής της προσπάθειας από την πολιτεία, ώστε να υπάρξει μείωση του φαινομένου. Η Ισπανία αποτελεί ένα τρανό παράδειγμα επιτυχίας αυτού του συνδυασμού, αφού με προγράμματα επιδότησης των περιόδων εκτός αιχμής για τα τελευταία 25 έτη κατάφερε να αντιμετωπίσει σημαντικά την εποχικότητα. Η ίδια πρακτική έδειξε ότι τα έξοδα του κράτους υπερκαλύπτονται από τα έσοδα που επιφέρει το πρόγραμμα με αποτέλεσμα να θεωρείται ιδιαίτερα κερδοφόρα η υιοθέτηση τέτοιων προγραμμάτων. Αυτό ειδικά αν συνδυαστεί με ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών του τουρισμού και την απαραίτητη έμφαση στον τουρισμό των ατόμων της τρίτης ηλικίας. Μάλιστα, μπορεί να επιτευχθεί διείσδυση σε αγορές όπως η Ιαπωνία και η Κίνα με εστίαση σε ενίσχυση των χαμηλών περιόδων. Έτσι, δημιουργείται μία επιτυχημένη στρατηγική μέσα από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό για την αντιμετώπιση της εποχικότητας.

Είναι προφανές ότι οι προνοητικοί και συνετοί επιχειρηματίες επιλέγουν να επενδύσουν τα κεφάλαιά τους σε επενδύσεις που θα αποδώσουν το μεγαλύτερο κέρδος σε όσο το δυνατό συντομότερο διάστημα, αλλά με χαμηλό ρίσκο. Ωστόσο, αποδείχθηκε στην παρούσα εργασία ότι υπάρχει μία παγιωμένη κατάσταση στη χώρα μας που δίνει έμφαση στο προϊόν «ήλιος και θάλασσα» και μόνο. Οπότε, πρέπει να αλλάξει η οπτική ώστε ο επιχειρηματίας να αναμένει μεγαλύτερα κέρδη με την επένδυση σε νέες μορφές τουρισμού προκειμένου να επενδύσει εκεί τα κεφάλαιά του.

Κίνητρα προς αυτή την κατεύθυνση, κυρίως στα αρχικά στάδια διαμόρφωσης του καινούριου μοντέλου τουρισμού μπορούν να δοθούν μόνο μέσω της κρατικής στήριξης μέσα από επιδοτήσεις, φορολογικά κίνητρα και άλλα παρόμοια μέτρα. Αυτό σημαίνει ότι οι επιδοτήσεις που θα δοθούν πρέπει να είναι στοχευμένες στις εναλλακτικές μορφές του τουρισμού σε περιόδους χαμηλής ζήτησης ή να λειτουργούν σε περιόδους τέτοιες με τον ήδη υπάρχοντα εξοπλισμό. Από την πλευρά της ζήτησης, πρέπει να δοθούν κίνητρα στους ταξιδιώτες να ταξιδεύουν σε περιόδους τέτοιες οδηγώντας σε συνδυασμό θετικών αποτελεσμάτων. Γενικά, πολιτικές αυτής της μορφής αποδεικνύονται αποτελεσματικές τόσο οικονομικά όσο και από άποψη αντιμετώπισης της εποχικότητας όπως απέδειξε και η Ισπανία με το παράδειγμά της.

Σύμφωνα με την ανάλυση της παρούσας εργασίας, οι εισερχόμενοι τουρίστες μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρεις κατηγορίες προκειμένου να αντιμετωπιστεί η εποχικότητα, οι οποίες είναι:

1. Ταξιδιώτες τρίτης ηλικίας προερχόμενοι τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά της ΕΕ.
2. Ταξιδιώτες από χώρες εκτός της ΕΕ (π.χ. Κίνα, Καναδάς, Ιαπωνία, Η.Π.Α.), όπου εντοπίζονται θεσμικοί και κλιματολογικοί παράγοντες οι οποίοι δημιουργούν μία ζήτηση εκτός περιόδων αιχμής για τη χώρα μας.
3. Ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται για εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Τουριστική Αγορά Επιμελητηρίου Ηλείας, 2019).

## 8.2 Ειδικές Τοπικές Συμφωνίες Εποχικότητας

Λαμβάνοντας υπόψη τα εξής:

- ότι η συντριπτική πλειοψηφία του εισερχόμενου τουρισμού είναι προερχόμενη από ευρωπαϊκές χώρες
- ότι βάσει έγκυρων μελετών αποδεικνύεται πως ο τουρισμός σε περιόδους χαμηλής ζήτησης είναι πιο ελκυστικός σε τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας και αυξημένου εισοδήματος κρίνεται σκόπιμο να εκπονηθεί σχέδιο δράσης ανάπτυξης τουρισμού που θα απευθύνεται σε άτομα τρίτης ηλικίας, προερχόμενα τόσο εντός όσο και εκτός Ευρώπης και τρίτων χωρών.

### ➤ Προτάσεις προσέλκυσης της 3ης ηλικίας

Σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΤΕΠ «Οι υποδομές και οι υπηρεσίες του τόπου προορισμού οφείλουν να λειτουργούν φιλικά προς τους ηλικιωμένους βάσει των παρακάτω κατευθύνσεων.

Οι ταξιδιώτες της τρίτης ηλικίας προσέχουν πολύ τα θέματα ασφάλειας και προσβασιμότητας, κάτι που κάνει επιτακτική την ανάγκη ενός φιλικού προορισμού (ασφάλεια – κατάλληλες υποδομές) βάσει του πλαισίου προδιαγραφών του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (WHO). Σύμφωνα με αυτές, μία τοποθεσία είναι age-friendly εάν πληροί τις εξής προϋποθέσεις:

- Εύκολη πρόσβαση στο δημόσιο χώρο και τα κτίρια
- Εύκολη πρόσβαση στο σύστημα πληροφόρησης
- Ύπαρξη μέσων μεταφοράς φιλικών για τους ηλικιωμένους

- Ύπαρξη δυνατότητας συμμετοχής στα κοινά
- Σεβασμός προς τους ηλικιωμένους και αποφυγή κοινωνικού αποκλεισμού
- Σύστημα Υγείας
- Τοποθέτηση ειδικού εξοπλισμού για την εντός δωματίου εξυπηρέτηση των ηλικιωμένων
- Εξατομικευμένη εξυπηρέτηση μέσα από διαπροσωπική επαφή με το προσωπικό για τη δημιουργία πιστών και επαναλαμβανόμενων πελατών (π.χ. σερβίρισμα στο τραπέζι)

Για να τηρούνται τα παραπάνω, πρέπει να υπάρξει στήριξη με δημόσιες δαπάνες των τοπικών αρχών και της πολιτείας γενικότερα μέσα από μία σειρά δράσεων όπως παρακάτω:

- Έκδοση οδηγιών/ παρεμβάσεων που πρέπει να γίνουν εργονομικά για να διευκολυνθεί η παραμονή των ηλικιωμένων σε δωμάτια, κοινόχρηστους και εξωτερικούς χώρους των καταλυμάτων.
- Ανάπτυξη ιστοσελίδων παράθεσης πληροφοριακού υλικού για τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των ηλικιωμένων
- Συντήρηση και επέκταση των πεζοδρομίων, τα οποία θα σχεδιάζονται με τρόπο που να διευκολύνουν την κυκλοφορία ηλικιωμένων και ατόμων με κινητικά προβλήματα.
- Βελτίωση της υγειονομικής υποδομής των τουριστικών προορισμών.
- Προγραμματισμός καλλιτεχνικών φεστιβάλ και εκθέσεων σε περίοδο χαμηλής ζήτησης που θα είναι απευθυνόμενες σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.
- Σχεδιασμός δημόσιων χώρων με τρόπο τέτοιο ώστε να υποδέχονται άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.
- Κατάρτιση του προσωπικού των τουριστικών καταλυμάτων σχετικά με τους ιδιαίτερους τρόπους προσέγγισης και συμπεριφοράς.»

➤ **Στόχευση σε συγκεκριμένες περιφέρειες**

Η εποχικότητα των αφίξεων στις πέντε βασικές περιφέρειες προσέλκυσης τουριστών για το έτος 2016 (**Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Ιόνια Νησιά, Κεντρικής Μακεδονίας, και Ήπειρος**), έδειξε ότι το μεγαλύτερο πρόβλημα εποχικότητας έχουν οι περιφέρειες Βορείου Αιγαίου, Νοτίου Αιγαίου και Κρήτης

**Πίνακας 5 Εποχικότητα ανά περιφέρεια 2016**

Περιφέρεια	Gini
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	58%
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	54%
ΚΡΗΤΗΣ	52%
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	50%
ΗΠΕΙΡΟΥ	46%
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	45%
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	42%
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	41%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	40%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	38%
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	35%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	27%
ΑΤΤΙΚΗΣ	25%
Σύνολο Επικρατείας	45%

Άρα οι πολιτικές που θα υιοθετηθούν οφείλουν να εστιάσουν σε τρόπους αντιμετώπισης της εποχικότητας σε αυτές τις περιοχές. Βεβαίως στα πλαίσια ενός μακροπρόθεσμου σχεδιασμού, που θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων και τη διαμόρφωση ενός καινούριου μοντέλου τουρισμού οφείλουμε να μην αποκλείσουμε τις περιφέρειες με χαμηλή προς το παρόν ζήτηση. Αντίθετα, η διαδικασία αυτή ενδεχομένων φέρει στην επιφάνεια νέους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδος.

➤ **Εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί βασικό εργαλείο αντιμετώπισης του υπό μελέτη προβλήματος. Πιο κάτω αναφέρονται οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που όπως

αποδείχθηκε αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης ταξιδιωτών και κάλλιστα μπορούν να συνδυαστούν με άλλα τουριστικά προϊόντα:

❖ **Πολιτιστικός τουρισμός**

Αποτελεί την πιο γνωστή μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Η σημασία του και το εύρος των δράσεων τις οποίες μπορεί να συμπεριλάβει για κάθε τουριστική περιοχή είναι γνωστά. Ειδικά η Ελλάδα, μητέρα της Τέχνης και της Επιστήμης, διακρίνεται για τα πολλά και γνωστά ανά τον κόσμο πολιτιστικά της κέντρα, διάσπαρτα σε όλη τη χώρα. Στα πλαίσια των Ειδικών Τοπικών Συμφωνιών Εποχικότητας, είναι καταλυτικής σημασίας η χρήση των υπαρχόντων πόρων πολιτισμού, όπως αξιοθέατα, καλλιτεχνικά δρώμενα, τοπικά πανηγύρια και εκδηλώσεις, διαδρομές με ιστορικό ενδιαφέρον, παραδοσιακές τέχνες και η σύνδεση των τουριστών με την τοπική κοινότητα.

Κομβικής σημασίας είναι η θέση του Υπουργείου Πολιτισμού μέσα από τις περιφερειακές υπηρεσίες του, αλλά και της περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης. Αυτοί σε συνεργασία με τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους, τα ιδρύματα και τους συλλογικούς φορείς της παραδοσιακής βιοτεχνίας και εμπορίου μπορούν να εμπλουτίσουν και θα αναδεικνύουν τα πολιτιστικά προϊόντα.

❖ **Γαστρονομικός τουρισμός**

Η Ελλάδα είναι γνωστή παγκοσμίως για τη μεσογειακή διατροφή, συνώνυμο της μακροβιότητας και καλής ποιότητας ζωής. Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί υψηλή γαστρονομία που αξιοποιεί στο έπακρο τις μοναδικές και υψηλής διατροφικής αξίας πρώτες ύλες της ελληνικής φύσης. Διακεκριμένοι Έλληνες chefs με καριέρα στην ημεδαπή ή το εξωτερικό αποτελούν τους καλύτερους πρεσβευτές της ελληνικής κουζίνας. Κάθε περιοχή διαθέτει ένα μοναδικό πλούτο ο οποίος παρέχει πολλές ευκαιρίες για κάποια βιωματική εμπειρία γευσιγνωσίας σε τοπικά προϊόντα και αντίστοιχα οινογνωσίας. Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης συνεργαζόμενοι με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, διάφορους τοπικούς παραγωγούς και φορείς των ξενοδόχων και της εστίασης και chefs έχουν την ευκαιρία προβολής του γαστρονομικού προφίλ της περιοχής μέσα από μία σειρά δράσεων όπως είναι οι ξεναγήσεις σε εργαστήρια παραγωγής παραδοσιακών και τοπικών προϊόντων, σε οινοποιεία μικρής ή μεγαλύτερης παραγωγής, διοργάνωση σεμιναρίων για την τοπική κουζίνα.

❖ **Τουρισμός ευεξίας, υγείας και ιατρικός τουρισμός**

Οι προσδοκίες αυτής της μορφής τουρισμού είναι θετικές: η χώρα διαθέτει οργανωμένες και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες ευεξίας, όπως spa, κέντρα θαλασσοθεραπείας, που λειτουργούν μέσα σε ξενοδοχειακές μονάδες ή ανεξάρτητα αλλά και ιαματικά κέντρα με στόχο τη θεραπεία ποικίλων παθήσεων (μέσα από ιαματικές πηγές και υδροθεραπευτήρια). Επίσης το υψηλό επίπεδο κατάρτισης του ιατρικού προσωπικού σε συνδυασμό με τις άριστες παρεχόμενες υποδομές νοσηλείας συνέβαλαν στο να αναπτυχθεί ο ιατρικός τουρισμός που εμφανίζει διεθνώς μία ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία έτη. Υπουργεία όπως του Τουρισμού και της Υγείας μπορούν στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους να ενθαρρύνουν τους επαγγελματίες του τομέα της Υγείας, των ασφαλιστικών ταμείων των κρατών-μελών της Ε.Ε., των ξενοδόχων και των διεθνών παραγόντων του ιατρικού τουρισμού να συμμετέχουν ενεργά. Εάν συνεργαστούν, μπορούν να εξασφαλίσουν ένα μεγάλο δίκτυο τροφοδότησης καταναλωτών σε χαμηλές περιόδους.

❖ **Συνεδριακός τουρισμός**

Αποτελεί εκείνη τη μορφή τουρισμού, η οποία παρέχει πολλά πλεονεκτήματα σε ένα προορισμό δεδομένου ότι απευθύνεται συνήθως σε άτομα υψηλού μορφωτικού ή οικονομικού επιπέδου, ενώ διοργανώνεται ή επιχορηγείται από μεγάλες και εύρωστες εταιρείες. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η εύκολη πρόσβαση στον προορισμό αλλά και η ύπαρξη μεγάλων τουριστικών μονάδων που θα καλύψουν πλήρως τις ανάγκες ενός συνεδρίου. Η διοργάνωση διεθνών συνεδρίων μεγάλης εμβέλειας καθορίζεται από τις εξειδικευμένες υπηρεσίες προβολής. Τέτοια υπηρεσία είναι το Convention Bureau που υπάρχει σε περιφερειακό ή δημοτικό επίπεδο. Η συστηματική όμως εστίαση σε ολιγομελή συνέδρια, καθώς και ταξίδια κινήτρων (incentive) είναι ένα στοίχημα που έχουν σοβαρές πιθανότητες να κερδίσουν οι τοπικές αρχές συνεργαζόμενες με τον ΕΟΤ και τις τοπικές ενώσεις ξενοδόχων.

❖ **Θρησκευτικός τουρισμός**

Το μεγάλο πλήθος θρησκευτικών μνημείων, λατρευτικών χώρων, θρησκευτικών τελετών και προσκυνημάτων σε μονές ή ναούς όπου εγκαταβίωσαν σύγχρονοι άγιοι, διασφαλίζουν ότι η συγκεκριμένη εναλλακτική τουριστική μορφή δύναται να αποτελέσει μέρος περιήγησης ή

αυτόνομης μορφής τουρισμού που εξαρτάται από την εθνικότητα των επισκεπτών. Ορθόδοξοι λαοί έχουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για αυτού του είδους τουρισμό. Η Εκκλησία της Ελλάδος συνεργαζόμενη με τον Ε.Ο.Τ., τις δημοτικές και περιφερειακές αρχές θα πρέπει να οργανώσει και να υλοποιήσει προγράμματα προβολής για το θρησκευτικό τουρισμό στις περιόδους της επέκτασης της τουριστικής περιόδου. Η Πάτμος, το ιερό νησί της Αποκάλυψης, συγκεντρώνει κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό επισκεπτών αλλά λόγω έλλειψης υποδομών η επισκεψιμότητα περιορίζεται σε λίγους μήνες.

Παράλληλα, παρέχονται περισσότερες εναλλακτικές τουριστικές μορφές τουρισμού για την επέκταση της τουριστικής περιόδου. Αυτές είναι ο αθλητικός τουρισμός, όπως είναι οι εγκαταστάσεις για γκολφ ή ο ποδηλατικός τουρισμός. Ωστόσο, αυτά απαιτούν την ύπαρξη της κατάλληλης και ειδικής υλικοτεχνικής υποδομής αποτελώντας εναλλακτική λύση μόνο για όσους προορισμούς τη διαθέτουν ή δύνανται να οργανωθούν με τρόπο τέτοιο ώστε να είναι ανταγωνιστικοί.

Υπάρχει ήδη ένα επιτυχημένο παράδειγμα σωστής αξιοποίησης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών γνωρισμάτων μίας περιοχής. Αυτή είναι η Κάλυμνος η οποία μετέτρεψε αυτά τα γνωρίσματα σε πλεονέκτημα. Ως νησί των Δωδεκανήσων βρίσκεται στο νοτιοανατολικό Αιγαίο. Μέχρι πρόσφατα, ήταν κυρίως γνωστή ως «νησί των σφουγγαράδων» με μία μικρή τουριστική αξιοποίηση του νησιού. Η οικονομία εκτός από την σπογγαλιεία βασίστηκε και στο εμπόριο, τη ναυτιλία, το επιστημονικό δυναμικό της, αλλά και τη στήριξη των ομογενών, κατά βάση Αμερικής και Αυστραλίας. Υπήρχαν ελάχιστες ξενοδοχειακές μονάδες και επιχειρήσεις τουριστικού ενδιαφέροντος. Παρόλα αυτά, πλέον οι εμπνευσμένοι άρχοντες του νησιού άρχισαν να αξιοποιούν την ιδιαίτερη μορφολογία της Καλύμνου (ψηλά βουνά, απόκρημνοι βράχοι, βυθός με ναυάγια) και να την μετεξελιζούν σε ένα μοναδικό προορισμό με παγκόσμια φήμη, ιδανικό για αναρριχήσεις, καταβάσεις, πεζοπορία και Σπηλαιολογία. Πλέον, το νησί έχει καθιερωθεί ως ένα πετυχημένος εναλλακτικός προορισμός.

Η διαμόρφωση του ιδανικού τουριστικού προφίλ στο οποίο θα ανταποκριθεί με επιτυχία αλλά και από το οποίο θα αντλήσει τα μέγιστα οφέλη ο προορισμός συνιστά μία σημαντική πρόκληση στο πλαίσιο της Ειδικής Τοπικής Συμφωνίας Εποχικότητας.



❖ **Στόχευση σε αγορές χωρών με μειωμένη εποχικότητα**

Ταυτόχρονα με τη δημιουργία προγραμμάτων με επιδότηση του τουρισμού από ευρωπαϊκές χώρες, η στόχευση σε τουριστικές αγορές ταξιδιωτών που προέρχονται από χώρες μειωμένης εποχικότητας στην τουριστική τους κίνηση μπορεί να φέρει άμεσα αποτελέσματα. Είναι ευνόητο ότι αυτές οι χώρες έχουν παγιώσει μια κουλτούρα διακοπών κατανεμημένων σε διαφορετικές περιόδους μέσα στο έτος.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, τέτοια σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης δείχνουν να διαθέτουν αγορές όπως στην Ασία (Κίνα και Ιαπωνία), την Τουρκία, τις χώρες της Αμερικής (Η.Π.Α., Καναδάς), ενώ διακρίνονται από πλευράς Ευρώπης οι ταξιδιώτες από την Ισπανία, λόγω προφανώς μιας διαφορετικής ταξιδιωτικής κουλτούρας που υιοθετήθηκε τα τελευταία χρόνια.

**Πίνακας 6 Χώρες με τη χαμηλότερη εποχικότητα 2011**

**Πίνακας 7: Χώρες με τη Χαμηλότερη Εποχικότητα (2011)**

Χώρες	% αφίξεων σε ξενοδοχεία	Gini
ΗΠΑ	6,43%	37,28%
Ισπανία	1,76%	41,06%
Καναδάς	1,18%	43,93%
Ιαπωνία	0,78%	25,71%
Τουρκία	0,66%	26,19%
Κίνα	0,54%	28,32%

*Βλ. Πίνακα 1.*

Σύμφωνα με όσα αναλύθηκαν πιο πάνω θα είναι αποδοτικότερα τα αποτελέσματα αν η στόχευση αυτών των προγραμμάτων συνδυαστεί με προσανατολισμό στη τρίτη ηλικία από χώρες της Ευρώπης, με την ανάπτυξη αγορών στις οποίες οι τουρίστες δείχνουν χαμηλή εποχικότητα (χαμηλότερη από το μέσο όρο της χώρας) στην τουριστική ζήτηση (Πίνακας 6)

και στην εστίαση σε εναλλακτικές τουριστικές μορφές, προσαρμοσμένη στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού.

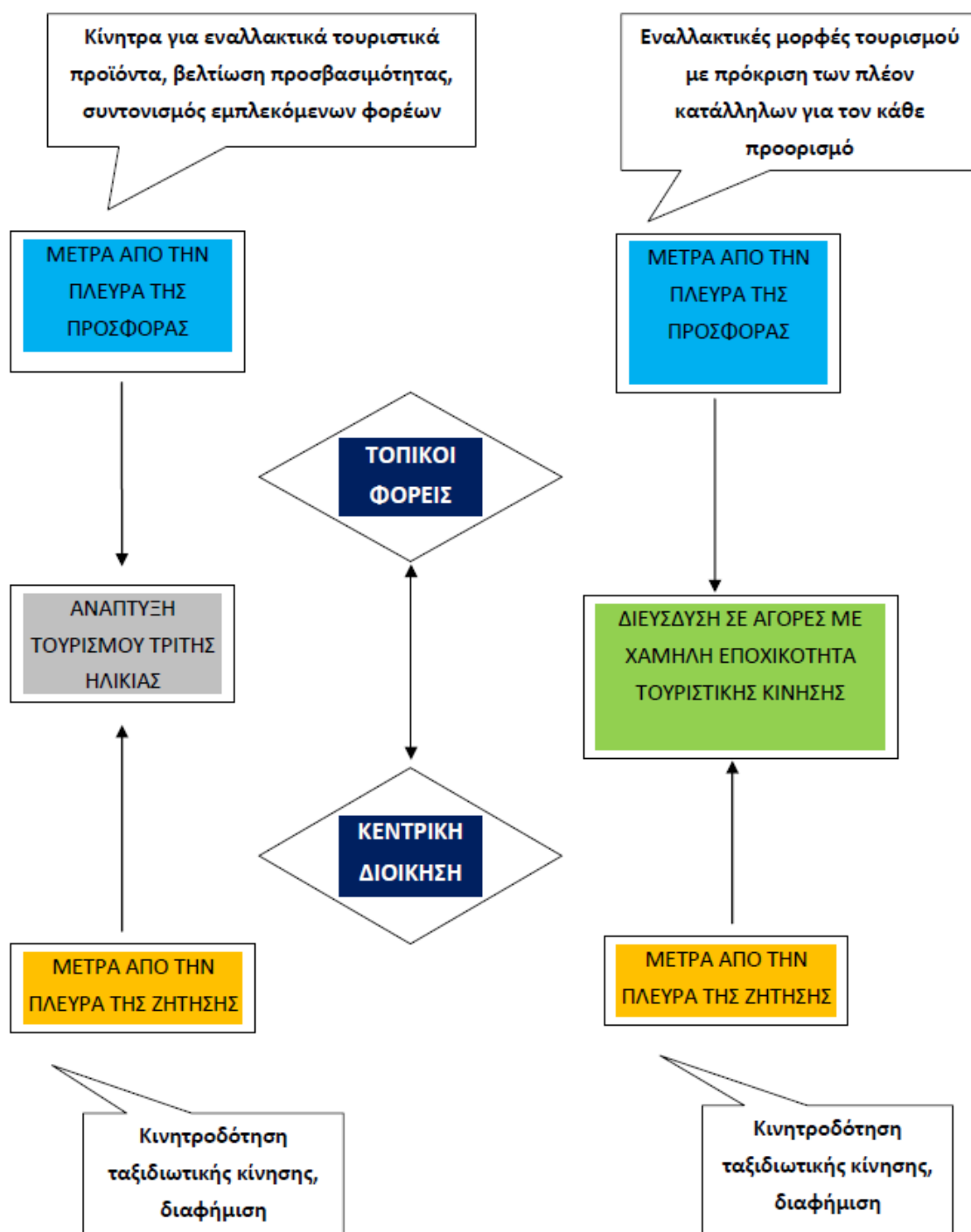
Αναμφίβολα καθοριστικό ρόλο θα διαδραματίσει η Πολιτεία και όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς με υιοθέτηση πολιτικών που συνδυάζουν φορολογικά και άλλα κίνητρα, όπως επιδοτήσεις, για την σύναψη **Ειδικών Τοπικών Συμφωνιών Εποχικότητας**.

«Η σύναψη των **Ειδικών Τοπικών Συμφωνιών Εποχικότητας** γίνεται μεταξύ όλων εμπλεκόμενων φορέων ιδιωτικού χαρακτήρα και συλλογικοτήτων του τοπικού τουριστικού κυκλώματος καθώς και των δημοσίων και αρχών αυτοδιοίκησης με σκοπό να τηρηθούν οι συμφωνηθείσες δράσεις για την υποστήριξη της μείωσης της εποχικότητας στην καθορισμένη περιοχή. Όπως αναφέρθηκε, οι **Ειδικές Τοπικές Συμφωνίες Εποχικότητας**, εκτός των τοπικών παρεμβάσεων και δράσεων, που εκ των πραγμάτων λαμβάνουν υπόψη και τις τοπικές ιδιομορφίες και ιδιαιτερότητες, θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν ένα γενικό πλαίσιο κινήτρων, ικανό να προσελκύσει το ενδιαφέρον συμμετοχής των επιχειρήσεων σε αυτές τις συμφωνίες. Ειδικά την επιτυχία κατά τα πρώτα στάδια διαμόρφωσης ενός νέου τουριστικού μοντέλου, μπορεί να διασφαλίσει μόνον η δημόσια στήριξη με την μορφή επιδοτήσεων, φορολογικών κινήτρων ή, άλλων, αντίστοιχων μέτρων», όπως αποφαίνεται το *ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ*.

#### *Νέες Τεχνολογίες και πολυτέλεια*

«Τη διασύνδεση των νέων τεχνολογιών με την πολυτέλεια στον τουρισμό, κυρίως στις ασιατικές αγορές, ανέλυσαν οι κ. Αντίντ Μπατ και Ντάνκαν Ο' Ρουρκ ως εκπρόσωποι των διεθνών πολυτελών ξενοδοχειακών αλυσίδων *Banyan Tree* και *Kempinski Hotels*, κατά τη δεύτερη ημέρα του διήμερου συνεδρίου *Luxury Hospitality* που διοργανώθηκε στην Αθήνα από τους *International New York Times* και *Ecole hoteliere de Lausanne*. Μεταξύ άλλων αναφέρθηκαν στην άμεση πρόσβαση που δύνανται να έχουν πλέον οι πελάτες στη γλώσσα τους με τη χρήση νέων τεχνολογιών σε υπηρεσίες όπως *room service*, *menus κλπ*» (*Εφημερίδα Καθημερινή, άρθρο Μέτρα για την επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν, Στάθη Κουσουνη, 15/10/2014*).

Όλες οι παραπάνω προτάσεις συνοψίζονται στο ακόλουθο σχήμα (Εικόνα 1).



Εικόνα 1 Προτάσεις

### 8.3 Προτεινόμενες πολιτικές επιμήκυνσης τουριστικής περιόδου

Οι εμπλεκόμενοι φορείς πρέπει να συμφωνήσουν σε κίνητρα τα οποία θα εφαρμόζονται σε όλες τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα οι οποίες θα ενταχθούν στο πρόγραμμα επέκτασης της τουριστικής περιόδου και θα συνυπογράψουν, τόσο μέσω των συλλογικών τους φορέων όσο και μεμονωμένα τις Ειδικές Τοπικές Συμφωνίες Εποχικότητας. Με τον όρο τουριστικές επιχειρήσεις νοούνται τόσο αυτές οι οποίες αδειοδοτούνται από τον Ε.Ο.Τ. όσο και εκείνες που διαθέτουν τα χαρακτηριστικά μίας μονάδας του τουριστικού τομέα (τουριστικά είδη, εστίαση κ.λπ.) όπως ορίζεται από το διεθνές ταξινομικό σύστημα το οποίο διέπει τη συγκρότηση των Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (ΔΛΤ).

Επίσης, γίνεται πρόταση δημιουργίας ενός μητρώου των επιχειρήσεων αυτών μέσα από το ΓΕΜΗ βάσει των κριτηρίων που ισχύουν για τους ΔΛΤ ή άλλοι π.χ. ΚΑΔ (κωδικός άσκησης δραστηριότητας), όσο και μέσω της ιδιαίτερης ταυτότητας κάθε περιοχής σε επίπεδο παραγωγικής δραστηριότητας (εργαστήριο αργυροχρυσοχοΐας κ.λπ.).

#### 8.3.1 Συντονιστικός ρόλος για Υπουργείο Τουρισμού

Το Υπουργείο Τουρισμού πρέπει να έχει ένα ρόλο συντονισμού στη σύναψη των Ειδικών Τοπικών Συμφωνιών Εποχικότητας (ΕΤΣΕ) και την εποπτεία για την υλοποίησή τους. Πιο συγκεκριμένα, το Υπουργείο Τουρισμού πρέπει να:

- Διαμορφώνει το νομοθετικό πλαίσιο των Ειδικών Τοπικών Συμφωνιών Εποχικότητας
- Έρχεται σε συμφωνία με όλα τα υπουργεία για τα μέτρα που περιέχονται στο χαρτοφυλάκιο εν λόγω συμφωνιών
- Συναποφασίζει με την Ένωση Περιφερειών Ελλάδος (ΕΝ.Π.Ε.) και την Κεντρική Ένωση Δήμων

Ελλάδος (ΚΕΔΕ) σχετικά με διαδικασίες για να συγκροτηθούν ΕΤΣΕ και ρόλο των Δήμων και της Περιφέρειας στην ενεργοποίησή τους με αποδέκτες τους παράγοντες της τουριστικής προσφοράς και της ζήτησης

- Εποπτεύει τη λειτουργία των ΕΤΣΕ και να παρεμβαίνει όπου είναι απαραίτητο με σκοπό να επιλύει προβλήματα και να εξασφαλίζει την ισορροπία.

### 8.3.2 Τοπική και περιφερειακή αυτοδιοίκηση και Πολιτικές

Όσον αφορά στις διαπραγματεύσεις ανάμεσα στις επιχειρηματικές συλλογικότητες και τις δημοτικές αρχές συστήνεται κατά τη διάρκεια ισχύος των ΕΤΣΕ:

- η μείωση του φόρου διαμονής, η οποία επιβάλλεται στις επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού τομέα και του τέλους επί των ακαθαρίστων εσόδων των επιχειρήσεων του τουρισμού
- η μείωση των δημοτικών τελών καθαριότητας και φωτισμού
- η μείωση των τελών ύδρευσης για τις τοπικές ιδιαιτερότητες ύδρευσης.
- ΤΑΠ υπέρ δήμων: επέκταση απαλλαγών σε ισχύ για τις επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού τομέα και σε όσες επιχειρήσεις υποστηρίζουν την επέκταση, ενώ είναι ενταγμένες στο πλαίσιο των ΕΤΣΕ
- η απαλλαγή από το τέλος διαφήμισης υπέρ δήμων για όσες ενέργειες προβολής και εκδηλώσεις των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου που θα συμμετέχουν στο πρόγραμμα επέκτασης γίνουν

### 8.3.3 Κεντρική Διοίκηση και Πολιτικές

#### ➤ **Υπουργείο Οικονομικών**

- Εξειδικευμένη μεταχείριση των κερδών δραστηριότητας φορολογικά για όλες τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα που θα ενταχθούν στο πρόγραμμα επέκτασης της τουριστικής περιόδου και θα συμφωνήσουν είτε μέσω των συλλογικών τους φορέων είτε μεμονωμένα τις Ειδικές Τοπικές Συμφωνίες Εποχικότητας.
- Μειωμένος φόρος εισοδήματος για τις απολαβές των εργαζομένων των τουριστικών επιχειρήσεων που θα συμμετάσχουν στις ΕΤΣΕ για το χρονικό διάστημα της επέκτασης

#### ➤ **Υπουργείο Εργασίας**

Επέκταση προγραμμάτων του ΟΑΕΔ για να ενισχυθούν οι θέσεις εργασίας κατά την επέκταση της τουριστικής περιόδου στο σύνολο των επιχειρήσεων του κλάδου υπό αυστηρό καθεστώς ελέγχου, ως εξής:

- Συνέχιση των προγραμμάτων του ΟΑΕΔ με στόχο τις επιδοτούμενες θέσεις εργασίας σε εποχικές επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού τομέα με στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου, καθώς και επιχορήγηση μέρους των εργοδοτικών εισφορών σε επιχειρήσεις συνεχούς λειτουργίας.

- Επέκταση των παραπάνω προγραμμάτων του ΟΑΕΔ και στις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου που θα συμμετάσχουν στο πρόγραμμα της επέκτασης.
- Σύνδεση της συμμετοχής των εργαζομένων στο πρόγραμμα εξασφαλίζοντας την προτεραιότητα σε προγράμματα κατάρτισης, καθώς και σε διευκολύνσεις σχετικές με τη λήψη του ειδικού εποχικού επιδόματος
- Προγράμματα βελτίωσης των γνώσεων και των δεξιοτήτων του προσωπικού προκειμένου να αντιμετωπιστούν ομάδες επισκεπτών οι οποίες είναι αγορά – στόχος για την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε άμεση σύνδεση με τη λήψη του ειδικού εποχικού επιδόματος.

➤ **Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας**

- Ένταξη μίας πλήρους δράσης στα ΠΕΠ για την επέκταση της τουριστικής περιόδου, όπως είναι η δικτύωση των τουριστικών επιχειρήσεων, δράσεις εξωστρέφειας / προβολής.
- Πριμοδότηση σε προγράμματα του νέου ΕΣΠΑ και του Αναπτυξιακού Νόμου με αύξηση της βαθμολογίας σε επιχειρήσεις του κλάδου οι οποίες προτείνουν ένταξη και αποδεδειγμένα συμμετέχουν στις ΕΤΣΕ.

➤ **Υπουργείο Πολιτισμού**

- Θέσπιση ενιαίου εισιτηρίου για όλους τους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία τα οποία υπάγονται στην αρμοδιότητα του Υπουργείου Πολιτισμού και πρόβλεψη ειδικής τιμολογιακής πολιτικής για τις περιοχές που θα εφαρμοστούν οι ΕΤΣΕ.

➤ **Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών**

- Μείωση τελών των αεροδρομίων στις περιοχές οι οποίες συμμετέχουν στις ΕΤΣΕ.

➤ **Υπουργείο Ναυτιλίας**

- Διαμόρφωση πολιτικής επέκτασης της τουριστικής περιόδου στις ακτοπλοϊκές μεταφορές και στις κρουαζιέρες για τις περιοχές εκείνες οι οποίες συμμετέχουν στις ΕΤΣΕ.

➤ **Υπουργείο Υγείας**

- Συμμετοχή τοπικών δομών υγείας στο σχεδιασμό της πολιτικής μείωσης της εποχικότητας.

#### 8.3.4 Συμφωνίες με παράγοντες διαμόρφωσης της διεθνούς τουριστικής ζήτησης

Οι Ειδικές Τοπικές Συμφωνίες Εποχικότητας είναι γεγονός πως θα αφορούν και σε αντίστοιχες συμφωνίες με συλλογικότητες, φορείς και επιχειρήσεις σε επίπεδο τουριστικής ζήτησης, όπως συνεργασίες με :

- Εταιρίες διοργάνωσης συνεδρίων
- κλασσικούς Tour Operators
- Online Travel Agents
- Google
- κρουαζιερόπλοια
- μεταφορικές εταιρίες (ακτοπλοϊκές, αεροπορικές κ.ά.)

## 9 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Είναι προφανές ότι η συστηματική, οργανωμένη και στοχευμένη αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας θεωρείται επιβεβλημένη εξαιτίας της μείζονος αξίας που επιφέρει στην εθνική οικονομία, αλλά και την ευημερία των τοπικών κοινωνιών καθώς και την μείωση της ανεργίας.

Ο Τουριστικός τομέας αναμφίβολα είναι η κύρια πλουτοπαραγωγική πηγή για την Ελλάδα αλλά έχει πολλά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης ώστε να μεγιστοποιηθούν τα οφέλη του. Με όραμα, στρατηγική, σωστό σχεδιασμό, παρακολούθηση ποιοτικών και ποσοτικών δεικτών αξιολόγησης, τόσο σε εθνικό, τοπικό αλλά και ατομικό επίπεδο, το στοίχημα μπορεί να κερδηθεί.

Χρειάζεται να συνεργαστούν αρμονικά τα συναρμόδια Υπουργεία Τουρισμού, Πολιτισμού, Μεταφορών και Οικονομικών, οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, το Ξ.Ε.Ε., ο ΣΕΤΕ, τοπικοί κλαδικοί φορείς που εμπλέκονται στον τουρισμό, πολιτιστικοί σύλλογοι, επιμελητήρια και μεμονωμένες επιχειρήσεις.

Σίγουρα το εγχείρημα αποτελεί μία πρόκληση, αλλά είναι υψίστης σημασίας να επαναπροσδιοριστεί η ταυτότητα κι ο ρόλος του τουριστικού προϊόντος ώστε να έλθουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα για την Ελλάδα και την εγχώρια κοινωνία.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

Αποστολόπουλος, Ε. (1996). *Ελληνικός Τουρισμός: Μύθοι και Πραγματικότητα*, Αθήνα: Nubis.

Εφημερίδα Καθημερινή. (2014). Μέτρα για την επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν του Στάθης Κουσούν. Διαθέσιμο στο <https://www.kathimerini.gr/788061/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/metra-gia-epimhkysh--ths-toyristikhs-sezon-proteinoyh-oi-3enodoxoi> (Ανακτήθηκε 10/05/2020)

Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και προβλέψεων. (2019). Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα.

Τουριστική Αγορά Επιμελητηρίου Ηλείας. (2019). Παρουσίαση Μελέτης: «Η Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα». Διαθέσιμο στο <http://www.heliachamber.gr/ilia/tourism/articles/article.jsp?context=1504&categoryid=206&articleid=9177> (Ανακτήθηκε 10/05/2020)

Τσίτουρας, Α. (1998). Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες.

**ΞΕΝΗ**

Boldrini, Marcello (1966). Corrado Gini. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*. 129 (1): 148–150.

Bonilla, J., M., L., Bonilla M., L., L., and Altamira, S., B. (2006). Patterns of Tourist Seasonality in Spanish Regions. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3(3), 241-256.

Cuccia, T., & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32(3), 589-595.

Larry, D. , Alison, G., and Neelu, S. (2012). *Handbook of research methods in tourism: quantitative and qualitative approaches*, Edward Elgar Publishing, UK.

Rau, R. (2006). *Seasonality in human mortality: A demographic approach*. Springer.

Rudihartmann. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies*, 5(1), 25-33.