



ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ « Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις δαπάνες των Ελληνικών νοικοκυριών για τουρισμό και διασκέδαση »

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ

ΓΙΩΓΓΑΡΑΣ ΑΓΓΕΛΟΣ
ΘΑΝΑΣΟΥΛΑ ΔΕΣΠΟΙΝΑ
ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΝΑΥΣΙΚΑ

Επιβλέπων καθηγητής: ΜΗΛΙΤΣΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

ΠΡΕΒΕΖΑ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2013

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή

Τόπος, Ημερομηνία

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

2. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

3. Ονοματεπώνυμο, Υπογραφή

Ο Προϊστάμενος του Τμήματος

Ευχαριστίες

Με την εργασία αυτή ένας κύκλος φτάνει στο τέλος του. Η ακαδημαϊκή πορεία ολοκληρώνεται και ξεκινάει μια σελίδα, ένα νέο κεφάλαιο στη ζωή μας. Ως είθισται, στο τέλος μιας μακρόχρονης πορείας, γίνεται απολογισμός και δίνονται οι κατάλληλες ευχαριστίες στα άτομα τα οποία συνέβαλλαν στις πιο σημαντικές στιγμές της πορείας.

Έτσι μέσα από αυτή τη σελίδα θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε και να δείξουμε την ευγνωμοσύνη μας στον επιβλέπων καθηγητή κ. Μηλιτσόπουλο Κωνσταντίνο για την εμπιστοσύνη που έδειξε στο πρόσωπό μας, την υπομονή αλλά πρωτίστως για την σημαντική βοήθεια που μας παρείχε για την εκπόνηση και υλοποίηση της πτυχιακής μας εργασίας. Τον ευχαριστούμε θερμά.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε από τα βάθη της καρδιάς μας τους γονείς μας, οι οποίοι στήριζαν τις σπουδές μας με διάφορους τρόπους, φροντίζοντας για την καλύτερη δυνατή μόρφωσή μας.

Πρέβεζα, Φεβρουάριος 2013

ΓΙΩΓΓΑΡΑΣ ΑΓΓΕΛΟΣ

ΘΑΝΑΣΟΥΛΑ ΔΕΣΠΟΙΝΑ

ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΝΑΥΣΙΚΑ

Περιεχόμενα

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	5
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
Α.ΜΕΡΟΣ.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο.....	10
1.1 Εισαγωγικά Τουρισμού.....	10
1.2 Ορισμός Τουρισμού.....	10
1.2.1 Κατηγορίες/Διακρίσεις Τουρισμού.....	11
1.2.2 Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού.....	13
1.3 Οι έννοιες της ψυχαγωγίας και της διασκέδασης.....	16
1.3.1 Ορισμός διασκέδασης και ψυχαγωγίας.....	16
1.3.2 Η διασκέδαση των νέων.....	17
1.4 Τουριστική Δαπάνη.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο.....	21
2.1 Τουριστική Ζήτηση.....	21
2.2 Χαρακτηριστικά της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος.....	21
I) Ελαστικότητα ζήτησης τουριστικού προϊόντος.....	22
II) Η εποχικότητα του τουρισμού.....	23
2.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση και τις δαπάνες του τουριστικού προϊόντος.....	25
2.4 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση και τις δαπάνες για διασκέδαση.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο.....	33
3.1 Τουρισμός και Οικονομία.....	33
3.2 Η θέση του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας.....	33

3.3 Οικονομική κρίση.....	36
3.3.1 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό.....	36
3.3.2 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στη διασκέδαση.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	42
4.1 Περιγραφή της υπάρχουσας οικονομικής κατάστασης στην Ελλάδα.....	42
4.2 Η πορεία των δαπανών των ελληνικών νοικοκυριών για τουρισμό τα έτη 2009 και 2010.....	44
4.3 Οικογενειακοί Προϋπολογισμοί-Δαπάνες για ψυχαγωγία.....	48
4.3.1 Διαφορετικά πρότυπα κατανάλωσης ανάλογα με τον τύπο νοικοκυριών.....	50
 B. ΜΕΡΟΣ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο	54
5.1 Μεθοδολογία δειγματοληπτικής έρευνας.....	54
5.2 Περιγραφική Ανάλυση Δεδομένων.....	55
Α.ΜΕΡΟΣ: Δημογραφικά-κοινωνικά-οικονομικά στοιχεία ερωτηθέντων.....	55
Β.ΜΕΡΟΣ: Δαπάνες Τουρισμού.....	64
Γ. ΜΕΡΟΣ: Δαπάνες για ψυχαγωγία.....	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο	85
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	85
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	87
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	89

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Βασικά μεγέθη Ελληνικού τουρισμού.....34

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Αριθμός προσωπικών ταξιδιών ημεδαπών με 4 ή περισσότερες διανυκτερεύσεις45

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Αριθμός ταξιδιών με βάση την ηλικιακή ομάδα (2009, 2010).....45

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Αριθμός διανυκτερεύσεων (2009, 2010).....46

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Τρόπος ταξιδιού (2009, 2010).....47

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

Τρόπος κράτησης (2009, 2010).....47

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

Κατηγορία καταλύματος (2009, 2010).....48

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

Μέσος όρος μηνιαίας δαπάνης (αγορές) για αγαθά και υπηρεσίες: ΕΟΠ 2010 και 2009.....49

ΠΙΝΑΚΑΣ 9

Μέση μηνιαία δαπάνη (%) των 12 κατηγοριών δαπανών για είδη και υπηρεσίες, κατά τύπο νοικοκυριού, ταξινομημένη κατά φθίνουσα σειρά :ΕΟΠ 2009.....52

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

Μέση μηνιαία δαπάνη (%) των 12 κατηγοριών δαπανών για είδη και υπηρεσίες, κατά τύπο νοικοκυριού, ταξινομημένη κατά φθίνουσα σειρά :ΕΟΠ 2010.....53

ΠΙΝΑΚΑΣ 11

Δημογραφικά-Κοινωνικά στοιχεία.....55

ΠΙΝΑΚΑΣ 12

Οικονομικά στοιχεία.....59

ΠΙΝΑΚΑΣ 13

Τα τελευταία δυο έτη ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι περιγράφει καλύτερα το εργασιακό σας καθεστώς;.....61

ΠΙΝΑΚΑΣ 14

Θεωρείτε ότι τα δυο τελευταία έτη το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημά σας έχει μειωθεί λόγω της οικονομικής κρίσης;.....62

ΠΙΝΑΚΑΣ 15

Πόσα ταξίδια πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011;.....64

ΠΙΝΑΚΑΣ 16

Πόσες ημέρες συνολικά πήγατε διακοπές τα έτη 2010 και 2011;.....65

ΠΙΝΑΚΑΣ 17

Πόσα ταξίδια κάνατε στην Ελλάδα και το εξωτερικό τα έτη 2010 και 2011;.....66

ΠΙΝΑΚΑΣ 18

Τα έτη 2010 και 2011 πήγατε οργανωμένες διακοπές (μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου) ή ελεύθερες διακοπές;.....67

ΠΙΝΑΚΑΣ 19

Για ποιους λόγους ταξιδεύετε κυρίως;.....67

ΠΙΝΑΚΑΣ 20

Πόσα ταξίδια πραγματοποιήσατε για διακοπές τα έτη 2010 και 2011;.....68

ΠΙΝΑΚΑΣ 21	
Πόσα επαγγελματικά ταξίδια πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011;.....	68
ΠΙΝΑΚΑΣ 22	
Πόσα ημερήσια ταξίδια (χωρίς διανυκτέρευση) πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011;.....	69
ΠΙΝΑΚΑΣ 23	
Πού διαμείνατε την περίοδο των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011;.....	70
ΠΙΝΑΚΑΣ 24	
Ποιο ήταν το χρονικό διάστημα που διαμείνατε στα καταλύματα κατά τη διάρκεια των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011;.....	71
ΠΙΝΑΚΑΣ 25	
Ποίο μεταφορικό μέσο χρησιμοποιήσατε για να πάτε διακοπές τα έτη 2010 και 2011;.....	71
ΠΙΝΑΚΑΣ 26	
Πιστεύετε ότι το μεταφορικό μέσο επηρεάζει την επιλογή του τόπου των διακοπών σας;.....	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 27	
Πραγματοποιήσατε διακοπές την περίοδο των εορτών των Χριστουγέννων και του Πάσχα τα τελευταία δυο έτη;.....	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 28	
Σε ποιο βαθμό οι παρακάτω παράγοντες επηρεάζουν τη διάρκεια της διαμονής σας σε έναν τόπο;.....	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 29	
Πόσα χρήματα δαπανήσατε για φαγητό και ποτά ημερησίως κατά τη διάρκεια των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011;.....	73
ΠΙΝΑΚΑΣ 30	
Πόσα χρήματα δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τα έτη 2010 και 2011;.....	73
ΠΙΝΑΚΑΣ 31	
Πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά στις τιμές των τουριστικών προορισμών το 2010 σε σχέση με το 2011;.....	74
ΠΙΝΑΚΑΣ 32	
Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις δαπάνες σας για διακοπές;.....	75
ΠΙΝΑΚΑΣ 33	
Πόσο χρόνο αφιερώνετε για διασκέδαση/ψυχαγωγία την εβδομάδα;.....	77
ΠΙΝΑΚΑΣ 34	
Πόσα χρήματα δαπανάτε συνολικά την εβδομάδα για διασκέδαση;.....	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 35	
Δαπανήσατε περισσότερα χρήματα για δραστηριότητες διασκέδασης το 2010 από το 2011;.....	79
ΠΙΝΑΚΑΣ 36	
Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για καφέ τα έτη 2010 και 2011;.....	80
ΠΙΝΑΚΑΣ 37	
Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για κινηματογράφο τα έτη 2010 και 2011;..	80
ΠΙΝΑΚΑΣ 38	
Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για πολιτιστικές εκδηλώσεις (θέατρο, συναυλίες) τα έτη 2010 και 2011;.....	81
ΠΙΝΑΚΑΣ 39	
Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για νυχτερινά μαγαζιά (μπαρ, κλαμπ) τα έτη 2010 και 2011;.....	81

ΠΙΝΑΚΑΣ 40

Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για φαγητό έξω (εστιατόρια,fast food) τα έτη 2010 και 2011;.....82

ΠΙΝΑΚΑΣ 41

Πληρώνατε συνδρομή για να κάνετε το αγαπημένο σας σπορ (ή γυμναστήριο) τα έτη 2010 και 2011;.....82

ΠΙΝΑΚΑΣ 42

Πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά στις τιμές στο τομέα της διασκέδασης το έτος 2010 σε σχέση με το 2011.....82

ΠΙΝΑΚΑΣ 43

Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις δαπάνες σας για διασκέδαση;.....83

ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

Κατηγορίες αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με την τουριστική δαπάνη20

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

Μείωση εισοδήματος 2011.....43

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

Μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών σε αστικές και αγροτικές περιοχές: ΕΟΠ '09 και '10.....44

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4

Ηλικιακή ομάδα.....57

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5

Εκπαιδευτικό επίπεδο.....58

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6

Επάγγελμα.....59

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7

Άλλη πηγή εισοδήματος.....60

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8

Ιδιόκτητη κατοικία.....61

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9

Οικονομική κρίση και μείωση εισοδήματος.....63

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10

Εργασιακό καθεστώς.....64

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11

Προτίμηση προορισμού.....66

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12

Για ποιόν λόγο δεν πραγματοποιήθηκαν ταξίδια;.....69

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13

Διαφορά τιμών στο τομέα του τουρισμού.....75

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14

Κρίση και δαπάνες για τουρισμό.....76

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15

Χρόνος που αφιερώνετε για δραστηριότητες διασκέδασης.....77

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16

Περισσότερο ελεύθερο χρόνο τον περνάτε εντός ή εκτός σπιτιού;.....78

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17

Εβδομαδιαίες δαπάνες για διασκέδαση.....79

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18

Διαφορά στις τιμές στη διασκέδαση.....83

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19

Οικονομική κρίση και διασκέδαση.....84

Εισαγωγή

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες αποτελώντας σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Η εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση δεν έχει αυξήσει δραματικά μόνο τις διασυνοριακές κινήσεις αγαθών και κεφαλαίων αλλά και τις μετακινήσεις ανθρώπων είτε αυτοί ταξιδεύουν για λόγους επαγγελματικούς ή για λόγους αναψυχής.

Για την ελληνική οικονομία ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν στην απασχόληση και τις επενδύσεις. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως.

Σήμερα η κρίση στην οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία έχει σαφώς επηρεάσει τόσο τον τουρισμό, όσο και τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες των ανθρώπων. Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι ο προσδιορισμός και η αξιολόγηση της επίδρασης της κρίσης στον τουρισμό και την ψυχαγωγία στην Ελλάδα στο σημερινό περιβάλλον αβεβαιότητας.

Η εργασία είναι χωρισμένη σε δύο μεγάλα μέρη που αποτελούνται από το θεωρητικό κομμάτι και την εμπειρική ανάλυση. Στο πρώτο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους δίνονται οι ορισμοί του τουρισμού, της ψυχαγωγίας και τουριστικής δαπάνης. Στο κεφάλαιο 2 γίνεται ανάλυση των χαρακτηριστικών της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος (ελαστικότητα τουριστικού προϊόντος και εποχικότητα τουρισμού), και περιγραφή των παραγόντων που προσδιορίζουν τη ζήτηση και τις δαπάνες για διασκέδαση και τουρισμό. Ακολουθεί το κεφάλαιο 3 όπου παρουσιάζεται η θέση του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδος καθώς επίσης και οι επιπτώσεις που έχει η οικονομική κρίση σε ότι αφορά τις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών σε τουρισμό και διασκέδαση.

Τέλος στο κεφάλαιο 4 γίνεται μια περιγραφή της υπάρχουσας οικονομικής κατάστασης του τουρισμού και της ψυχαγωγίας στην Ελλάδα.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας περιλαμβάνει την εμπειρική ανάλυση όπου και αναφέρεται πιο συγκεκριμένα ο σκοπός και η διεξαγωγή της έρευνας. Ειδικότερα, γίνεται η ανάλυση του προφίλ του δείγματος και παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από τους πίνακες συχνοτήτων. Ακολουθεί το τελευταίο κεφάλαιο που περιλαμβάνει τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας.

A.ΜΕΡΟΣ:ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :

1.1 Εισαγωγικά τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Ο ευρύτερος τουριστικός τομέας συμβάλλει όσο κανένας άλλος στο σχηματισμό του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος στις περισσότερες χώρες της υφελίου, τόσο από πλευράς δημιουργίας εισοδήματος, όσο και από πλευράς αύξησης της απασχόλησης και των επενδύσεων.

Σήμερα ο τουρισμός δεν αποτελεί μόνο μία οικονομική δραστηριότητα αλλά είναι δικαίωμα, ευκαιρία γνώσης και προσέγγισης του περιβάλλοντος, και παράγοντας διεθνούς αλληλεγγύης και ειρήνης. Συμβάλλει στην ψυχολογική ισορροπία και στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Εξάλλου αντιπροσωπεύει το 10% με 12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος. Στο νέο μακροοικονομικό περιβάλλον που διαμορφώνεται, ο τουρισμός αποτελεί το κλειδί για την επιτυχία στην ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία κάθε χώρας.

1.2 Ορισμός Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι μία πανάρχαια και ανθρώπινη υπόθεση που ξεκινά από την τάση του ανθρώπου να δει και να γνωρίσει. Σαν έννοια μπορεί να οριστεί ως οι

δραστηριότητες ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε ένα μέρος διαφορετικό από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος για ψυχαγωγικούς, επαγγελματικούς και άλλους λόγους. Είναι η έμφυτη τάση του ανθρώπου να περιηγείται διάφορα αξιοθέατα μέρη τα όποια συγκεντρώνουν, είτε φυσικές ομορφιές, είτε πλούσια ιστορία, είτε εντυπωσιακά τεχνολογικά ή μηχανικά επιτεύγματα.

1.2.1 Κατηγορίες / Διακρίσεις τουρισμού

Η ωρίμανση της τουριστικής βιομηχανίας οδήγησε στην εμφάνιση νέων μορφών τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων τα οποία έχουν ως στόχο να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών. Παρακάτω αναλύουμε τις κυριότερες κατηγορίες του τουρισμού καθώς και κάποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν δημιουργηθεί τα τελευταία χρόνια.

- Μαζικός / ατομικός τουρισμός:

Ο *μαζικός τουρισμός* χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ως μαζικός τουρισμός ορίζεται η προσωρινή τάση για δημιουργία μαζικής ζήτησης για συγκεκριμένους προορισμούς ή εμπειρίες καθώς επίσης και οι διευκολύνσεις και μεταφορές που εξυπηρετούν τέτοια ζήτηση. Ο μαζικός τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται, με ταχείς μάλιστα ρυθμούς, στην Ευρώπη τη δεκαετία του 60 και αποτελεί σήμερα το σημαντικότερο τμήμα της αγοράς (60%). Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλαν στην ταχεία ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ήταν η μείωση στο κόστος αερομεταφορών.

Ο *ατομικός τουρισμός* χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών και συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό με ατομικά- ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως τα αυτοκίνητα, τα σκάφη κ.α. Ο κύριος χαρακτήρας της κατηγορίας αυτής τουρισμού είναι περιηγητικός.

Αν και ο μεμονωμένος τουρισμός αποτελεί ένα μικρό τμήμα της αγοράς έχει στρατηγική σημασία, όχι μόνο για τη χώρα μας αλλά και για άλλες χώρες, διότι περιλαμβάνει τουρίστες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και είναι συνεπώς πιο κερδοφόρος.

- Εσωτερικός / εξωτερικός τουρισμός:

Ο *εσωτερικός τουρισμός* πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας και παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσεται. Προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλων και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτών μέσων φιλοξενίας στους ντόπιους τουρίστες καθώς και τη βελτίωση των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας.

Ο *εξωτερικός τουρισμός* πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς έτσι ώστε να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Επομένως, εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα όταν μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται (ενεργητικός) ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς (παθητικός).

- Συνεχής / εποχιακός τουρισμός:

Χαρακτηριστική διάκριση του *συνεχούς τουρισμού* είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές (συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός κίνητρων, τουρισμός εκθέσεων, τουρισμός πόλης, μορφωτικός τουρισμός).

Χαρακτηριστική διάκριση του *εποχιακού τουρισμού* είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν

σε διαφορετικές εποχές (γενικός τουρισμός κατά την διάρκεια του καλοκαιριού, τουρισμός παραχείμασης, τουρισμός χειμερινών σπορ).

- Στατικός / κινητικός τουρισμός:

Με βάση την κινητικότητα κατά την παραμονή κάθε τουρίστα στον τόπο που επισκέπτεται έχουμε την διάκριση σε στατικό και κινητικό τουρισμό. *Στατικό τουρισμό* έχουμε όταν συνήθως ο τουρίστας πηγαίνει σε ένα ξενοδοχείο παραθέρισης και παραμένει εκεί καθ' όλη την διάρκεια της διαμονής του. *Κινητικό τουρισμό* έχουμε όταν ο τουρισμός είναι διαρκώς σε κίνηση, δηλαδή ο τουρίστας επιθυμεί να εξερευνήσει την χώρα που επισκέπτεται και βρίσκεται συνεχώς σε κίνηση.

- Νεανικός / τρίτης ηλικίας τουρισμός:

Με κριτήριο την ηλικιακή διάθρωση των τουριστών ο τουρισμός διακρίνεται σε τουρισμό των νέων και στον τουρισμό της τρίτης ηλικίας. *Ο νεανικός τουρισμός* αποτελείται από άτομα 18-30 ετών τα οποία συνήθως προτιμούν ειδικές μορφές τουρισμού (περιπέτειας, χειμερινά σπορ, συμμετοχή σε εκδηλώσεις, φεστιβάλ κ.τ.λ.). Αντίθετες προτιμήσεις έχουν οι ηλικιωμένοι. *Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας* αποτελείται από άτομα που απαιτούν ειδικές εγκαταστάσεις και λοιπές ευκολίες, μιας και αρκετοί απ' αυτούς έχουν κινητικά ή άλλα προβλήματα. Προτιμούν επίσης τα οργανωμένα ταξίδια με συμμετοχή σε μεγάλες ομάδες.

1.2.2 Εναλλακτικές μορφές / Είδη τουρισμού

- Κοινωνικός τουρισμός:

Κοινωνικός τουρισμός, σαν ιδιαίτερη μορφή τουρισμού, ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός δηλαδή, αποτελεί το είδος εκείνο του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού

συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες.

- **Αγροτουρισμός:**

Ο αγροτουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που αφορά δραστηριότητες αναψυχής που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία και τις ιδιαιτερότητες της αγροτικής ζωής. Η δραστηριότητα αυτή φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση καθώς και με τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης.

- **Μορφωτικός τουρισμός:**

Αποτελεί μία μορφή τουρισμού όπου τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό την εκπαίδευση και την παρακολούθηση πολιτιστικών ή μορφωτικών εκδηλώσεων. Έτσι οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να συνδυάσουν την εκπαίδευση με ψυχαγωγικές και λοιπές μορφωτικές δραστηριότητες. Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτείται όχι μόνο βασική τουριστική υποδομή αλλά και ειδική υποδομή όπως προγράμματα με πλούσιες πολιτιστικές μορφωτικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.

- **Τουρισμός υγείας:**

Αποτελεί μια μορφή τουρισμού που βλέπουμε να αναπτύσσεται συνεχώς και η οποία απευθύνεται κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας. Αφορά την επίσκεψη σε περιοχές που διαθέτουν ιαματικά λουτρά, πηγές, υδροθεραπευτήρια κτλ, με σκοπό την ίαση από κάποιο νόσημα ή την επίσκεψη για λόγους κοσμετολογίας, ξεκούρασης και χαλάρωσης.

- Θρησκευτικός τουρισμός:

Αποτελεί μια μορφή τουρισμού που απευθύνεται σε άτομα που επισκέπτονται μνημεία και θρησκευτικούς προορισμούς. Οι τουριστικές δραστηριότητες συνήθως αφορούν επισκέψεις λίγων ημερών για κάποιο τόπο, ή επισκέψεις σε μοναστήρια και ναούς για λόγους προσκυνήματος.

- Επαγγελματικός τουρισμός:

Ο επαγγελματικός τουρισμός παρουσιάζεται όταν το πρόσωπο που ταξιδεύει σε άλλη χώρα το κάνει για λόγους καθαρά επαγγελματικούς και όχι για διακοπές. Είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού εφόσον τα ταξίδια αυτά δεν έχουν μόνο επαγγελματικό χαρακτήρα, αλλά εμπλουτίζονται από κάποιες παράπλευρες τουριστικές δραστηριότητες, σε περιπτώσεις που ο χρόνος επιτρέπει στο άτομο να συνδυάσει διακοπές και δουλειά μαζί.

- Συνεδριακός τουρισμός:

Αφορά την συνάντηση ατόμων από διαφορετικά συνήθως μέρη, για μία ή περισσότερες ημέρες, με σκοπό την ανταλλαγή επιστημονικών και ειδικών γνώσεων στο πλαίσιο ενός προκαθορισμένου προγράμματος.

- Τουρισμός περιπέτειας:

Ο τουρισμός περιπέτειας αποτελεί μια από τις πιο ενδιαφέρουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού αφού συνδυάζει διασκέδαση, εξερεύνηση τοποθεσιών, περιπέτεια και γενικά ενασχόληση με καινούργιες δραστηριότητες. Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του κινδύνου, της δράσης, του απροσδόκητου, και της έκπληξης.

- Αθλητικός τουρισμός:

Ο αθλητικός τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο όλων των μορφών ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Για την ανάπτυξη του

αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για εξειδικευμένες γνώσεις και εξοπλισμό από την μεριά των συμμετεχόντων.

1.3 Οι έννοιες της ψυχαγωγίας και της διασκέδασης

1.3.1 Ορισμός διασκέδασης και ψυχαγωγίας

Είναι προφανές πως βασική προϋπόθεση της διασκέδασης και της ψυχαγωγίας αποτελεί η ύπαρξη ελεύθερου χρόνου. Ως ελεύθερος χρόνος ορίζεται ο χρόνος που απομένει, αν αφαιρεθεί ο εργάσιμος χρόνος και ο λεγόμενος νεκρός χρόνος (αυτός που καταναλίσκεται για τη μετάβαση από τη μία δραστηριότητα στην άλλη), και αφήνεται στην ελεύθερη διάθεση του ατόμου σύμφωνα με τις ιδιαίτερες επιθυμίες τους.

Επιπλέον σύμφωνα με το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής σε Ταξίδια και Τουρισμό, διασκέδαση είναι οι δραστηριότητες των ανθρώπων που επιθυμούν να διαθέσουν τον ελεύθερό τους χρόνο ευχάριστα και εποικοδομητικά. Είναι η εκτόνωση και η ψυχική εκφόρτιση που έχει ανάγκη ο άνθρωπος προκειμένου να νιώσει ψυχικά ισορροπημένος. Ιδιαίτερα στην εποχή μας με την πολυπλοκότητα των κοινωνιών και τις μεγάλες απαιτήσεις, τα καταγιστικά μηνύματα και τους αλληλοσυγκρουόμενους ρόλους η διασκέδαση είναι απαραίτητη.

Η ψυχαγωγία με τη σειρά της αποτελείται από το σύνολο των δημιουργικών τρόπων αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου και προσφέρει στον άνθρωπο όχι μόνο ευχαρίστηση, χαλάρωση, φυγή από την καθημερινότητα και τη ρουτίνα αλλά και ψυχική και πνευματική καλλιέργεια. Στενά δεμένη, λοιπόν, η ψυχαγωγία με τη φύση του ανθρώπου υπάρχει όσο και αυτός. Κατά τη διάρκειά της, τα άτομα ξεφεύγουν από τα προβλήματα της καθημερινότητάς τους, απαλλάσσονται από το άγχος, την πλήξη και την ανία, καταστάσεις στις οποίες οδηγεί η μηχανιστική και εξειδικευμένη σημερινή εργασία.

Η αξία της διασκέδασης και της ψυχαγωγίας στη ζωή των ανθρώπων είναι ανεκτίμητη καθώς προσφέρει τη δυνατότητα για ευρύτερη πνευματική και

πολιτιστική καλλιέργεια μέσω των τεχνών, των γραμμάτων, της λογοτεχνίας, του θεάτρου και άλλων μορφών τέχνης.

1.3.2 Η διασκέδαση των νέων

Οι νέοι, ως το μέλλον της κοινωνίας μας, αποτελούν μια κοινωνική ομάδα ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα ως προς την εξέτασή της για διασκέδαση και ψυχαγωγία. Η αλλαγή του βιοτικού επιπέδου των σημερινών κοινωνιών, άλλαξε τις απαιτήσεις των νέων για ικανοποίηση των προσωπικών τους ψυχαγωγικών αναγκών.

Η σημερινή καταναλωτική μας κοινωνία, είναι ιδανική για την κάλυψη των αναγκών των νέων, που συνήθως επιλέγουν να επισκεφθούν κέντρα διασκέδασης και καφετέριες. Οι συναυλίες, οι εκδρομές, το θέατρο, οι αγώνες ποδοσφαίρου, υγρού στίβου και κλασσικού αθλητισμού συμπληρώνουν τις άλλες ασχολίες των νέων.

Οι λόγοι που οι νέοι επιλέγουν να επισκεφθούν ένα κέντρο διασκέδασης ή μια ταβέρνα, έχουν να κάνουν κυρίως με την προσπάθειά τους να ξεχάσουν προσωρινά τις καθημερινές τους ασχολίες που αφορούν συνήθως το σχολείο και το διάβασμά τους.

Με δεδομένα τα πολύ υψηλά ποσοστά ανεργίας στους νέους, άτομα νεαρής ηλικίας συχνά εξαρτώνται οικονομικά από τους γονείς τους. Όταν τα έξοδα της ψυχαγωγίας των νέων καλύπτονται από τους γονείς, τότε κινούνται σε χαμηλά ποσοστά, ενώ όταν οι νέοι έχουν αρκετό χρόνο και δυνατότητα να εργαστούν, τα ποσοστά αυτά αυξάνονται.

Αξίζει να σημειώσουμε, πως παράγοντες όπως το φύλο, η ηλικία και τα ενδιαφέροντα επηρεάζουν πολύ τη διασκέδαση των νέων. Συγκεκριμένα, τα αγόρια εμφανίζονται πιο ανεξαρτητοποιημένα από τα κορίτσια στις ψυχαγωγικές δραστηριότητες που απαιτούν έξοδο από το σπίτι, ενώ οι περισσότεροι από τους μεγαλύτερους σε ομάδα ηλικιών νέοι, έχουν τελειώσει τις σπουδές τους και εργάζονται για να κερδίσουν χρήματα που τους επιτρέπουν να αποκτήσουν

οικονομική ανεξαρτησία και να χρησιμοποιήσουν ένα μέρος των χρημάτων για να διασκεδάσουν (Μυριζάκης, 1997).

1.4 Τουριστική Δαπάνη:

Σε αντίθεση με άλλους σημαντικούς κλάδους της οικονομίας, όπως η Γεωργία, η Βιομηχανία, το Εμπόριο κ.τ.λ, ο τουρισμός δεν αποτυπώνεται σε έναν μεμονωμένο κλάδο καθώς συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους επισκέπτες μιας περιοχής. Κρίνεται επομένως αναγκαίο, προκειμένου να εκτιμηθεί η επίδραση του τουρισμού στην οικονομία, να προσδιορίσουμε τους κλάδους εκείνους που συμμετέχουν στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που συνθέτουν την τουριστική δαπάνη.

Καταρχάς με τον όρο τουριστική δαπάνη εννοούμε το ποσό που καταβάλλεται για την απόκτηση καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών για ίδια χρήση ή προς τρίτους τόσο για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού όσο και κατά τη διάρκεια του. Περιλαμβάνει τις δαπάνες επισκεπτών όπως επίσης και τα έξοδα που καταβάλλονται από άλλα άτομα για λογαριασμό εκείνων. (IRTS'08)¹

Οι κυριότερες κατηγορίες των τουριστικών δαπανών είναι οι ακόλουθες:

- Οι εισερχόμενες τουριστικές δαπάνες, δηλαδή οι δαπάνες από αλλοδαπούς επισκέπτες οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια χώρα αναφοράς.
- Οι εγχώριες τουριστικές δαπάνες οι οποίες περιλαμβάνουν τις δαπάνες ενός μόνιμου κατοίκου της ημεδαπής εντός της χώρας αναφοράς.
- Οι εξερχόμενες τουριστικές δαπάνες οι οποίες σχετίζονται με τα ταξίδια ημεδαπών σε χώρες άλλες από εκείνη της μόνιμης κατοικίας τους.
- Οι δαπάνες εσωτερικού τουρισμού όπου περιλαμβάνουν όλες τις τουριστικές δαπάνες τόσο των μόνιμων όσο και των μη μόνιμων κατοίκων ως επισκεπτών εντός της χώρας αναφοράς. Αποτελεί το άθροισμα των

¹IRTS'08: International Recommendation for Tourism Statistics 2008.

δαπανών του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού και περιλαμβάνει και τις δαπάνες για απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών που εισάγονται στη χώρα αναφοράς και πωλούνται στους επισκέπτες. Ο δείκτης αυτός παρέχει τον πιο ολοκληρωμένο δείκτη μέτρησης τουριστικής δαπάνης στην οικονομία αναφοράς.

Ωστόσο στη μελέτη μας εμείς θα ασχοληθούμε με τις δαπάνες εθνικού τουρισμού που περιλαμβάνουν όλες τις τουριστικές δαπάνες των μόνιμων κατοίκων-επισκεπτών στο εσωτερικό και το εξωτερικό της οικονομίας αναφοράς. Είναι δηλαδή το άθροισμα της δαπάνης εγχώριου τουρισμού και της δαπάνης εξερχόμενου τουρισμού.

Η σύνδεση ενός προϊόντος με τον τουρισμό καθορίζεται από την ιδιότητά του καταναλωτή ως επισκέπτη σε έναν προορισμό. Ένα άτομο καταναλώνει αγαθά και υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό όταν πραγματοποιεί ένα ταξίδι σε μια περιοχή άλλη της μόνιμης κατοικίας του, η ζήτηση των οποίων θα ήταν πολύ μικρή σε μια οικονομία όπου ο τουρισμός δεν θα είχε αναπτυχθεί. Επομένως, οι κατηγορίες των προϊόντων που χρησιμοποιούνται για την εκτίμηση της τουριστικής δαπάνης συνδέονται με τις ανάγκες ενός επισκέπτη και διακρίνονται στα καταλύματα, στη διατροφή (φαγητό και ποτά), στις μεταφορές, στις υπηρεσίες των ταξιδιωτικών πρακτορείων, στις ψυχαγωγικές-πολιτιστικές δραστηριότητες και στις αγορές αναμνηστικών δώρων αλλά και προϊόντων καθημερινής χρήσης. (IOBE)

Το παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 1) απεικονίζει τη σύνδεση αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με την τουριστική δαπάνη.

Διάγραμμα 1: Κατηγορίες αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με την τουριστική δαπάνη



Πηγή IOBE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°:

2.1 Τουριστική ζήτηση

Η κατανόηση της τουριστικής ζήτησης κρίνεται ως μεγάλης σημασίας καθώς διαμορφώνεται μέσα από μια σειρά ποικίλων παραγόντων. Τα τελευταία χρόνια έχει πραγματοποιηθεί ένας μεγάλος αριθμός από εμπειρικές μελέτες που εκτιμούν τη τουριστική ζήτηση και τους παράγοντες που την καθορίζουν, παρέχοντας η κάθε μια από αυτές μια πολύτιμη συμβολή στο εξεταζόμενο θέμα.

Καταρχάς ως τουριστική ζήτηση θεωρείται σύμφωνα με το WTO (World Trade Organization, 1998) η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που οι καταναλωτές (τουρίστες) είναι πρόθυμοι να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά και δεδομένο χρόνο. Έτσι τα άτομα κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις, όπως είναι το εισόδημα, ο ελεύθερος χρόνος που διαθέτουν κ.α, πρέπει να πάρουν μια σειρά αποφάσεων για το αν θα κάνουν διακοπές ή όχι, τι τύπο και διάρκεια διακοπών θα κάνουν, ποιό προορισμό θα επιλέξουν κ.ο.κ.

Η κλασική οικονομική θεωρία υποδηλώνει πως οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι οι οικονομικοί παράγοντες όπως το εισόδημα των τουριστών και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και άλλοι μη ποσοτικοί παράγοντες όπως η οικογενειακή κατάσταση, οι προτιμήσεις, τα χαρακτηριστικά της χώρας υποδοχής κ.α.

2.2 Χαρακτηριστικά της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος

Η μεταβολή της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος επηρεάζεται σημαντικά από τις μεταβολές που πραγματοποιούνται στη τιμή του όσο και από τις μεταβολές που συμβαίνουν στο εισόδημα του τουρίστα-καταναλωτή. Ο καταναλωτής έχει πάντα τη δυνατότητα να επιλέξει αν θα πάει ή όχι διακοπές επηρεαζόμενος από οικονομικούς, πολιτικούς ή άλλους λόγους.

Η εμφάνιση νέων μορφών τουρισμού οδήγησε στην τμηματοποίηση της αγοράς η οποία έχει ως στόχο να προσεγγίσει περισσότερο τον τουρίστα και να ικανοποιήσει καλύτερα συγκεκριμένες επιθυμίες-ανάγκες του. Το τουριστικό προϊόν τα τελευταία χρόνια έχει διεθνοποιημένο χαρακτήρα ακολουθώντας τη τάση των διεθνοποιημένων οικονομιών. Έτσι εισήλθαν στην αγορά νέα προϊόντα και νέοι τουριστικοί προορισμοί, οι οποίοι μέχρι πρόσφατα δεν είχαν προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού. Επιπλέον το τουριστικό προϊόν προσφέρεται σε ένα μεγάλο αριθμό προμηθευτών, έτσι οι καταναλωτές έχουν να επιλέξουν μεταξύ μιας μεγάλης γκάμας τουριστικών προορισμών.

Τα κυριότερα όμως χαρακτηριστικά τα οποία παρουσιάζει η τουριστική ζήτηση είναι το ζήτημα της εποχικότητας και της ελαστικότητας της τιμής που θα αναλύσουμε παρακάτω.

i. Ελαστικότητα ζήτησης τουριστικού προϊόντος

Η ελαστικότητα ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών μετρά την αντίδραση αυτών που αγοράζουν τις υπηρεσίες σε μια μεταβολή της τιμής τους, όταν όλοι οι άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση παραμένουν αμετάβλητοι. Η ζήτηση είναι ελαστική αν μια δεδομένη αύξηση της τιμής για τουριστικές υπηρεσίες προκαλεί συγκριτικά μεγαλύτερη μείωση της ποσότητας των υπηρεσιών που ζητούνται. Αντίθετα η ζήτηση είναι ανελαστική αν μια δεδομένη αύξηση της τιμής των τουριστικών υπηρεσιών προκαλεί συγκριτικά μικρότερη μείωση της ποσότητας που ζητείται.

Οι κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ελαστικότητα ζήτησης είναι ο βαθμός υποκατάστασης και το μέγεθος της τουριστικής δαπάνης. Ο βαθμός υποκατάστασης μπορεί να γίνει είτε μεταξύ των διαφόρων τουριστικών προορισμών είτε μεταξύ του επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών επιλέγοντας χαμηλότερη ποιότητα υπηρεσιών ή περιορίζοντας τις δαπάνες στα βασικά απαραίτητα για το ταξίδι προκειμένου να μειώσει τις δαπάνες του.

Η εμπειρική έρευνα έχει δείξει ότι η τιμή ελαστικότητας ζήτησης ως προς τη τιμή του τουριστικού προϊόντος είναι υψηλότερη από τη μονάδα, γεγονός που σημαίνει ότι μια μείωση της τιμής του τουριστικού προϊόντος κατά 10% θα οδηγήσει σε υψηλότερη από 10% αύξηση της ζήτησης για τουριστικές υπηρεσίες.

ii. Η Εποχικότητα του Τουρισμού

Εποχικότητα τουρισμού είναι το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους. Αυτή η εποχική συγκέντρωση αφορά κατεξοχήν στον τουρισμό των διακοπών και όχι στον οφειλόμενο σε άλλα κίνητρα τουρισμό όπως είναι για παράδειγμα ο επαγγελματικός ή ο συνεδριακός τουρισμός.

Η εποχική φυσιογνωμία του τουριστικού φαινομένου αποτελεί σημαντικό πρόβλημα καθώς οι αλλαγές των καιρικών συνθηκών (φυσική εποχικότητα), μαζί με τις άδειες εργασίας τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα (θεσμική εποχικότητα) είναι οι παράγοντες που καθορίζουν την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων αλλά και το ζήτημα της απασχόλησης του κατάλληλου τουριστικού προσωπικού.

Οι παρακάτω περιπτώσεις αποτελούν μερικά από τα βασικότερα αίτια της εποχικότητας:

- Κάποιες τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένη εποχή του χρόνου όπως για παράδειγμα τα χειμερινά σπορ.
- Η χρονική περίοδος των σχολικών διακοπών που αποτελεί και την περίοδο που δίνονται συνήθως οι άδειες των διακοπών από τις επιχειρήσεις, δίνει στις οικογένειες τη δυνατότητα να την επιλέγουν για να παραθερίσουν.
- Αν και κάποιες δραστηριότητες μπορούν να πραγματοποιηθούν όλες τις εποχές, στην τελική απόφαση του υποψήφιου τουρίστα παίρνουν μέρος και παράγοντες όπως το κλίμα. Επόμενο λοιπόν μερικές φορές είναι, το καλοκαίρι να υπερτερεί του χειμώνα, λόγω ευνοϊκότερων καιρικών συνθηκών.

Παρά το γεγονός ότι ο κλάδος του τουρισμού προσφέρεται για δημόσιες ή για ιδιωτικές επενδύσεις, η εποχικότητα είναι αυτή που παίζει το σημαντικότερο ρόλο, καθώς επηρεάζει τη χρήση της γης και των κτιρίων με αποτέλεσμα οι αποδόσεις να είναι χαμηλές. Αυτός είναι και ο λόγος που πολλοί επιχειρηματίες διστάζουν να “σκλαβώσουν” τα κεφάλαιά τους για μεγάλο χρονικό διάστημα σε μια τουριστική δραστηριότητα. Η απασχόληση από την πλευρά των εργαζομένων σε εποχικές εργασίες έχει και αυτή μειονεκτήματα καθώς ο απασχολούμενος στον τουρισμό έχει ένα αβέβαιο μέλλον και η εργασία που προσφέρει έχει τις περισσότερες φορές ημερομηνία λήξης.

Οι αρνητικές συνέπειες της εποχικότητας επιδρούν σημαντικά στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες, στην εποχική απασχόληση και στις τιμές. Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις επηρεάζουν σημαντικά τις τουριστικές και μη τουριστικές επιχειρήσεις, τη δημόσια διοίκηση, και τα έργα υποδομής που χαρακτηρίζονται από την περίοδο αιχμής και την περίοδο μερικής ή σχεδόν μηδενικής χρησιμοποίησής τους. Αποτελέσματα της κατάστασης που προκύπτει είναι:

- οικονομικές σπατάλες (τουριστικά καταλύματα και μεταφορικά μέσα)
- επιβάρυνση τομέων όπως τηλεπικοινωνίες, ύδρευση κτλ
- έλλειψη άνεσης και ασφάλειας
- διάρθρωση της απασχόλησης και πληθωριστικές τάσεις
- αρνητικές περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις

2.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση και τις δαπάνες του τουριστικού προϊόντος

Η ζήτηση για τουρισμό (από χώρα προέλευσης σε χώρα προορισμού) επηρεάζονται από παράγοντες που εξαρτώνται από το σκοπό του ταξιδιού. Η ζήτηση για παράδειγμα για τουρισμό διακοπών και αναψυχής επηρεάζεται κυρίως από το εισόδημα, το διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, το σχετικό επίπεδο τιμών στη χώρα προέλευσης και στη χώρα προορισμού κ.α, ενώ η ζήτηση για επαγγελματικά ταξίδια επηρεάζεται κυρίως από τη γεωγραφική θέση των επαγγελματικών κέντρων.

Διάφορα υποδείγματα έχουν διατυπωθεί προκειμένου να εξηγήσουν τη ζήτηση για τουρισμό τα οποία και διακρίνουμε σε δυο κατηγορίες στα υποδείγματα μιας εξίσωσης και στα υποδείγματα περισσότερων εξισώσεων. Τα υποδείγματα μίας εξίσωσης υποθέτουν ότι η ζήτηση για τουρισμό εξαρτάται από το εισόδημα, τις σχετικές τιμές και/ή τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, το κόστος μεταφοράς καθώς επίσης και άλλους παράγοντες όπως είναι η πολιτική αστάθεια, σημαντικά αθλητικά γεγονότα κ.α .

Παρά το γεγονός ότι αναγνωρίζεται η χρησιμότητα αυτής της προσέγγισης υποστηρίζεται ότι ένα υπόδειγμα μιας μόνο εξίσωσης δεν μπορεί να συμπεριλάβει όλες τις μεταβλητές που επηρεάζουν τη ζήτηση για τουρισμό. Έτσι προκειμένου να εξηγηθεί η σημασία των αλληλεξαρτήσεων που υπάρχουν μεταξύ των ανταγωνιζόμενων προορισμών, οι ερευνητές μετακινήθηκαν σε υποδείγματα περισσότερων εξισώσεων.

Στην οικονομετρική βιβλιογραφία συναντάμε μια πληθώρα μελετών που έχουν ως αντικείμενο έρευνας τον προσδιορισμό των παραγόντων, ποσοτικών ή μη, που επηρεάζουν και καθορίζουν τη ζήτηση για τουρισμό. Επειδή σχεδόν το 70% των ταξιδιών γίνονται για διακοπές, τα υποδείγματα που έχουν διαμορφωθεί λαμβάνουν υπόψη τους παράγοντες που επηρεάζουν αυτή τη μορφή τουρισμού.

Παρακάτω αναλύουμε τους κυριότερους παράγοντες που επιδρούν στη ζήτηση και στις δαπάνες του τουριστικού προϊόντος.

i) Οικονομικοί παράγοντες

Εισόδημα: Το εισόδημα των νοικοκυριών έχει προσδιοριστεί, με βάση μια πληθώρα μελετών, ως ο σημαντικότερος παράγοντας της τουριστικής ζήτησης. Οι αλλαγές στο εισόδημα των καταναλωτών μπορεί να προκαλέσουν αλλαγές στη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, καθώς αυξάνεται η αγοραστική τους δύναμη. Στο συμπέρασμα αυτό κατέληξε και η μελέτη των Nicolau and Mas (2008), στην έρευνα που πραγματοποίησαν στην Ισπανία και αφορά την απόφαση των τουριστών για διακοπές. Συγκεκριμένα η μελέτη καταλήγει πως τα υψηλότερα ατομικά μηνιαία εισοδήματα σχετίζονται θετικά με την απόφαση για διακοπές, ωστόσο δεν επιλέγουν πάντα τους ακριβότερους προορισμούς. Ακόμα, τα εύπορα νοικοκυριά των οποίων το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα υπερβαίνει τις 35.000 € ταξιδεύει συχνότερα σε σύγκριση με τα οικονομικά χαμηλότερα νοικοκυριά, καθώς ο τουρισμός συγκαταλέγεται στα αγαθά πολυτελείας. Επίσης παρατηρείται ότι τα πιο εύπορα νοικοκυριά επιλέγουν περισσότερες μέρες διακοπών, διαμένοντας σε πιο ακριβά ξενοδοχεία και ιδιόκτητα ή ενοικιαζόμενα δωμάτια, γεγονός που επηρεάζει θετικά τις δαπάνες τους για διακοπές.

Ο ρόλος της τιμής: Ο ρόλος της τιμής αποτελεί το δεύτερο κατά σειρά προσδιοριστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης μετά το εισόδημα. Για ένα προϊόν όπως ο διεθνής τουρισμός, η μεταβλητή της τιμής είναι πολύπλοκη καθώς αποτελεί συνάρτηση πολλών άλλων αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες. Το κόστος μεταφοράς από τη χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού, οι τιμές των υποκατάστατων και συμπληρωματικών προϊόντων (προορισμών) και οι αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο και βαρύτητα την απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει (Crouch, 1992).

Εγχώριες τιμές: Στις εγχώριες τιμές συμπεριλαμβάνεται το κόστος των αγαθών και των υπηρεσιών στη χώρα προορισμού, το κόστος διαμονής, η σίτιση, η διασκέδαση, οι μεταφορές κ.α. Επομένως μια αύξηση στο επίπεδο τιμών, της χώρας προορισμού αποθαρρύνει τους τουρίστες να κινηθούν προς αυτήν την κατεύθυνση. Αν οι τιμές στον προορισμό αυξηθούν κατά μεγαλύτερο ποσοστό από τις αντίστοιχες στη χώρα προέλευσης και η αύξηση αυτή δεν αντισταθμίζεται από τις αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες τότε το σχετικό κόστος του ταξιδιού έχει σαφώς αυξηθεί. Αν όμως οι δύο επιρροές αντισταθμίζουν ακριβώς η μία την άλλη, τότε οι σχετικές τιμές παραμένουν αμετάβλητες. Συμπερασματικά, θα λέγαμε πως οι τουρίστες είναι ευαίσθητοι και αντιδρούν στις αλλαγές των τιμών στη χώρα προορισμού, με μια πτώση στις τιμές να συνεπάγεται αύξηση της ζήτησης του τουρισμού για τη χώρα αυτή.

Κόστος μεταφοράς: Η απόσταση αποτελεί σημαντικό παράγοντα ο οποίος επιδρά θετικά στις δαπάνες των τουριστών καθώς οι καταναλωτές (τουρίστες) καλούνται να πληρώσουν το κόστος μεταφοράς προκειμένου να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι. Οι μεγαλύτερες αποστάσεις συνεπάγονται μεγαλύτερες δαπάνες που προκύπτουν λόγω του υψηλού μεταφορικού κόστους, ιδιαίτερα όταν επιλέγουν ως μέσο μεταφοράς το αεροπλάνο. Επιπλέον, σημαντικό παράγοντα που επιδρά θετικά στα έξοδα των διακοπών αποτελεί και ο προορισμός του ταξιδιού (εσωτερικός ή εξωτερικός τουρισμός). Άτομα που πραγματοποιούν ταξίδια στο εξωτερικό τείνουν να δαπανούν πολύ περισσότερα χρήματα συγκριτικά με εκείνους που επιλέγουν προορισμούς του εσωτερικού.

ii) Κοινωνικό-δημογραφικοί παράγοντες

Παράγοντες όπως η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το επάγγελμα, και το επίπεδο εκπαίδευσης προκαλούν σημαντικές μεταβολές στη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας νέες τμηματοποιήσεις των τουριστικών αγορών.

Συγκεκριμένα, η ηλικία φαίνεται να επιδρά σε διαφορετικό βαθμό στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει καθώς οι νέοι και τα άτομα τρίτης ηλικίας διαθέτουν περισσότερο χρόνο για ταξίδια. Σε ό, τι αφορά τις δαπάνες των διακοπών, πιο αυξημένες παρουσιάζονται αυτές των ηλικιακών ομάδων 26-46 ετών, ενώ μετά την ηλικία των 46 παρατηρείται πτώση στις δαπάνες τουρισμού, ως τα 65 έτη, όπου και οι δαπάνες φτάνουν στο χαμηλότερό τους επίπεδο (Nicolau and Mas, 2005a).

Επιπλέον, το μέγεθος του νοικοκυριού λειτουργεί ως ανασταλτικός παράγοντας στην απόφαση για διακοπές. Η ύπαρξη παιδιών μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων τύπων διακοπών όπως τα μακρινά και περιπετειώδη ταξίδια, καθώς αυξάνεται ο οικογενειακός προϋπολογισμός για τις τουριστικές τους δαπάνες. Στα ίδια συμπεράσματα κατέληξε και η έρευνα των Dolnicar et al, που πραγματοποιήθηκε στην Αυστραλία το 2008, σύμφωνα με την οποία οι ανύπαντροι άνδρες χωρίς τέκνα, δαπανούν λιγότερα στις διακοπές τους από τα ζευγάρια ή τους παντρεμένους με παιδιά.

Σημαντικό επίσης κρίνεται και το επίπεδο μόρφωσης, καθώς τα μορφωμένα άτομα έχουν καλύτερη πληροφόρηση και διαφορετικά κίνητρα για να ταξιδέψουν. Τέλος, δεν θα μπορούσε να παραληφθεί και η επίδραση του επαγγέλματος σε ό,τι αφορά τις δαπάνες ενός ταξιδιού. Τα άτομα που κατέχουν διευθυντικές θέσεις δαπανούν περισσότερο από τους τεχνίτες, τους πωλητές και τα διοικητικά στελέχη, και 3 φορές περισσότερο από τα άτομα που ασκούν χειρωνακτικό επάγγελμα (Cai, 1999). Συμπεραίνουμε λοιπόν, πως άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου με εξέχουσα επαγγελματική σταδιοδρομία, δαπανούν αρκετά μεγάλο χρηματικό ποσό για τα ταξίδια τους.

iii)

Πολιτικοί- διεθνείς παράγοντες

Διάφοροι διεθνείς και πολιτικοί παράγοντες επηρεάζουν το διεθνή τουρισμό ασκώντας άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές επιδράσεις. Τα τρομοκρατικά χτυπήματα, η πολιτική αστάθεια στο εσωτερικό μιας χώρας και οι δραστηριότητες

βίας και πολέμου προκαλούν μείωση του τουρισμού σε έναν προορισμό, ή και ακόμη την εξαφάνισή του από τον τουριστικό χάρτη, στρέφοντας τους τουρίστες στην αναζήτηση ασφαλέστερων προορισμών. Επίσης οι πετρελαικές κρίσεις, επηρεάζουν τις τιμές του τουρισμού αυξάνοντας το κόστος ταξιδιού και αποτελούν αποτρεπτικό παράγοντα στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει. Από την άλλη πλευρά αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες, και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, αυξάνουν την αναγνωσιμότητα των περιοχών αυτών με φυσικό επακόλουθο το αυξημένο τουριστικό ρεύμα προς τις συγκεκριμένες χώρες.

iv) Ψυχολογικοί παράγοντες

Το ταξίδι αποτελεί μια διέξοδο από την ρουτίνα και φυγή προς την ξεκούραση, την ηρεμία και το διαφορετικό περιβάλλον. Οι τουρίστες ωθούνται σε αυτή την επιλογή από την ψυχολογική τους ανάγκη να ξεφύγουν από έναν τρόπο ζωής που χαρακτηρίζεται από ένταση στους ρυθμούς εργασίας. Η απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει, επηρεάζεται από τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και της ψυχοσύνθεσής του, τις επιθυμίες του, τα ενδιαφέροντά του και το πολιτιστικό του υπόβαθρο. Οι πολιτική αστάθεια που προκάλεσε η παγκόσμια οικονομική κατάσταση έχει ψυχολογικό αντίκτυπο στους τουρίστες που συνεπάγεται την μείωση της διεθνούς ζήτησης για τουρισμό.

v) Φυσικοί –κλιματολογικοί παράγοντες

Τα ιδιαίτερα κλιματολογικά και φυσικά στοιχεία της κάθε χώρας προορισμού, όπως η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία κ.α παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος τουρισμός, τουρισμός χειμερινών σπορ κτλ) και ανταποκρίνεται σε διαφορετικό βαθμό στις ψυχολογικές ανάγκες του κάθε ατόμου.

2.4 Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση και τις δαπάνες για διασκέδαση

Οι δαπάνες των δραστηριοτήτων για αναψυχή επηρεάζονται κυρίως από προσωπικούς παράγοντες όπως είναι το εισόδημα, η ηλικία, το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, ο χρόνος που αφιερώνεται στη διασκέδαση κ.τ.λ. Εκτός από τα δημογραφικά στοιχεία άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές του ατόμου για ψυχαγωγία και διασκέδαση είναι η πνευματική καλλιέργεια και η γενικότερη παιδεία και ψυχοσύνθεση του ατόμου, το υλιστικό πνεύμα της εποχής, οι ευκαιρίες που παρέχει το ευρύτερο πολιτιστικό περιβάλλον καθώς και οι οικονομικές δυνατότητες του κάθε ατόμου.

Οι δραστηριότητες αναψυχής και διασκέδασης ταξινομούνται σε ποικίλες κατηγορίες ανάλογα με τη προσέγγιση του κάθε ερευνητή πάνω στο θέμα. Οι περισσότεροι εντάσσουν τις δραστηριότητες διασκέδασης στις ακόλουθες δυο κατηγορίες : α) στις δραστηριότητες που διεξάγονται εκτός της οικίας και β) σε αυτές που λαμβάνουν χώρα εντός της οικίας. Ωστόσο ορισμένοι συγγραφείς θεωρούν ελλιπή την παραπάνω κατηγοριοποίηση και προσθέτουν την κατηγορία “κοινωνικές δραστηριότητες” ως συμπλήρωμα στις παραπάνω δυο κατηγορίες. Είναι προφανές πως οι δραστηριότητες εκτός οικίας είναι κυρίως αυτές στις οποίες τα άτομα δαπανούν τα περισσότερα χρήματα σε σχέση με τις δραστηριότητες εντός σπιτιού.

Το εισόδημα φαίνεται να επιδρά θετικά στις δαπάνες διασκέδασης καθώς όσο αυξάνεται το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα τόσο αυξάνονται και οι δαπάνες για διασκέδαση. Στη μελέτη τους οι Weagly and Huh (2004 b) βρήκαν ότι η ελαστικότητα του ετήσιου εισοδήματος για δραστηριότητες διασκέδασης εκτός σπιτιού ανέρχεται στο 1,70 ενώ για τις δραστηριότητες εντός οικίας ανέρχεται στο 0,68. Ωστόσο, σύμφωνα με μελέτη των ιδίων συγγραφέων, για τους συνταξιούχους το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα συνδέεται αρνητικά με τις δαπάνες για διασκέδαση (Weagly and Huh, 2004 a).

Τα εισοδήματα από άλλες πηγές εκτός μισθού αποτελούν άλλον έναν παράγοντα που επιδρά θετικά στις δαπάνες για διασκέδαση. Παρατηρείται όμως πως αν τα άτομα παίρνουν σύνταξη ή αναμένεται να βγουν σε σύνταξη τα εισοδήματα από άλλες πηγές μειώνουν την πιθανότητα να δαπανήσουν μεγάλο ποσό χρημάτων σε δραστηριότητες αναψυχής εκτός οικίας (Weagly and Huh, 2004 b).

Σημαντικό ρόλο στις δαπάνες διασκέδασης παίζει και το μέγεθος του νοικοκυριού, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη ο παράγοντας της ηλικίας των μελών του νοικοκυριού. Τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας δαπανούν κατά μέσο όρο λιγότερα χρήματα συγκριτικά με άτομα νεώτερης ηλικίας. Συγκεκριμένα τα άτομα που έχουν ηλικία άνω των 44 ετών τείνουν να μειώνουν τα έξοδα τους που αφορούν δραστηριότητες εκτός οικίας και κοινωνικές δραστηριότητες.

Επιπλέον, η ύπαρξη παιδιών επιδρά αρνητικά τόσο στο διαθέσιμο χρόνο για δραστηριότητες αναψυχής, εξαιτίας του περιορισμένου ελεύθερου χρόνου των γονέων, όσο και στις δαπάνες για αναψυχή λόγω της συνολικής αύξησης των συνολικών δαπανών εντός της οικίας. Τα άγαμα νοικοκυριά ασχολούνται περισσότερο με δραστηριότητες εκτός οικίας και δαπανούν περισσότερα χρήματα για τη διασκέδασή τους από ότι τα έγγαμα νοικοκυριά καθώς τα τελευταία έχουν αυξημένες απαιτήσεις.

Ένας άλλος παράγοντας που επιδρά στις δαπάνες για διασκέδαση είναι το φύλο. Οι άντρες κάτω των 30 ετών φαίνεται να είναι αυτοί που όχι μόνο βγαίνουν περισσότερο αλλά και δαπανούν περισσότερα χρήματα στις εξόδους τους. Επίσης, σύμφωνα με τη μελέτη των Dardis et all. (1994) οι υψηλότερες δαπάνες για δραστηριότητες αναψυχής εκτός σπιτιού εντοπίζονται σε νοικοκυριά όπου επικεφαλής είναι ο άντρας από ότι σε νοικοκυριά που έχουν ως επικεφαλής γυναίκα.

Βασική προϋπόθεση για να ασχοληθεί κάποιος με δραστηριότητες αναψυχής είναι η διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου, την οποία συνήθως διαθέτουν τα νεώτερα άτομα, οι άνεργοι και τα άτομα που εργάζονται part time (ημισιασχόληση). Αν

και τα άτομα που ανήκουν στις παραπάνω κατηγορίες διαθέτουν τον απαραίτητο ελεύθερο χρόνο που απαιτείται, περιορίζουν κατά πολύ τις δαπάνες τους για διασκέδαση σε σύγκριση με άτομα που εργάζονται πλήρες ωράριο και αυτό κυρίως για οικονομικούς λόγους.

Τέλος η τοποθεσία που βρίσκεται το νοικοκυριό επιδρά και αυτό με τη σειρά του στις δαπάνες για αναψυχή. Σύμφωνα με την έρευνα των Dardis et all (1994), που διεξήχθη στις ΗΠΑ σε δείγμα 2088 νοικοκυριών και αφορούσε τις δαπάνες του ελεύθερου χρόνου, τα αγροτικά νοικοκυριά φαίνεται να δαπανούν λιγότερα χρήματα τόσο για τις εντός όσο και για τις εκτός σπιτιού δραστηριότητες. Το γεγονός αυτό είναι ενδεικτικό των διαφορετικών συνθηκών διαβίωσης και των περιορισμένων δυνατοτήτων ψυχαγωγίας των κατοίκων των περιοχών αυτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°:

3.1 Τουρισμός και οικονομία

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους και πιο δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας σημειώνοντας συνεχή άνοδο και διαφοροποίηση με την ανάδειξη νέων χωρών και προορισμών στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη.

Η θέση του τουρισμού στην οικονομία μιας χώρας είναι πολύ σημαντική όταν η χώρα αυτή έχει αναπτυγμένη την τουριστική της δραστηριότητα. Συγκεκριμένα, μέσω του τουρισμού δημιουργούνται σημαντικές επενδύσεις κεφαλαίων στα έργα τουριστικής ανάπτυξης (λιμάνια, δρόμοι, αξιοποίηση φυσικών πόρων) , οι οποίες επενδύσεις με τη σειρά τους προσφέρουν πολλαπλά οφέλη τα οποία διοχετεύονται σε όλη την οικονομία στηρίζοντας τις παραγωγικές της δομές και την περιφερειακή ανάπτυξη.

Η ανάπτυξη του τουρισμού, εκτός από την άμεση δαπάνη των επισκεπτών σε μια περιοχή, επιφέρει πρόσθετες θετικές επιπτώσεις στην οικονομία καθώς κινητοποιεί σημαντικό αριθμό παραγωγικών μονάδων που δραστηριοποιούνται για τη κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται.

Επίσης, ο τουριστικός τομέας προσφέρει άμεσα σημαντικά έσοδα στην οικονομία της χώρας καθώς οι εισροές από τον τουρισμό ετησίως αποτελούν μεγάλο κομμάτι των συνολικών εισροών μιας οικονομίας. Τέλος η τουριστική δραστηριότητα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας συμβάλλοντας έτσι στο εισόδημα των ανθρώπων και κατά επέκταση στην κατανάλωσή τους.

3.2 Η θέση του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας

Ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, στην απασχόληση και στις επενδύσεις. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, οι ήπιες κλιματολογικές

συνθήκες, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό κάλλος έχουν ως αποτέλεσμα η χώρα να συγκαταλέγεται μεταξύ των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Ταυτόχρονα ο τουρισμός μαζί με τη ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς τομείς της ελληνικής οικονομίας, με την εισροή ταξιδιωτικού συναλλάγματος να επιδρά θετικά στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας, συμβάλλοντας στη μείωση του ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών.

Πίνακας 1

Βασικά μεγέθη του Ελληνικού τουρισμού 2011

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,5% (WTTC)
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,4% της συνολικής απασχόλησης (WTTC)
Απασχόληση (άμεση και έμμεση)	758.300 (WTTC)
Έσοδα	10,5 δις. € (ΤτΕ)
Αφίξεις αλλοδαπών	16,4 εκατ.
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	639 €
Μερίδιο αγοράς	1,7% παγκοσμίως, 3,3% Ευρώπη
Εποχικότητα	54% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο-Αύγουστο-Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνεται σε 4 περιοχές στην Ελλάδα (ΞΕΕ)
Ξενοδοχειακή υποδομή	9.648 ξενοδοχεία/763.668 κλίνες (ΞΕΕ)
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.240.481), Ην. Βασίλειο (1.758.093), ΠΓΔΜ (1.356.000), Γαλλία (1.149.388), Ιταλία (843.613) (ΤτΕ)
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (3.123.631), Ηράκλειο (2.137.230), Ρόδος (1.717.477), Θεσσαλονίκη (869.929), Κως (843.171) (ΕΛ.ΣΤΑΤ)

Πηγή ΣΕΤΕ 2011 α.

Από τον παραπάνω πίνακα (Πίνακας 1) βλέπουμε πως το 2011 η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν ήταν στο 16,5% και τα έσοδα ανήλθαν σε 10,5 δις ευρώ. Επιπλέον το ποσοστό απασχόλησης στον κλάδο (άμεσα και έμμεσα) αντιστοιχεί στο 18,4% της συνολικής απασχόλησης της χώρας (758.300 θέσεις εργασίας), ποσοστό που αυξάνεται κατά την καλοκαιρινή περίοδο όταν και κορυφώνεται η τουριστική ζήτηση.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι η μεγαλύτερη συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας προέρχεται από τις υπηρεσίες καταλύματος ενώ σε συνδυασμό με την εστίαση αποτελούν τα 2/3 της άμεσης επίδρασης του τουρισμού. Σημαντική επίσης είναι η συνεισφορά στο ΑΕΠ από τις μεταφορές ιδιαίτερα τις θαλάσσιες και τις οδικές. Στις αεροπορικές μεταφορές η αντίστοιχη συνεισφορά είναι μειωμένη παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των αφίξεων πραγματοποιείται με το συγκεκριμένο μεταφορικό μέσο. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και τη μετακίνηση μεγάλου αριθμού τουριστών με ναυλωμένες πτήσεις (chapter), η πλειοψηφία των οποίων πραγματοποιούνται από ξένες αεροπορικές εταιρίες.

Επιπλέον, η συνεισφορά από τα ταξιδιωτικά γραφεία και από τις πολιτιστικές-ψυχαγωγικές-αθλητικές δραστηριότητες κυμαίνεται στο 4% περίπου ενώ για το λιανικό εμπόριο προσεγγίζει το 5%. Σε ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό και τις διοργανώσεις εμπορικών εκθέσεων η συνεισφορά του κλάδου είναι σχετικά μικρή, με θετικές όμως επιπτώσεις κυρίως για τα ξενοδοχεία και για την εστίαση.

Τέλος ο ελληνικός τουρισμός συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2011 ήταν 17^η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 19^η σε επίπεδο εσόδων. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.

3.3 Οικονομική κρίση

Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε το 2008 στην παγκόσμια αγορά-έχοντας ήδη δείξει τα συμπτώματά της από το 2^ο εξάμηνο του 2007-έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις και έχει επηρεάσει αρνητικά σημαντικούς κλάδους της οικονομίας. Η κρίση αυτή εκκολάφθηκε σταδιακά την τελευταία δετία, πυροδοτήθηκε το 2008 στις ΗΠΑ από την αγορά στεγαστικών δανείων μεγάλου ρίσκου και εξαπλώθηκε ταχύτατα σε όλον τον υπόλοιπο κόσμο. Από το ξέσπασμα της κρίσης η διεθνείς χρηματαγορές βρίσκονται σε ελεύθερη πτώση χωρίς προοπτική σύντομης ανάκαμψης.

Οι οικονομολόγοι συμφωνούν ότι η παγκόσμια οικονομία έχει εισέλθει σε περίοδο παρατεταμένης ύφεσης. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της ύφεσης είναι η συρρίκνωση των καταναλωτικών δαπανών, η αύξηση της ανεργίας και η εμφάνιση ισχυρών αποπληθωριστικών τάσεων. Είναι προφανές ότι η οικονομική αυτή αναταραχή δεν θα μπορούσε να αφήσει ανέπαφη και τη χώρα μας επηρεάζοντας σημαντικά τόσο τον κλάδο του τουρισμού όσο και αυτόν της ψυχαγωγίας, καθώς οι καταναλωτές επαναπροσδιορίζουν την ιεράρχηση των καταναλωτικών τους αναγκών.

3.3.1 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

Πολύ πριν ακόμα ξεσπάσει η οικονομική κρίση ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά προβλήματα που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες. Η μεγάλη ύφεση του τουριστικού τομέα τα τελευταία χρόνια, το κλείσιμο ξενοδοχείων με κύρος και η μείωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διαχρονικά θέτουν πολλούς προβληματισμούς. Η οικονομική κρίση ανέδειξε νέους τομείς τουρισμού και νέους ανταγωνιστές στο διεθνές στερέωμα, όπως η Τουρκία και η Κροατία, που προσφέρουν παρόμοιο προϊόν σε καλύτερη τιμή.

Στη χώρα μας, ο μεγαλύτερος αριθμός ξένων επισκεπτών προέρχεται από τη Γερμανία και το Ην. Βασίλειο καθώς αυτές οι δύο χώρες αποτελούν το ήμισυ περίπου των τουριστικών μας αφίξεων. Ωστόσο το μερίδιο τους βαίνει μειούμενο τα τελευταία χρόνια καθώς και οι χώρες αυτές βιώνουν τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. Ενδεικτικό είναι ότι το 2010 το ποσοστό από τις χώρες αυτές διαμορφώθηκε στο 14% και 12% των συνολικών αφίξεων όταν το 2000 κυμαινόταν στο 19% και 22% αντιστοίχως.

Στην μείωση επίσης των αφίξεων συνέβαλε και η υποτίμηση του νομίσματος πολλών από τις χώρες-μέλη της ΕΕ, εκτός Ευρωζώνης και Ανατολικής Μεσογείου, καθιστώντας το τουριστικό μας προϊόν πιο ακριβό από τις ανταγωνίστριες χώρες.

Ένας άλλος παράγοντας που θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας είναι ότι η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζει εξαιρετικά μεγάλη εισοδηματική ελαστικότητα και οι δαπάνες για τουριστικές υπηρεσίες δεν αποτελούν την πρώτη προτεραιότητα διάθεσης του εισοδήματος. Όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο οι κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ελαστικότητα ζήτησης είναι ο βαθμός υποκατάστασης και το μέγεθος της τουριστικής δαπάνης. Έτσι προκειμένου κάποιος να μειώσει τη ποσότητα των τουριστικών υπηρεσιών που ζητούνται είτε θα ζητήσει χαμηλότερη ποιότητα υπηρεσιών, μειώνοντας έτσι τις δαπάνες του είτε θα περιορίσει τις δαπάνες του στα βασικά απαραίτητα για το ταξίδι.

Με την οικονομική κρίση να έχει πλήξει τα ελληνικά νοικοκυριά πολλοί είναι εκείνοι που εγκαταλείπουν την ιδέα του ξενοδοχείου και των ενοικιαζόμενων δωματίων και περνούν τις διακοπές τους σε σπίτια φίλων ή σε ιδιόκτητες εξοχικές κατοικίες. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει και το σχεδιασμό των καλοκαιρινών διακοπών για τη πλειοψηφία των Ελλήνων. Η συρρίκνωση του εισοδήματος και η εργασιακή ανασφάλεια κρατούν τους Έλληνες στις πόλεις ακόμα και τον Αύγουστο. Σύμφωνα μάλιστα με έρευνα του INKA, που πραγματοποιήθηκε στο διάστημα 26 Ιουνίου-6 Ιουλίου 2012, 69% των Ελλήνων (σε σχέση με το 62%

πέρυσι) δήλωσε πως δεν θα πραγματοποιήσουν διακοπές το καλοκαίρι του 2012 καθώς αδυνατούν να ανταποκριθεί στα έξοδα που απαιτούνται. Πέρα όμως από τους οικονομικούς λόγους, πολλοί είναι και αυτοί που δεν προγραμματίσαν φέτος διακοπές εξαιτίας της επαγγελματικής και εισοδηματικής αστάθειας που επικρατεί (21% του δείγματος).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ίδιας έρευνας από το υπόλοιπο 31%, το 80% δήλωσε πως μείωσε αρκετά το χρόνο των διακοπών του σε λιγότερο από μια εβδομάδα. Συγκεκριμένα το 31% δήλωσε πως θα πραγματοποιήσει διακοπές 4 ημερών, το 25% 7 ημερών, το 26% 10 ημερών και άνω των 15 ημερών δήλωσε μόλις το 18%.

Σε ότι αφορά τον τόπο διαμονής τους πολλοί είναι αυτοί που θα επιλέξουν το μέρος καταγωγής τους ή άλλους οικονομικούς προορισμούς προκειμένου να μειώσουν το κόστος διαμονής. Με βάση τα στοιχεία του INKA το 55% των Ελλήνων θα μείνει σε ιδιόκτητο σπίτι, το 25% θα φιλοξενηθεί σε συγγενικό-φιλικό σπίτι και μόνο το 20% θα προτιμήσει κάποιο ξενοδοχείο ή ενοικιαζόμενο δωμάτιο.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα εκτιμήθηκε πως το ελάχιστο κόστος για διαμονή-διατροφή 15 ημερών μιας 4μελούς οικογένειας αγγίζει τα 3000 ευρώ, την ίδια στιγμή που οι Έλληνες καταναλωτές εμφανίζονται απαισιόδοξοι για την πορεία της οικονομίας και απογοητευμένοι από τη μείωση του εισοδήματός τους.

Αναφορικά με τις προτιμήσεις η θάλασσα συνεχίζει να συγκεντρώνει τη πλειοψηφία των Ελλήνων (80%) ενώ αρνητικές είναι οι επιπτώσεις της κρίσης στον χειμερινό, αθλητικό τουρισμό καθώς και στον τουρισμό της 3^{ης} ηλικίας. Οι εκτός Ελλάδας τουριστικοί προορισμοί δεν φαίνεται να κερδίζουν έδαφος φέτος καθώς πάνω από το 50% δήλωσε πως δεν θα προτιμήσει τον εξωτερικό τουρισμό λόγω υψηλού κόστους.

Η κρίση φαίνεται να έχει επηρεάσει και τον συνεδριακό τουρισμό καθώς παρατηρείται μείωση των επαγγελματικών ταξιδιών. Προς αυτή την κατεύθυνση ήλθε αρωγός η υψηλή τεχνολογία της επικοινωνίας, η οποία επέτρεψε σε κάποιο βαθμό την υποκατάσταση αυτών, πράγματι, η μετάβαση μηνυμάτων μέσω fax και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και η επικοινωνία μέσω τηλεοπτικής εικόνας (teleconference) μείωσαν την ανάγκη για πραγματοποίηση επαγγελματικών ταξιδιών.

Είναι προφανές πως ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται υπό το καθεστώς της διεθνούς οικονομικής ύφεσης και του ισχυρού ανταγωνισμού. Τα ελληνικά νοικοκυριά προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα που επέφερε η οικονομική κρίση αλλάζοντας τη καταναλωτική τους συμπεριφορά, επιλέγοντας κοντινότερους προορισμούς χαμηλού κόστους, μειώνοντας τη διάρκεια των διακοπών τους προκειμένου να ελαχιστοποιήσουν τις τουριστικές δαπάνες τους.

3.3.2 Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στη διασκέδαση

Η δύσκολη εποχή που διανύουμε εξαιτίας της οικονομικής κρίσης έχει αναγκάσει τα περισσότερα ελληνικά νοικοκυριά να περικόψουν τις δαπάνες τους σε όλα τα επίπεδα. Οι αριθμοί που αναφέρονται στην πτώση της κατανάλωσης στην Ελλάδα είναι πραγματικά εντυπωσιακοί και ο λόγος της πτώσης αυτής δεν είναι άλλος από την οικονομική ύφεση. Με το εισόδημά τους ολοένα να μειώνεται οι Έλληνες πολίτες διαμορφώνουν νέες αγοραστικές συνήθειες, περιορίζουν τα έξοδα τους στα απολύτως απαραίτητα και πολλοί κόβουν από τις αγορές στους ακόμα και τρόφιμα και είδη super market καθώς αδυνατούν να τα βγάλουν πέρα.

Η κρίση φαίνεται να έχει επηρεάσει και το χώρο της διασκέδασης καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων έχει μειώσει αισθητά τις δαπάνες για ψυχαγωγία. Η οικονομική κρίση, η ανεργία, οι μειώσεις των μισθών και το μειωμένο χαρτζιλίκι είναι κάποιοι από τους λόγους που οι νέοι σήμερα μειώνουν τα χρήματα που αφιερώνουν στη ψυχαγωγία τους αναζητώντας νέους τρόπους διασκέδασης. Πολλοί από αυτούς έχουν περιορίσει τις εξόδους τους και τις

δραστηριότητές τους στρέφοντας το ενδιαφέρον τους σε πιο οικονομικές λύσεις διασκέδασης.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με την έρευνα της εταιρίας Focus Bari², η οποία διεξήχθη το 2010 και αφορά ηλικίες από 13-54 ετών, οι Έλληνες φαίνεται να έχουν μειώσει κατά 27,6% τα έξοδά τους για ψυχαγωγία τη τελευταία διετία. Με άλλα λόγια, ενώ το 2008 ξόδευαν κατά μέσο όρο 76€ την εβδομάδα σε διάφορους ειδών εξόδους (μπαρ, εστιατόρια κ.α) το 2010 η αντίστοιχη δαπάνη έπεσε στα 55€ και η τάση δείχνει να είναι πτωτική με την κατάσταση να επιδεινώνεται.

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας η ηλικιακή ομάδα που το ρίχνει "έξω" περισσότερο είναι οι άνδρες νεαρής ηλικίας (κάτω των 30 ετών). Οι άντρες όχι μόνο φαίνεται να βγαίνουν περισσότερο αλλά και να ξοδεύουν και τα περισσότερα καθώς σύμφωνα με την έρευνα της Focus Bari ξοδεύουν κατά μέσο όρο 64€ την εβδομάδα σε αντίθεση με τις γυναίκες που περιορίζονται στα 40€ περίπου.

Σύμφωνα με την ποσοτική έρευνα "Νέοι και Οικονομική κρίση" της ίδιας εταιρίας³ το 98% των νέων σήμερα δηλώνει πως έχει αλλάξει κάποιες από τις καθημερινές τους συνήθειες με 8 στους 10 νέους να περιορίζουν τις νυχτερινές τους εξόδους και με ποσοστό 63% να αρκείται στο ένα ποτό.

Είναι προφανές πως οι μέρες που βγαίνουν οι νέοι έχουν ελαττωθεί κατά το ήμισυ καθώς τα χρήματα φτάνουν πλέον για έναν καφέ δυο-τρεις φορές την εβδομάδα. Οι νυχτερινές έξοδοι σε μπαρ και κλαμπ αποτελούν πια παρελθόν και περιορίζονται κυρίως τα Σαββατοκύριακα. Ακόμα και οι βόλτες στον κινηματογράφο έχουν περιορισθεί κατά πολύ, επιλέγοντας την ημέρα των προσφορών προκειμένου να μειώσουν το κόστος. Μεγάλη πτώση παρατηρείται και στον χώρο εστίασης (fast food, ταβέρνες, εστιατόρια) καθώς και σε

² Η εταιρία Focus Bari που ιδρύθηκε το 1988 είναι μια από τις σημαντικότερες εταιρίες ερευνών στην Ελλάδα και πρώτη σε κύκλο εργασιών στον κλάδο της Έρευνας Αγοράς.

³ Η έρευνα διεξήχθη τον Μάιο του 2010 από το ενημερωτικό site News 247 (<http://news247.gr>) σε συνεργασία με την εταιρία ερευνών Focus Bari.

ρεμπετάδικα και σε συναυλίες. Η μόνη κατηγορία που εμφανίζει πτώση η οποία ενδέχεται να μην οφείλεται στην κρίση είναι οι επισκέψεις στα internet café και αυτό επειδή τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγάλη αύξηση στις συνδέσεις internet των νοικοκυριών.

Παράλληλα όμως υπάρχει και το θέμα της αρνητικής ψυχολογίας. Αν και πολλοί καταναλωτές έχουν την οικονομική δυνατότητα να ξοδέψουν χρήματα για τη διασκέδαση τους δεν το κάνουν ανησυχώντας για το τι μέλλει γενέσθαι. Ένα σημείο όμως που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι η αλλαγή νοοτροπίας που παρατηρείται στους Έλληνες καταναλωτές οι οποίοι προσέχουν πολύ περισσότερο τις αγορές που πραγματοποιούν, κάνοντας έρευνα αγοράς προκειμένου να εντοπίσουν φθηνότερες τιμές, προσφορές και εκπτώσεις και δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στην αποκαλούμενη καλή σχέση τιμής-απόδοσης.

Τέλος, αντιμέτωποι με τις αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης οι νέοι αναζητούν εναλλακτικούς τρόπους διασκέδασης που προϋποθέτουν φθηνότερες ή και ακόμα μηδενικές δαπάνες όπως περιπάτους και βόλτες σε πλατείες. Έδαφος έχουν κερδίσει και οι συγκεντρώσεις στα σπίτια καθώς οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες, η πεσμένη ψυχολογία όπως και η έλευση του χειμώνα ωθεί όλο και περισσότερους νέους να αναζητούν στο σπίτι τη χαλάρωση και την ηρεμία. Οι παρέες λοιπόν μαζεύονται στο σπίτι επιλέγοντας είτε να μαγειρέψουν, είτε να δουν ταινίες είτε να παίξουν επιτραπέζια παιχνίδια μειώνοντας έτσι σε μεγάλο βαθμό τα έξοδά τους. Επιπλέον όλο και περισσότερα άτομα επιλέγουν για τις μετακινήσεις τους τα μέσα μαζικής μεταφοράς και πολύ περισσότερο τα ποδήλατα μειώνοντας έτσι σημαντικά το κόστος μετακίνησής τους.

Συμπερασματικά θα λέγαμε πως ενόψει της ανεργίας, του μειωμένου εισοδήματος, της αδυναμίας εύρεσης εργασίας και της γενικότερης αστάθειας που επικρατεί οι νέοι προσαρμόζουν τη ζωή τους στα χρόνια της κρίσης αλλάζοντας τον τρόπο διασκέδασής τους επιλέγοντας οικονομικότερες λύσεις και δίνοντας έμφαση στην παρέα από ότι στην απόκτηση υλικών αγαθών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο:

4.1 Περιγραφή της υπάρχουσας οικονομικής κατάστασης στην Ελλάδα

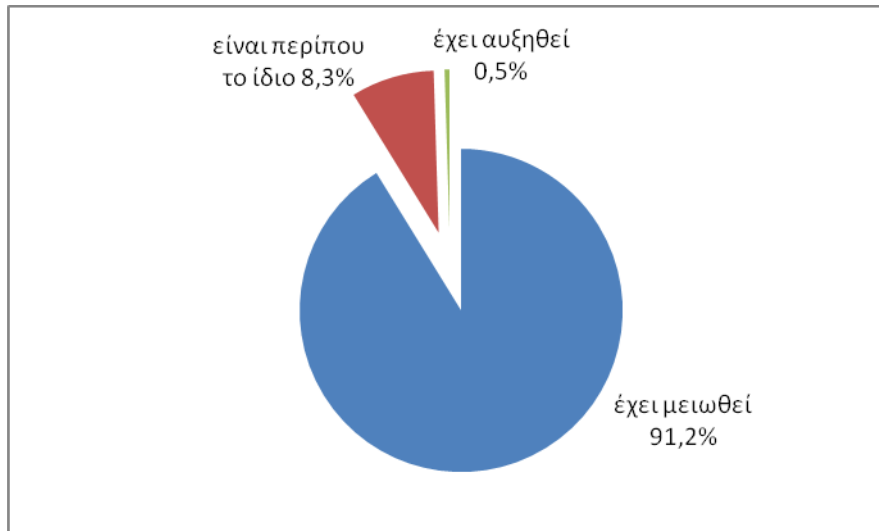
Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλύσουμε τη πορεία των δαπανών των ελληνικών νοικοκυριών για τουρισμό και διασκέδαση. Η χρήση των πινάκων βοηθάει την ανάλυσή μας έτσι ώστε να γίνουν πιο κατανοητές οι διάφορες συγκρίσεις (από το ένα έτος στο άλλο) ενώ οι αριθμοί χρησιμεύουν στο να δούμε το μέγεθος στις διαφορές των δαπανών.

Όλα τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται στη μελέτη έχουν αντληθεί από αξιόπιστες πηγές όπως από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΛ.ΣΤΑΤ), από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), και από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Η πορεία των δαπανών εξετάζεται για τα έτη 2009 και 2010 ενώ κάποια στοιχεία αναφέρονται και για το έτος 2011 με βάση την έρευνα του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) "Εισόδημα - Δαπάνες Νοικοκυριών".⁴

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι η καταγραφή των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στο εισόδημα και τις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών. Πράγματι η έρευνα αποτυπώνει το γενικό κλίμα απαισιοδοξίας που επικρατεί σήμερα καθώς το 91,2% των ελληνικών νοικοκυριών είχε σημαντική μείωση του εισοδήματός του το 2011 και πάνω από το 91,3% αναμένει περαιτέρω συρρίκνωση εντός του 2012 (Διάγραμμα 2).

⁴ Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ σε δείγμα 601 αντιπροσωπευτικών νοικοκυριών του λεκανοπεδίου Αττικής το 2^ο δεκαπενθήμερο του Δεκεμβρίου 2011.

Διάγραμμα 2



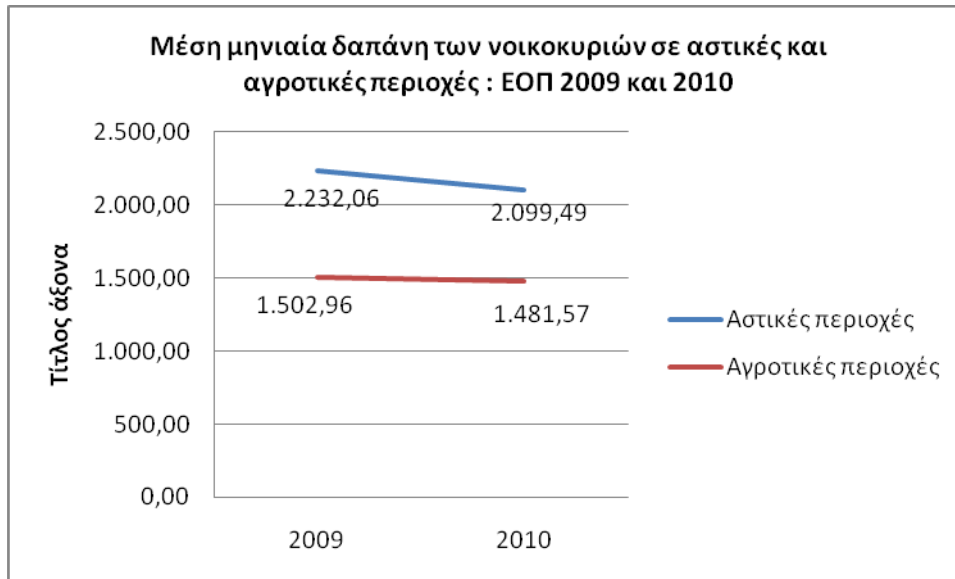
Πηγή: ΓΣΕΒΕΕ

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας ο μέσος όρος μείωσης του οικογενειακού εισοδήματος σε σχέση με 12 μήνες πριν καταγράφεται στο 30% ενώ το 78% των νοικοκυριών αντιμετωπίζει πλέον σοβαρές δυσκολίες στην κάλυψη των αναγκών, με αποτέλεσμα να καταφεύγει σε δραστικές περικοπές στην κατανάλωση.

Μάλιστα πάνω από το 13% των ερωτηθέντων ανέφερε πως το σημερινό εισόδημα δεν επαρκεί ούτε για τη κάλυψη των αναγκών ενώ πάνω από 6 στα 10 νοικοκυριά χρειάζεται να κάνουν δραστικές περικοπές για να καλύψουν τα απολύτως απαραίτητα. Οι αντιδράσεις θα είναι αλυσιδωτές στο σύνολο της οικονομίας (μεταποίηση, εμπόριο, τουρισμός, αναψυχή) τόσο στην κατανάλωση όσο στην παραγωγή και στην απασχόληση.

Επίσης, με βάση τα στοιχεία των οικογενειακών προϋπολογισμών της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (2009, 2010), σημαντικές διαφορές υπάρχουν στις δαπάνες μεταξύ των αστικών και των αγροτικών περιοχών. Αν και η οικονομική κρίση έχει πλήξει όλα τα νοικοκυριά, από τη συγκεκριμένη έρευνα συμπεραίνουμε πως τα αγροτικά νοικοκυριά σπαταλούν λιγότερα από ότι τα αστικά.

Διάγραμμα 3



Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ

Συγκεκριμένα από το Διάγραμμα 3 συμπεραίνουμε πως το έτος 2010 τα νοικοκυριά που διαμένουν σε αγροτικές περιοχές δαπάνησαν 1.481,57€ μηνιαίως ενώ αυτά που διαμένουν σε αστικές περιοχές 2.099,49€. Είναι εμφανές λοιπόν πως τα νοικοκυριά που διαμένουν σε αγροτικές περιοχές δαπανούν λιγότερο, κατά μέσο όρο, 29,4% από τα νοικοκυριά που διαμένουν σε αστικές περιοχές.

4.2 Η πορεία των δαπανών των ελληνικών νοικοκυριών για τουρισμού τα έτη 2009 και 2010

Η Ελλάδα αποτελεί έναν κατ' εξοχήν τουριστικό προορισμό τόσο για ταξιδιώτες-τουρίστες από ξένες χώρες, όσο και για τους Έλληνες πολίτες οι οποίοι κάνουν εσωτερικό τουρισμό. Σε ότι αφορά τους Έλληνες λοιπόν έχουν δυο επιλογές: τον εσωτερικό τουρισμό και τον εξωτερικό τουρισμό. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΛ.ΣΤΑΤ παρουσιάζεται ο ακόλουθος πίνακας (Πίνακας 2).

Αριθμός προσωπικών ταξιδιών ημεδαπών με 4 ή περισσότερες διανυκτερεύσεις

Φύλο:	2009			2010		
	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο
Άνδρες	3.401	377	3.778	2.703	447	3.149
Γυναίκες	3.517	426	3.942	2.876	469	3.345
Σύνολο	6.918	802	7.720	5.579	916	6.494

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Τριμηνιαία Έρευνα Διακοπών σε νοικοκυριά ημεδαπών (κατοίκων της Ελλάδας)

Από τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως ο αριθμός των ταξιδιών (με αριθμό διανυκτερεύσεων πάνω από 4 ημέρες) ακολουθεί φθίνουσα πορεία καθώς το έτος 2009 πραγματοποιήθηκαν 7.720 ταξίδια ενώ το 2010 ο αντίστοιχος αριθμός κυμαίνεται στα 6.494. Τόσο για το 2009 όσο και για το 2010 τα περισσότερα ταξίδια που πραγματοποιήσαν τα ελληνικά νοικοκυριά ήταν εντός της χώρας ενώ παρατηρείται μια μικρή αύξηση των ταξιδιών σε χώρες του εξωτερικού το έτος 2010 σε σχέση με το 2009. Τέλος αξίζει να σημειώσουμε πως αν και τα δυο φύλα προτιμούν τα ταξίδια στην Ελλάδα παρά στο εξωτερικό οι γυναίκες πραγματοποιούν περισσότερα ταξίδια από ότι οι άνδρες στο σύνολό τους.

Στο παρακάτω πίνακα (Πίνακας 3) παρουσιάζεται ο αριθμός των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν τα έτη 2009 και 2010 σε σχέση με τις ηλικιακές ομάδες των τουριστών.

Πίνακας 3 : Αριθμός ταξιδιών με βάση την ηλικιακή ομάδα (2009, 2010)

Ομάδες ηλικιών:	2009			2010		
	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο
15-24 ετών	1.160	115	1.275	982	206	1.188
25-44 ετών	2.517	375	2.892	1.939	374	2.313
45-64 ετών	2.030	249	2.279	1.708	264	1.971
65 και άνω	1.211	63	1.275	950	73	1.023

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Τριμηνιαία Έρευνα Διακοπών σε νοικοκυριά ημεδαπών (κατοίκων της Ελλάδας)

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα τα άτομα που φαίνεται να πραγματοποιούν τα περισσότερα ταξίδια είναι οι τουρίστες ηλικίας 25 έως 44 ετών. Προκύπτει επομένως πως καθώς αυξάνεται η ηλικία των τουριστών αυξάνονται τα ταξίδια μέχρι το ηλικιακό όριο των 44 ετών, μετά το πέρας του οποίου τα ταξίδια αρχίζουν να μειώνονται. Τα λιγότερα ταξίδια, κυρίως εκτός Ελλάδας, πραγματοποιούνται από συνταξιούχους ηλικίας 65 ετών και άνω. Τέλος παρατηρείται πως όλες οι ηλικιακές ομάδες έχουν μειώσει τον αριθμό των ταξιδιών τους το 2010 σε σχέση με το 2009 ενώ μικρές αυξήσεις σημειώνονται το 2010 στα ταξίδια του εξωτερικού κυρίως για τις μικρότερες ηλικιακές ομάδες.

Ο πίνακας που ακολουθεί (Πίνακας 4) είναι ενδεικτικός των δαπανών των ελληνικών νοικοκυριών όσον αφορά στη διάρκεια παραμονής τους σε έναν τόπο. Είναι προφανές πως όσο αυξάνεται η διάρκεια παραμονής σε έναν τουριστικό προορισμό τόσο αυξάνονται και οι τουριστικές δαπάνες.

Πίνακας 4: Αριθμός διανυκτερεύσεων (2009, 2010)

Αριθμός διανυκτερεύσεων:	2009			2010		
	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο
4-7 ημέρες	3.679	404	4.082	3.259	473	3.732
8-14 ημέρες	1.562	218	1.780	1.138	215	1.353
15 και άνω ημέρες	1.676	181	1.857	1.182	227	1.409

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Τριμηνιαία Έρευνα Διακοπών σε νοικοκυριά ημεδαπών (κατοίκων της Ελλάδας)

Ωστόσο αυτό που παρατηρούμε από τα στοιχεία του πίνακα είναι ότι τα ελληνικά νοικοκυριά έχουν περιορίσει τις δαπάνες τους για τουρισμό επιλέγοντας ταξίδια με λιγότερες διανυκτερεύσεις. Οι μέρες που επιλέγουν να κάνουν διακοπές οι Έλληνες τόσο εντός όσο και εκτός της χώρα, κυμαίνονται στις 4-7 μειώνοντας έτσι το κόστος των διακοπών τους.

Σε ότι αφορά το μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιούν οι Έλληνες προκειμένου να πραγματοποιήσουν τα ταξίδια τους τη πρώτη θέση κατέχει το αυτοκίνητο και για τα δύο εξεταζόμενα έτη (2009 και 2010). Ακολουθούν οι θαλάσσιες μεταφορές και τέλος οι αεροπορικές, οι οποίες επιλέγονται κυρίως για ταξίδια εκτός της χώρας. Σημαντικές διαφορές μεταξύ των δυο ετών παρατηρούμε στις εσωτερικές πτήσεις, καθώς το 2010 μειώθηκαν κατά πολύ, ενώ αύξηση των οδικών/σιδηροδρομικών μεταφορών σημειώνονται το έτος 2010 για ταξίδια στο εξωτερικό (Πίνακας 5).

Πίνακας 5: Τρόπος ταξιδιού (2009, 2010)

Τρόπος ταξιδιού:	2009			2010		
	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο
Αεροπορικός	327	468	795	198	435	633
Θαλάσσιος	1.370	36	1.406	1.210	60	1.270
Οδικώς-σιδηροδρομικός	5.221	298	5.518	4.171	421	4.592

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Τριμηνιαία Έρευνα Διακοπών σε νοικοκυριά ημεδαπών (κατοίκων της Ελλάδας)

Επιπλέον, σχετικά με τον τρόπο κράτησης των τουριστικών προορισμών τους οι Έλληνες φαίνεται, με βάση τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα, να μη προτιμούν τα ταξιδιωτικά γραφεία και επιλέγουν να οργανώνουν μόνοι τους τα ταξίδια τους (Πίνακας 6).

Πίνακας 6: Τρόπος κράτησης (2009, 2010)

Τρόπος κράτησης:	2009			2010		
	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο
Άμεση	6.739	578	7.317	5.343	705	6.047
Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου	179	224	402	236	211	447

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Τριμηνιαία Έρευνα Διακοπών σε νοικοκυριά ημεδαπών (κατοίκων της Ελλάδας)

Τέλος από τον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 7) βλέπουμε πως ελάχιστα ελληνικά νοικοκυριά προτιμούν να διαμείνουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε συλλογικά ή άλλα ειδικά καταλύματα. Αντιθέτως επιλέγουν ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα τόσο για τους προορισμούς τους εντός όσο και για εκτός της χώρας.

Πίνακας 7: Κατηγορία καταλύματος (2009, 2010)

Κατηγορία καταλύματος:	2009			2010		
	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο	Εσωτερικό	Εξωτερικό	Σύνολο
Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	1.266	342	1.608	921	289	1.211
Άλλα συλλογικά και ειδικά καταλύματα	123	3	126	119	18	137
Ιδιωτικά καταλύματα	5.529	457	5.985	4.538	609	5.147

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Τριμηνιαία Έρευνα Διακοπών σε νοικοκυριά ημεδαπών (κατοίκων της Ελλάδας)

Την πρώτη ωστόσο θέση σε ότι αφορά τη κατηγορία καταλύματος που επιλέγουν τα ελληνικά νοικοκυριά κατέχουν τα ιδιωτικά καταλύματα. Το γεγονός αυτό δεν μας εκπλήσσει καθώς σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Οικονομικών, που αφορούν το φορολογικό έτος 2010, 662.403 φορολογούμενοι εμφανίζονται ως ιδιοκτήτες εξοχικής κατοικίας, από τις οποίες μάλιστα 133.169 είναι άνω των 150 τετραγωνικών μέτρων.

4.3 Οικογενειακοί Προϋπολογισμοί – Δαπάνες για ψυχαγωγία

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται οι οικογενειακοί προϋπολογισμοί των ετών 2009 και 2010, με βάση τα στοιχεία από την Ελληνική Στατιστική Αρχή, προκειμένου να εξετάσουμε τη πορεία των δαπανών των ελληνικών νοικοκυριών για ψυχαγωγία.

Πίνακας 8: Μέσος όρος μηνιαίας δαπάνης (αγορές) για αγαθά και υπηρεσίες: ΕΟΠ 2010 και 2009

Αγαθά και υπηρεσίες	ΕΟΠ 2010		ΕΟΠ 2009		ΕΟΠ 2010/2009
	Αξία σε ευρώ	Κατανομή %	Αξία σε ευρώ	Κατανομή %	Μεταβολή %
Είδη διατροφής	351,67	18,0	356,60	17,3	-1,4
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	68,7	3,5	68,63	3,3	0,1
Είδη ένδυσης και υπόδησης	140,84	7,2	162,84	7,9	-13,5
Στέγαση	228,82	11,7	232,18	11,2	-1,4
Διαρκή αγαθά	130,47	6,7	138,80	6,7	-6,0
Υγεία	124,43	6,4	134,27	6,5	-7,3
Μεταφορές	264,87	13,5	274,37	13,3	-3,5
Επικοινωνίες	78,46	4,0	89,63	4,3	-12,5
Αναψυχή και πολιτισμός	91,6	4,7	100,17	4,9	-8,6
Εκπαίδευση	64,21	3,3	66,80	3,2	-3,9
Ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια	209,75	10,7	228,18	11,0	-8,1
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	202,61	10,4	212,70	10,3	-4,7
Σύνολο	1.956,42	100,0	2065,18	100,0	-5,3

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2010

Από τον παραπάνω πίνακα (Πίνακας 8) φαίνεται πως η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για το 2010 ανήλθε στα 1.956,42€ εμφανίζοντας μείωση κατά 5,3% σε σύγκριση με το 2009. Το μεγαλύτερο μερίδιο των δαπανών του μέσου προϋπολογισμού των νοικοκυριών αφορά στα είδη διατροφής (18,0%) ακολουθούν οι μεταφορές (13,5%) και η στέγαση (11,7%), ενώ οι υπηρεσίες της εκπαίδευσης αποτελούν το μικρότερο μερίδιο των δαπανών (3,3%).

Επίσης για τη χρονική περίοδο 2009-2010 παρατηρείται μεταβολή του καταναλωτικού προτύπου και ειδικότερα, σημαντική μετατόπιση των δαπανών που αφορούν στην ένδυση-υπόδηση, ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια, επικοινωνίες, αναψυχή-πολιτισμό, προς τις δαπάνες που αφορούν στη διατροφή, τη στέγαση και τα οινοπνευματώδη ποτά.

Σε ότι αφορά τον τομέα της αναψυχής και του πολιτισμού παρατηρείται μείωση της μέσης μηνιαίας δαπάνης κατά 8,6 μονάδες. Συγκεκριμένα το έτος 2009 τα ελληνικά νοικοκυριά δαπανούσαν 100,17 ευρώ μηνιαίως για δραστηριότητες αναψυχής ποσό που μειώθηκε στα 91,6 ευρώ το 2010. Μειωμένη κατά 8,1 μονάδες καταγράφεται και η μέση μηνιαία δαπάνη για ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια ενώ ο κλάδος της ένδυσης και υπόδησης φαίνεται να έχει επηρεαστεί περισσότερο από την οικονομική κρίση καθώς οι μηνιαίες δαπάνες το 2010 μειώθηκαν κατά 13,5 μονάδες.

4.3.1 Διαφορετικά πρότυπα κατανάλωσης ανάλογα με τον τύπο νοικοκυριών

Στους παρακάτω δυο πίνακες (Πίνακας 9 και 10) παρουσιάζονται, ταξινομημένες κατά φθίνουσα σειρά, οι 12 κατηγορίες δαπανών που πραγματοποίησαν για αγαθά και υπηρεσίες, κατά μέσο όρο, τα νοικοκυριά της χώρας τα έτη 2009 και 2010. Η μεγαλύτερη μέση δαπάνη μηνιαία δαπάνη αφορά σε είδη διατροφής και ακολουθούν οι δαπάνες για μεταφορές, στέγαση, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφενεία κ.τ.λ.

Παρά τα διαφορετικά πρότυπα κατανάλωσης που παρατηρούνται ανάλογα με το τύπο νοικοκυριού, η μεγαλύτερη δαπάνη καταγράφεται για είδη διατροφής σε όλους τους τύπους των νοικοκυριών με μοναδική εξαίρεση για το έτος 2010 τα ζευγάρια ή τα μονογονεϊκά νοικοκυριά με ένα ή περισσότερα παιδιά ηλικίας άνω των 16 ετών που δαπανούν το μεγαλύτερο μέρος του οικογενειακού προϋπολογισμού για μεταφορές (20,3%). Αντίστοιχα για το έτος 2009 παρατηρούμε πως τα νοικοκυριά που αποτελούνται από έναν γονέα με ένα ή

περισσότερα παιδιά ηλικίας μέχρι 16 ετών δαπανούν περισσότερα χρήματα για στέγαση από ότι για μεταφορές (11,9% έναντι 11,8%).

Τόσο για το 2009 όσο και για το 2010 παρατηρούμε πως τα νοικοκυριά με ένα άτομο ηλικίας 65 ετών και άνω έχουν λιγότερες δαπάνες από τα νοικοκυριά που αποτελούνται από ζευγάρια με δύο ή τρία παιδιά και άνω έως και 16 ετών. Επίσης με βάση τα στοιχεία της ΕΛΛ.ΣΤΑ η μέση μηνιαία δαπάνη διαφέρει και ανάλογα με την ηλικία που έχει ο υπεύθυνος του νοικοκυριού. Συγκεκριμένα παρατηρείται πως νοικοκυριά με υπεύθυνους ηλικίας 45-54 ετών δαπανούν, κατά μέσο όρο, περισσότερα ενώ αντίθετα τις λιγότερες δαπάνες φαίνεται να έχουν τα νοικοκυριά αυτά με υπεύθυνο ηλικίας 75 ετών και άνω.

Τέλος οι μεγαλύτερες δαπάνες για αναψυχή και πολιτισμό καταγράφονται κυρίως στις οικογένειες με παιδιά. Πιο αναλυτικά το 2009 τα νοικοκυριά που αποτελούνται από 2, 3 και πάνω παιδιά μέχρι 16 ετών καθώς και οι μονογονεϊκές οικογένειες με ένα ή περισσότερα παιδιά άνω των 16 ετών φαίνεται να δαπάνησαν περισσότερα χρήματα σε σχέση με τους υπόλοιπους τύπους νοικοκυριών.

Παρόμοια είναι η εικόνα και για το 2010 με τη πρώτη θέση για δαπάνες για αναψυχή και πολιτισμό να κατέχουν τα ζευγάρια με δυο παιδιά έως 16 ετών και ακολουθούν τα ζευγάρια με τρία παιδιά και άνω ηλικίας μέχρι 16 ετών (5,6% και 5,2% αντίστοιχα). Επίσης παρατηρείται, πως τόσο για το 2009 όσο και για το 2010, τα χαμηλότερα ποσά για δραστηριότητες αναψυχής δαπανούν τα άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω καθώς και τα ζευγάρια ή ένας γονέας με ένα παιδί ή περισσότερα άνω των 16 ετών.

Πίνακας 9: Μέση μηνιαία δαπάνη (%) των 12 κατηγοριών δαπανών για είδη και υπηρεσίες, κατά τύπο νοικοκυριού, ταξινομημένη κατά φθίνουσα σειρά: ΕΟΠ 2009

Είδη και υπηρεσίες	Άτομο μόνο ηλικίας 65 ετών και άνω	Ζευγάρι με ένα παιδί έως και 16 ετών	Ζευγάρι με δυο παιδιά έως και 16 ετών	Ζευγάρι με τρία παιδιά και άνω έως και 16 ετών	Ένας γονέας με ένα παιδί ή περισσότερα έως και 16 ετών	Ζευγάρι ή ένας γονέας με ένα παιδί ή περισσότερα παιδιά άνω των 16 ετών	Όλα τα νοικοκυριά
Είδη διατροφής	24,7	16,3	16,7	20,6	13,3	17,1	17,3
Μεταφορές	4,8	14,6	12,8	13,0	11,8	16,4	13,3
Στέγαση	17,3	10,6	9,3	10,1	11,9	16,4	11,2
Ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια	6,6	9,8	10,9	10,4	8,2	12,4	11,0
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	8,3	10,5	8,8	7,3	15,7	11,1	10,3
Είδη ένδυσης και υπόδησης	6,6	8,3	9,3	7,9	8,2	7,5	7,9
Διαρκή αγαθά	8,9	7,2	7,1	6,4	5,9	5,5	6,7
Υγεία	14,1	6,3	5,3	4,8	6,4	5,3	6,5
Αναψυχή και πολιτισμός	3,3	5,8	6,2	6,1	6,2	4,3	4,9
Επικοινωνίες	3,9	4,2	4,1	3,7	3,3	5,0	4,3
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	1,4	2,9	3,0	2,7	2,5	4,1	3,3
Εκπαίδευση	0,0	3,4	6,6	7,0	6,7	2,0	3,2

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2009

Πίνακας 10: Μέση μηνιαία δαπάνη (%) των 12 κατηγοριών δαπανών για είδη και υπηρεσίες, κατά τύπο νοικοκυριού, ταξινομημένη κατά φθίνουσα σειρά: ΕΟΠ 2010

Είδη και υπηρεσίες	Άτομο μόνο ηλικίας 65 ετών και άνω	Ζευγάρι με ένα παιδί έως και 16 ετών	Ζευγάρι με δυο παιδιά έως και 16 ετών	Ζευγάρι με τρία παιδιά και άνω έως και 16 ετών	Ένας γονέας με ένα παιδί ή περισσότερα έως και 16 ετών	Ζευγάρι ή ένας γονέας με ένα παιδί ή περισσότερα παιδιά άνω των 16 ετών	Όλα τα νοικοκυριά
Είδη διατροφής	20,7	17,0	17,0	21,0	18,6	14,3	18,0
Μεταφορές	4,3	14,1	14,7	14,0	13,0	20,3	13,5
Στέγαση	20,1	10,9	9,6	9,9	12,0	6,6	11,7
Ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια	14,4	10,9	11,4	10,0	10,6	8,0	10,7
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	11,1	12,5	8,9	7,6	9,9	12,7	10,4
Είδη ένδυσης και υπόδησης	5,9	7,8	7,7	7,9	6,5	11,6	7,2
Διαρκή αγαθά	6,4	6,4	6,3	4,9	6,1	5,7	6,7
Υγεία	5,9	5,3	5,5	5,6	6,2	6,9	6,4
Αναψυχή και πολιτισμός	2,4	4,9	5,6	5,2	3,7	5,0	4,7
Επικοινωνίες	3,7	4,1	4,0	3,8	4,4	5,5	4,0
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	5,0	3,3	3,7	3,7	4,2	2,7	3,5
Εκπαίδευση	0,0	2,8	5,7	6,3	4,8	0,8	3,3

Πηγή: ΕΛΛ.ΣΤΑΤ: Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2010

B ΜΕΡΟΣ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο:

5.1 Μεθοδολογία δειγματοληπτικής έρευνας

Βασικός σκοπός της παρούσας έρευνας, ήταν ο προσδιορισμός των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για τουρισμό και δραστηριότητες ψυχαγωγίας για τα έτη 2010 και 2011. Για την διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν ερωτηματολόγια τα οποία βασίστηκαν σε προηγούμενες εμπειρικές μελέτες.

Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε κατοίκους της Πάτρας το έτος 2012 και από τα 140 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν επιτυχώς τα 112 τα οποία και περιλαμβάνονται στην ανάλυσή μας. Η μορφή του ερωτηματολογίου ήταν απλή και χωρίστηκε σε τρία μέρη: στα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων, στις δαπάνες τους για τουρισμό και στις δαπάνες τους για ψυχαγωγία.

Συγκεκριμένα, στο πρώτο μέρος εξετάστηκαν τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος όπως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το μορφωτικό επίπεδο και το επάγγελμα τους. Επίσης συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις σχετικά με το μηνιαίο ατομικό και το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα των ερωτηθέντων, την ύπαρξη ιδιόκτητης κατοικίας και εισοδημάτων από άλλες πηγές εκτός της εργασίας. Στις τελευταίες δύο ερωτήσεις του πρώτου μέρους οι ερωτηθέντες καλούνταν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης τόσο στο εισόδημα όσο και στην εργασία τους.

Στο δεύτερο μέρος εξετάστηκε ο αριθμός των ταξιδιών και των ημερών που πραγματοποιήθηκαν κατά τα δύο εξεταζόμενα έτη. Δόθηκαν επίσης απαντήσεις για τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων σε προορισμούς εντός και εκτός της χώρας, καθώς επίσης και ο αριθμός των ταξιδιών σε αυτούς τους προορισμούς. Επιπλέον, τα ταξίδια διαχωρίστηκαν σε ταξίδια για διακοπές, σε επαγγελματικά ταξίδια και σε ημερήσια ταξίδια και δόθηκαν στοιχεία για τα δύο εξεταζόμενα έτη.

Η έρευνα περιλαμβάνει ακόμη, ερωτήσεις σχετικά με το χρονικό διάστημα και τον τύπο των καταλυμάτων που προτίμησαν οι ερωτηθέντες για τις διακοπές τους, καθώς επίσης και το μεταφορικό μέσο που επέλεξαν.

Επίσης έγινε σύγκριση δαπανών ανάμεσα στα έτη 2010-2011 και τέλος, εξετάστηκε η επίδραση της οικονομικής κρίσης στη ζήτηση των ερωτηθέντων για τουρισμό.

Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου επικεντρώνεται στον τομέα της διασκέδασης και του ελεύθερου χρόνου. Ειδικότερα, διερευνήθηκε ο χρόνος που αφιερώνεται για δραστηριότητες αναψυχής, καθώς και αν οι δραστηριότητες αυτές λαμβάνουν χώρο εντός ή εκτός οικίας. Επίσης εξετάστηκαν για τα έτη 2010-2011 οι εβδομαδιαίες δαπάνες για καφέ, πολιτιστικές δραστηριότητες, νυχτερινά μαγαζιά και φαγητό. Στο τέλος οι ερωτηθέντες καλούνταν να απαντήσουν για το αν παρατήρησαν διαφορά στις τιμές στο τομέα της διασκέδασης κατά τα δύο εξεταζόμενα έτη, αλλά και για το κατά πόσο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις δαπάνες τους για ψυχαγωγία.

Μετά τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων ακολούθησε η κωδικοποίηση των δεδομένων και η εισαγωγή τους στο στατιστικό πακέτο SPSS. Η στατιστική επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη χρήση του προγράμματος SPSS (ver.17,0).

5.2 Περιγραφική ανάλυση δεδομένων

A. Μέρος: Δημογραφικά- κοινωνικά-οικονομικά στοιχεία ερωτηθέντων

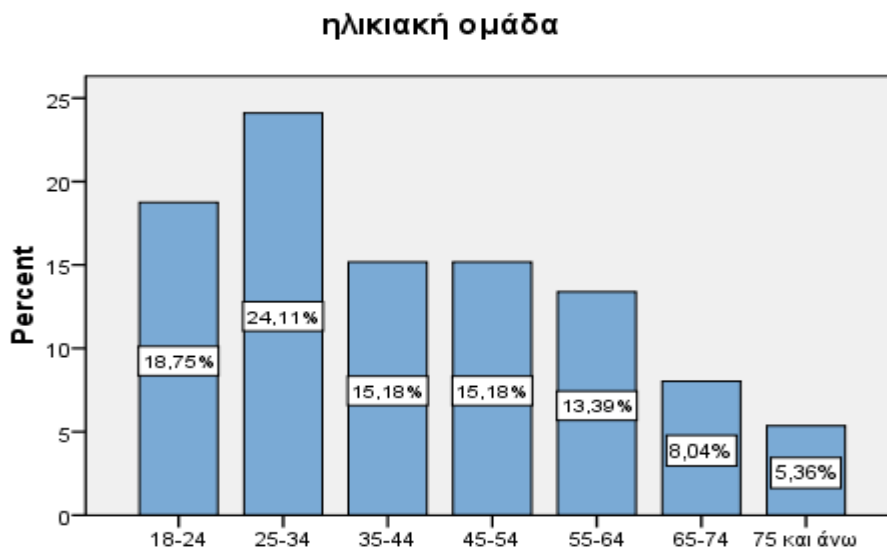
Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 11) δίνονται τα δημογραφικά-κοινωνικά στοιχεία των ερωτηθέντων της έρευνας.

Πίνακας 11: Δημογραφικά-Κοινωνικά στοιχεία

Φύλο		N	%
	Ανδρας	51	45,5
	Γυναίκα	61	54,5
Ηλικία		N	%
	18-24	21	18,8
	25-34	27	24,1
	35-44	17	15,2
	45-54	17	15,2
	55-64	15	13,4
	65-74	9	8,0
	Άνω των 75	6	5,4
Οικογενειακή κατάσταση		N	%
	Παντρεμένος/η	39	34,8
	Ανύπαντρος/η	54	48,2
	Χήρος/α	8	7,1
	Διαζευγμένος/η	11	9,8
Ύπαρξη παιδιών		N	%
	Ναι	53	47,3
	Όχι	59	52,7
Αριθμός παιδιών		N	%
	Ένα	15	13,4
	Δύο	19	17,0
	Τρία	13	11,6
	Τέσσερα	5	4,5
	Πάνω από τέσσερα	2	1,8
Εκπαιδευτικό επίπεδο		N	%
	Χωρίς ιδιαίτερες γραμματικές γνώσεις	5	4,5
	Απολυτήριο Δημοτικού	6	5,4
	Απολυτήριο Γυμνασίου	4	3,6
	Απολυτήριο Λυκείου	30	26,8
	Ανώτερη σχολή (IEK)	22	19,6
	Ανώτατη σχολή (ΑΕΙ,ΑΤΕΙ)	27	24,1
	Μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών	14	12,5
	Διδακτορικό	4	3,6
Επάγγελμα		N	%
	Δημόσιος υπάλληλος	19	17,0
	Ιδιωτικός υπάλληλος	27	24,1
	Ελεύθερος επαγγελματίας	15	13,4
	Φοιτητής	13	11,6
	Άνεργος	20	17,9
	Συνταξιούχος	18	16,1

Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν επιτυχώς από 112 άτομα από τα οποία το 54,5% αποτελείται από γυναίκες και το 45,5% από άνδρες. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών (24,1%) ενώ ακολουθεί με ποσοστό 18,8% τα άτομα ηλικίας από 18-24 ετών. Έπονται οι ηλικιακές ομάδες 35-44, 45-54, 55-64 και 65-74 ενώ μικρό είναι το ποσοστό που δήλωσε πως είναι πάνω από 75 ετών (5,4%) (Διάγραμμα 4).

Διάγραμμα 4

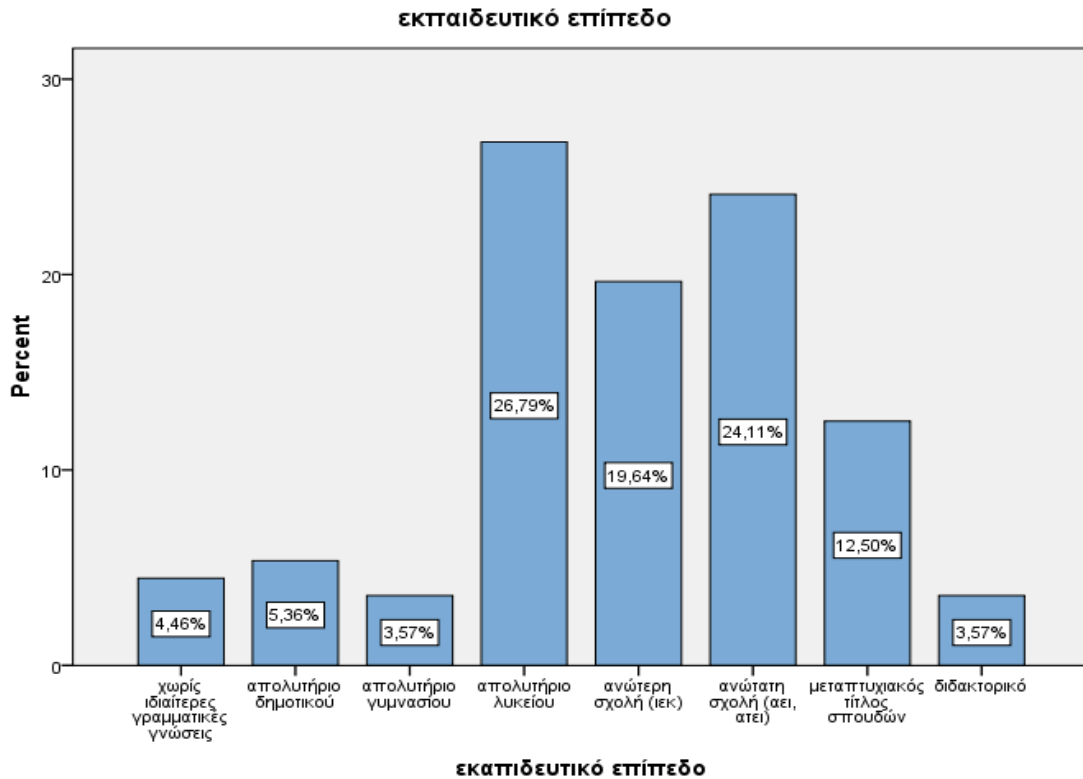


Επίσης το 48,2% του δείγματος δήλωσε πως είναι ανύπαντρο και δεν έχει παιδιά (52,7%) κάτι που ήταν αναμενόμενο καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αποτελείται από νεαρές ηλικίας. Η πλειοψηφία των ατόμων που ανήκουν στις υπόλοιπες κατηγορίες της οικογενειακής κατάστασης (παντρεμένοι, χήροι, διαζευγμένοι) φαίνεται να έχουν 2 παιδιά, ενώ μικρά παρουσιάζονται τα ποσοστά για τέσσερα και πάνω από τέσσερα παιδιά.

Σε ότι αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτηθέντων (Διάγραμμα 5) την πρώτη θέση κατέχουν οι απόφοιτοι Λυκείου με ποσοστό 26,8% ενώ ακολουθούν οι απόφοιτοι ανώτατων και ανώτερων σχολών με ποσοστά 24,1% και 19,6%

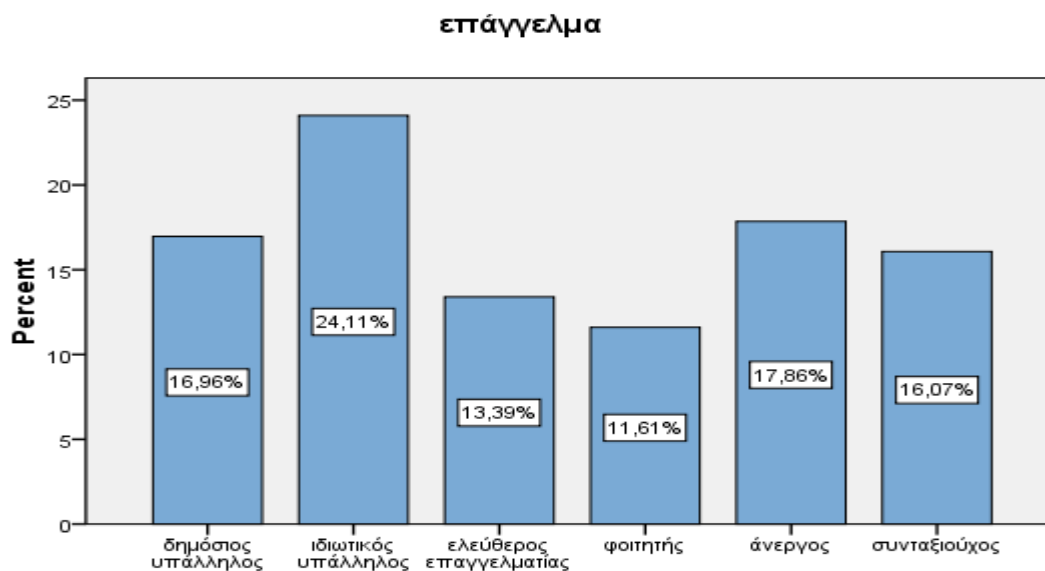
αντίστοιχα. Οι κάτοχοι Διδακτορικού διπλώματος αποτελούν το 3,6% του δείγματος ενώ χαμηλά είναι και τα ποσοστά για τους απόφοιτους δημοτικού (5,4%) και για τα άτομα χωρίς ιδιαίτερες γραμματικές γνώσεις (4,5%).

Διάγραμμα 5



Τέλος το 24,1% του δείγματος εργάζεται στον ιδιωτικό τομέα ενώ το 17,0% στο δημόσιο τομέα. Αξιοσημείωτο είναι πως το 17,9% των ατόμων δήλωσε πως είναι άνεργο ενώ ακολουθούν οι συνταξιούχοι, οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι φοιτητές με ποσοστά 16,1%, 13,4% και 11,6% αντίστοιχα. Τα ποσοστά αυτά φαίνονται καλύτερα στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 6).

Διάγραμμα 6



Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 12) εμφανίζονται τα οικονομικά στοιχεία των ερωτηθέντων.

Πίνακας 12: Οικονομικά στοιχεία

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα	N	%
200-500€	24	21,4
501-900€	31	27,7
901-1300€	30	26,8
1301-1500€	14	12,5
1500€ και άνω	13	11,6
Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	N	%
Έως 5000€	22	19,6
5000-15000€	19	17,0
15000-25000€	28	25,0
25000-35000€	14	12,5
35000-45000€	8	7,1
45000-55000€	8	7,1
55000-65000€	7	6,3
65000€ και άνω	6	5,4

Σε ότι αφορά το μηνιαίο ατομικά εισόδημα, το 27,7% του δείγματος δήλωσε πως ανήκει στην κατηγορία των 501-900 ευρώ και ακολουθεί η αμέσως επόμενη εισοδηματική τάξη των 901-1300 ευρώ με ποσοστό 26,8%. Μεγάλο ποσοστό του δείγματος κατέχει και η πρώτη τάξη των 0-500 ευρώ (21,4%) ενώ στις υψηλές εισοδηματικές βαθμίδες των 1301-1500 και 1500 ευρώ και άνω ανήκει ένα μικρό μέρος του δείγματος (12,5% και 11,6% αντίστοιχα).

Παρόμοια φαίνονται και τα αποτελέσματα του ετήσιου οικογενειακού εισοδήματος καθώς τα μεγαλύτερα ποσοστά καταγράφονται για τις εισοδηματικές τάξεις των 25000 ευρώ και κάτω ενώ λίγοι είναι αυτοί που δηλώνουν πάνω από 35000 ευρώ.

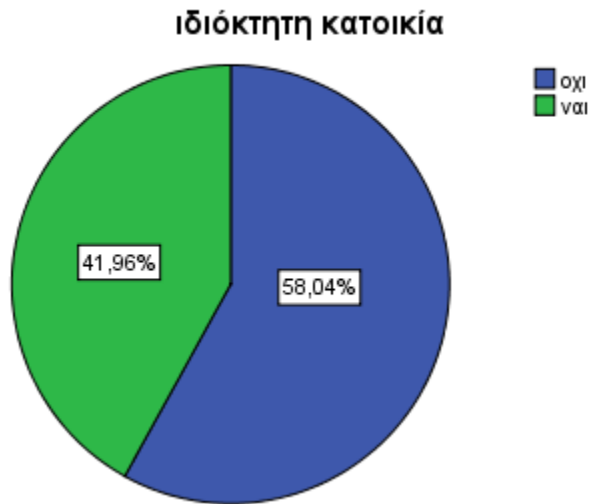
Για το αν υπάρχουν εισοδήματα από άλλες πηγές το 71,4% δήλωσε πως δεν έχει άλλη πηγή εισοδήματος ενώ μόνο το υπόλοιπο 28,6% δήλωσε πως έχει. Τα αποτελέσματα περιγράφονται στο ακόλουθο διάγραμμα (Διάγραμμα 7).

Διάγραμμα 7



Επίσης, όπως είναι φανερό από το διάγραμμα 8, το 42,% των ερωτηθέντων δήλωσε πως είναι ιδιοκτήτες της κατοικίας τους ενώ το υπόλοιπο 58% απάντησε πως όχι.

Διάγραμμα 8



Στις τελευταίες δυο ερωτήσεις του Α. Μέρους του ερωτηματολογίου τα άτομα καλούνταν να περιγράψουν το εργασιακό τους καθεστώς τα τελευταία δυο χρόνια καθώς και να απαντήσουν αν η οικονομική κρίση που βιώνει η χώρα μας έχει επηρεάσει το εισόδημά τους. Τα αποτελέσματα των απαντήσεων περιγράφονται στους ακόλουθους πίνακες (Πίνακας 13 και 14).

Πίνακας 13

Τα τελευταία δυο έτη ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι περιγράφει καλύτερα το εργασιακό σας καθεστώς;		N	%
	Σταθερότητα/Μονιμότητα	1	0,9
	Περικοπές αποδοχών/Καθυστερήσεις πληρωμών	48	42,9
	Αβεβαιότητα	41	36,6
	Αδυναμία εύρεσης εργασίας	22	19,6

Πίνακας 14

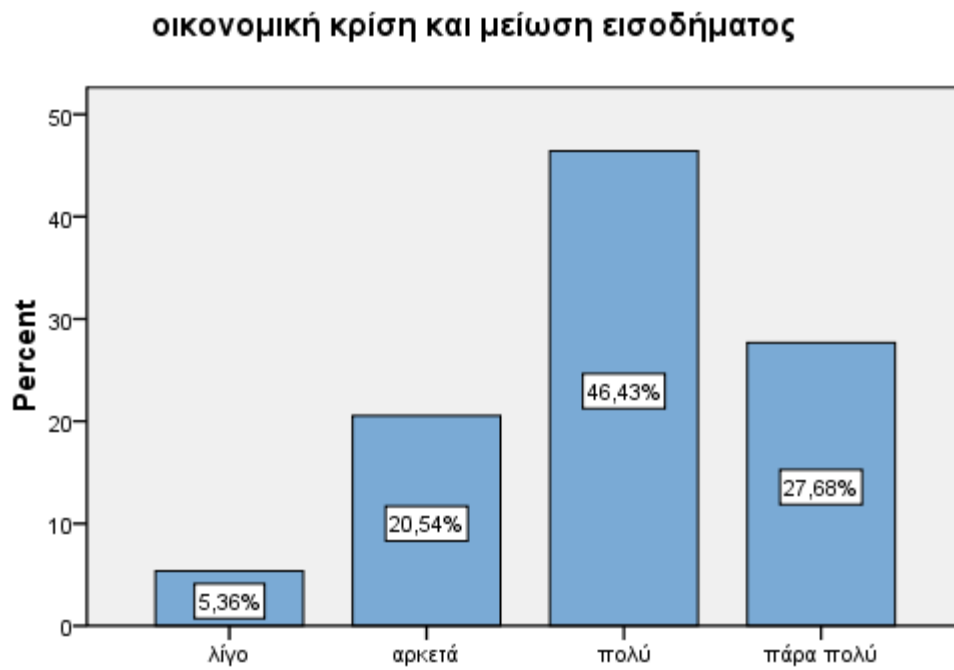
Θεωρείτε ότι τα δυο τελευταία έτη το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημά σας έχει μειωθεί λόγω της οικονομικής κρίσης;		N	%
	Καθόλου	0	0,0
	Λίγο	6	5,4
	Αρκετά	23	20,5
	Πολύ	53	46,4
	Πάρα πολύ	31	27,7

Το 42,9% του δείγματος δήλωσε πως αυτό που περιγράφει καλύτερα το εργασιακό καθεστώς τους είναι οι περικοπές/καθυστερήσεις πληρωμών καθώς το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος απάντησε πως εργάζεται (54,5%). Ακολουθούν αυτοί που απάντησαν αβεβαιότητα με ποσοστό 36,6% και τα άτομα που αδυνατούν να βρουν εργασία με ποσοστό 19,6%, απάντηση που δόθηκε κυρίως από άνεργα άτομα.

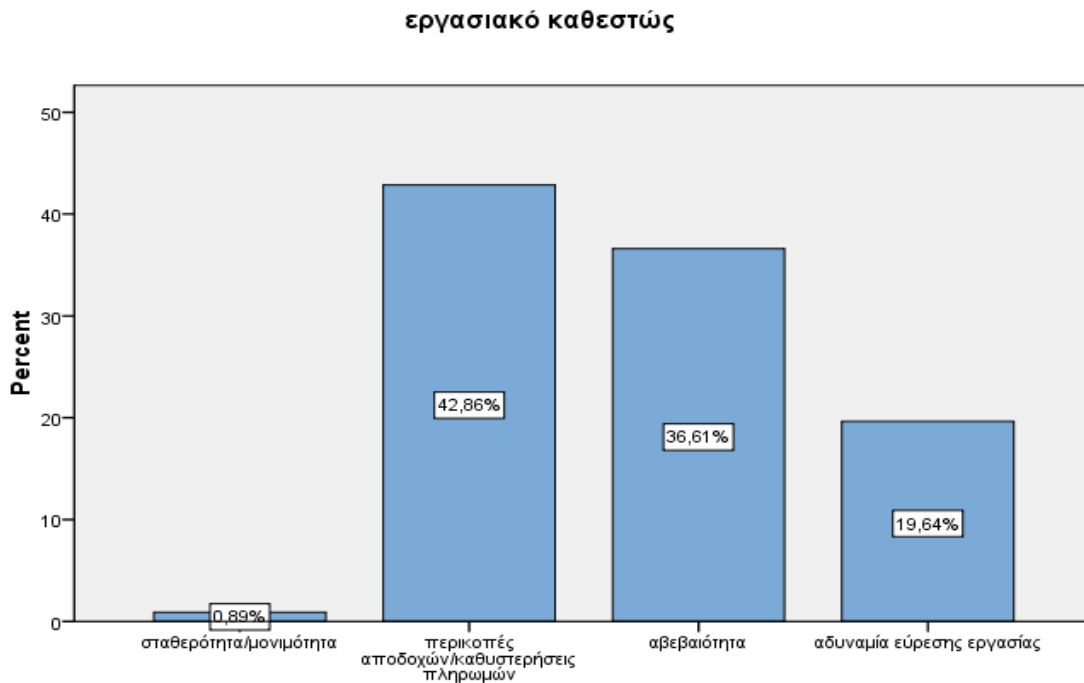
Τέλος το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος φαίνεται να έχει πληγεί από τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης καθώς το 46,4% δήλωσε πως το διαθέσιμο εισόδημά τους έχει μειωθεί κατά πολύ λόγω της κρίσης ενώ ακολουθούν αυτοί που απάντησαν πάρα πολύ και αρκετά με ποσοστά 27,7% και 20,5% αντίστοιχα.

Τα αποτελέσματα αυτά περιγράφονται στα ακόλουθα διαγράμματα (Διάγραμμα 9 και 10).

Διάγραμμα 9



Διάγραμμα 10



B. Μέρος: Δαπάνες Τουρισμού

Ακολουθεί η στατιστική ανάλυση του Β. Μέρους του ερωτηματολογίου που αφορά τις δαπάνες του τουρισμού. Στους παρακάτω πίνακες (Πίνακας 15 και 16) περιγράφεται ο αριθμός των ταξιδιών καθώς και οι μέρες των ταξιδιών συνολικά που πραγματοποίησαν οι ερωτηθέντες κατά τα δυο εξεταζόμενα έτη.

Πίνακας 15

Πόσα ταξίδια πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Κανένα	4	3,6	14	12,5
Λιγότερα από 2	33	29,5	50	44,6
2-4	51	45,5	33	29,5
5-7	17	15,2	11	9,8
8-10	5	4,5	3	2,7
Πάνω από 10	2	1,8	1	0,9

Πίνακας 16

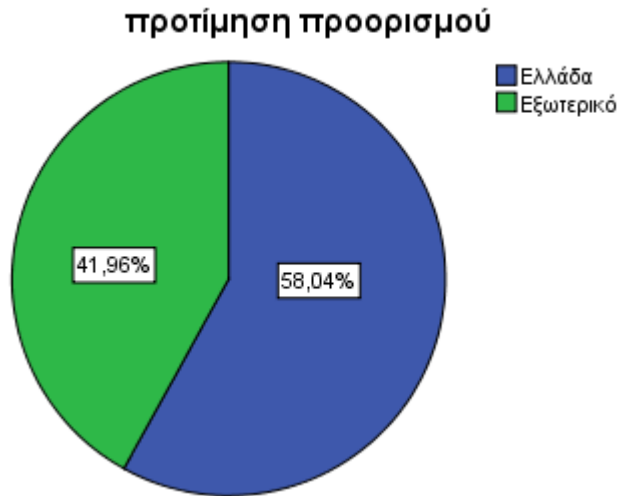
Πόσες ημέρες συνολικά πήγατε διακοπές τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-5 ημέρες	10	8,9	25	22,3
5-10 ημέρες	16	14,3	18	16,1
10-15 ημέρες	25	22,3	21	18,8
15-20 ημέρες	21	18,8	19	17,0
20-25 ημέρες	11	9,8	8	7,1
25-30 ημέρες	12	10,7	8	7,1
Πάνω από 30 ημέρες	17	15,2	13	11,6

Είναι φανερό από τα αποτελέσματα της έρευνας πως τα ελληνικά νοικοκυριά έχουν μειώσει τόσο τον αριθμό των ταξιδιών τους όσο και τις ημέρες που διαμένουν σε έναν τουριστικό προορισμό. Συγκεκριμένα ενώ το 2010 το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (45,5%) δήλωσε πως πραγματοποίησε 2-4 ταξίδια μέσα στο χρόνο το 2011 ο αριθμός των ταξιδιών περιορίστηκε σε λιγότερα από δυο (44,6%) ενώ αίσθηση προκαλεί το γεγονός ότι το 12,5% δεν πραγματοποίησε κανένα ταξίδι.

Σημαντική μείωση παρατηρείται και στις ημέρες διαμονής σε έναν τόπο καθώς η πλειοψηφία του δείγματος (22,3%) το 2010 πραγματοποίησε διακοπές 10-15 ημερών ενώ το 2011 οι ημέρες περιορίστηκαν σε 0-5.

Σε ότι αφορά τις προτιμήσεις των ελληνικών νοικοκυριών την πρώτη θέση κατέχουν οι προορισμοί εντός της χώρας με ποσοστό 58% και ακολουθούν οι προορισμοί στο εξωτερικό με ποσοστό 42%. Τα αποτελέσματα αυτά περιγράφονται και στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 11).

Διάγραμμα 11



Ωστόσο μειωμένος φαίνεται να είναι ο αριθμός των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν τόσο εντός όσο και εκτός της χώρας το 2011 σε σχέση με το 2010. Συγκεκριμένα ενώ το 2010 ο αριθμός των ταξιδιών σε προορισμούς εντός Ελλάδος ήταν 275 το 2011 μειώθηκε στα 216 ταξίδια. Μεγαλύτερη μείωση παρατηρείται για τα ταξίδια του εξωτερικού, καθώς ο αριθμός των ταξιδιών το 2011 μειώθηκε περίπου κατά το ήμισυ σε σχέση με το 2010 (Πίνακας 17).

Πίνακας 17

Πόσα ταξίδια κάνατε στην Ελλάδα και το εξωτερικό τα έτη 2010 και 2011;	2010	2011
	N	N
Ελλάδα	275	216
Εξωτερικό	112	61

Επίσης σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 18 οι Έλληνες φαίνεται να προτιμούν τις ελεύθερες διακοπές έναντι των οργανωμένων. Συγκεκριμένα τα ποσοστά των ατόμων που επέλεξαν τις ελεύθερες διακοπές τόσο για το έτος 2010 όσο και για το 2011 κυμαίνονται στο 73,2% και 77,7% αντίστοιχα. Αντιθέτως τα ποσοστά αυτών που επέλεξαν τις οργανωμένες διακοπές παρουσιάζονται αισθητά χαμηλότερα και παρατηρείται μια μικρή μείωση του αριθμού των οργανωμένων

ταξιδιών κατά το έτος 2011 σε σχέση με το 2010. Αξίζει να σημειώσουμε ότι οργανωμένες διακοπές επιλέγουν κυρίως τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και αυτοί που επιλέγουν για τις διακοπές τους χώρες του εξωτερικού.

Πίνακας 18

Τα έτη 2010 και 2011 πήγατε οργανωμένες διακοπές (μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου) ή ελεύθερες διακοπές;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Οργανωμένες διακοπές	30	26,8	25	22,3
Ελεύθερες διακοπές	82	73,2	87	77,7

Στην επόμενη ερώτηση οι ερωτηθέντες καλούνταν να προσδιορίσουν τους κύριου λόγους που ταξιδεύουν. Από τα στοιχεία του πίνακα (Πίνακας 19) παρατηρείται πως το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (47,3%) πραγματοποιεί ταξίδια για λόγους αναψυχής και ακολουθούν αυτοί που επισκέπτονται την οικογένειά τους και τους φίλους τους με ποσοστό 18,8%. Έπονται αυτοί που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς και αθλητικούς λόγους με ποσοστά 13,4% και 9,8% αντιστοίχως. Τα υπόλοιπα είδη τουρισμού (θρησκευτικός τουρισμός, αγροτουρισμός και εκπαιδευτικός-πολιτιστικός τουρισμός) καταγράφουν χαμηλά ποσοστά.

Πίνακας 19

Για ποιους λόγους ταξιδεύετε κυρίως;		
	N	%
Λόγοι αναψυχής/διακοπές	53	47,3
Επίσκεψη σε οικογένεια ή φίλους	21	18,8
Επαγγελματικοί λόγοι	15	13,4
Θρησκευτικοί λόγοι	4	3,6
Αγροτουρισμός	3	2,7
Εκπαιδευτικοί-πολιτιστικοί λόγοι	5	4,5
Αθλητικοί λόγοι	11	9,8

Σε ότι αφορά τα ταξίδια που πραγματοποίησαν οι ερωτηθέντες για διακοπές φαίνεται πως περιορίζονται σε λιγότερα από δυο τόσο για το έτος 2010 όσο και για το 2011 ενώ λίγοι είναι αυτοί που πάνε πάνω από 4 φορές διακοπές το χρόνο με το ποσοστό αυτό να εμφανίζεται αισθητά μειωμένο το 2011 (Πίνακας 20).

Πίνακας 20

Πόσα ταξίδια πραγματοποίησατε για διακοπές τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Κανένα	8	7,1	21	18,8
Λιγότερα από δυο	45	40,2	50	44,6
2-4	44	39,3	36	32,1
5-7	14	12,5	5	4,5
8-10	1	0,9	0	0,0
Πάνω από 10	0	0,0	0	0,0

Μείωση παρατηρείται και στα επαγγελματικά ταξίδια μεταξύ των δυο εξεταζόμενων ετών όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα του πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 21).

Πίνακας 21

Πόσα επαγγελματικά ταξίδια πραγματοποίησατε τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Κανένα	83	74,1	88	78,6
Λιγότερα από δυο	14	12,5	11	9,8
2-4	8	7,1	7	6,3
5-7	4	3,6	4	3,6
8-10	3	2,7	2	1,8
Πάνω από 10	0	0,0	0	0,0

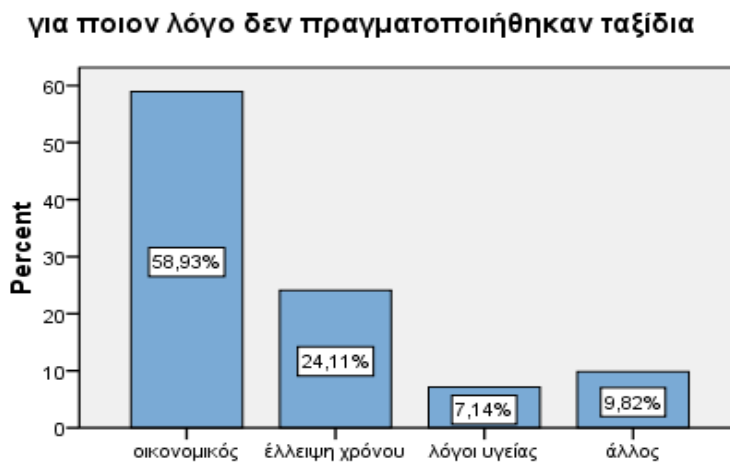
Επίσης ενώ το 2010 το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (24,1%) πραγματοποίησε 5-7 ημερήσια ταξίδια το ποσοστό αυτό βαίνει μειούμενο κατά το 2011 με τους περισσότερους ερωτηθέντες (31,3%) να πραγματοποιούν 2-4 ημερήσια ταξίδια (Πίνακας 22).

Πίνακας 22

Πόσα ημερήσια ταξίδια (χωρίς διανυκτέρευση) πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Κανένα	6	5,4	12	10,7
Λιγότερα από δυο	25	22,3	28	25,0
2-4	26	23,2	35	31,3
5-7	27	24,1	18	16,1
8-10	16	14,3	10	8,9
Πάνω από 10	12	10,7	9	8,0

Στην ερώτηση για το ποιος ήταν ο λόγος μη πραγματοποίησης ταξιδιών τον τελευταίο χρόνο το 58,9% απάντησε πως αντιμετώπισε οικονομικές δυσκολίες ενώ ένα ποσοστό της τάξεως του 24,1% δήλωσε ότι δεν είχαν διαθέσιμο χρόνο. Επίσης το 9,8% δεν διευκρίνισε το λόγο ενώ το υπόλοιπο 7,1% δήλωσε πως δεν πραγματοποίησε ταξίδια λόγω προβλημάτων υγείας. Τα αποτελέσματα αυτά παρουσιάζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί (Διάγραμμα 12).

Διάγραμμα 12



Το είδος του καταλύματος (Πίνακας 23) που προτίμησαν οι Έλληνες για τις διακοπές τους το 2010, με βάση τα στοιχεία της έρευνας, φαίνεται να είναι τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τα ξενοδοχεία με ποσοστά 30,4% και 26,8%

αντίστοιχα. Η επιλογή του κάμπινγκ καταγράφει χαμηλά ποσοστά (5,4%) ενώ πολλοί είναι αυτοί που είναι ιδιοκτήτες εξοχικής κατοικίας (21,4%).

Για το έτος 2011 παρατηρείται στροφή των Ελλήνων τουριστών προς οικονομικότερες επιλογές καταλυμάτων. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία του δείγματος (31,3%) επέλεξε να διαμείνει κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε οικία φίλων ή συγγενών και πολλοί είναι αυτοί που προτίμησαν τα ιδιόκτητα καταλύματα τους (24,1%). Η επιλογή διαμονής σε ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια δεν εμφανίζεται ελκυστική καθώς σημαντική είναι η μείωση της ζήτησης αυτών των καταλυμάτων σε αντίθεση με τα κάμπινγκ που παρουσιάζουν αισθητή αύξηση (από 5,4% το 2010 σε 12,5% το 2011).

Πίνακας 23

Πού διαμείνατε την περίοδο των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Ξενοδοχείο	30	26,8	14	12,5
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	34	30,4	20	17,9
Κάμπινγκ	6	5,4	14	12,5
Συνεδριακό κέντρο	3	2,7	2	1,8
Ιδιόκτητο κατάλυμα	24	21,4	27	24,1
Σε οικία φίλων ή συγγενών	15	13,4	35	31,3

Ο παρακάτω πίνακας (Πίνακας 24) παρουσιάζει τις ημέρες διαμονής στα εκάστοτε καταλύματα κατά τα δύο εξεταζόμενα έτη. Το 2010 το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (36,6%) επέλεξε διακοπές διάρκειας 4-6 ημερών, σε αντίθεση με το 2011 όπου η διάρκεια διαμονής τους αυξήθηκε στις 7-9 ημέρες (32,1%). Παρατηρείται ότι οι Έλληνες έχουν αυξήσει τις ημέρες των διακοπών το 2011 σε σχέση με το 2010 γεγονός που οφείλεται στην επιλογή τους για πιο οικονομικές λύσεις διακοπών καθώς οι περισσότεροι διέμειναν σε οικίες φίλων και συγγενών ή σε ιδιόκτητα καταλύματα όπως παρατηρήσαμε νωρίτερα.

Πίνακας 24

Ποιο ήταν το χρονικό διάστημα που διαμείνατε στα καταλύματα κατά τη διάρκεια των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
1-3 ημέρες	12	10,7	9	8,0
4-6 ημέρες	41	36,6	33	29,5
7-9 ημέρες	26	23,2	36	32,1
Πάνω από 10 ημέρες	33	29,5	34	30,4

Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 25) διακρίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων (35,7%) φαίνεται να επιλέγει κατά κύριο λόγο το πλοίο για να πάει διακοπές το 2010, σε αντίθεση με το 2011 όπου περίπου ένας στους δύο (45,5%) προτιμά να χρησιμοποιήσει το αυτοκίνητο για τις διακοπές του. Το συγκεκριμένο γεγονός μπορεί να εξηγηθεί από την επιλογή των ατόμων για πιο κοντινούς προορισμούς το 2011 (σε χωριά ή γύρω περιοχές) με σκοπό οικονομικότερες διακοπές. Αξίζει να σημειωθεί πως ιδιαίτερα μειωμένο είναι το ποσοστό των ατόμων που επιλέγουν το αεροπλάνο ως το μέσο για να μεταβούν σε έναν τουριστικό προορισμό το 2011 σε σχέση με το 2010 (10,7% έναντι 17,9%).

Πίνακας 25

Ποίο μεταφορικό μέσο χρησιμοποιήσατε για να πάτε διακοπές τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Αυτοκίνητο	33	29,5	51	45,5
Τρένο	4	3,6	6	5,4
Πλοίο/καράβι	40	35,7	23	20,5
Αεροπλάνο	20	17,9	12	10,7
Πούλμαν/Λεωφορείο	8	7,1	12	10,7
Μοτοσικλέτα	7	6,3	8	7,1

Επίσης στην ερώτηση αν πιστεύετε ότι το μεταφορικό μέσο το οποίο χρειάζεστε για να μεταβείτε σε έναν τουριστικό προορισμό επηρεάζει την επιλογή του τόπου των διακοπών σας το 97,3% απάντησε θετικά ενώ μόνο το 2,7% δήλωσε πως όχι (Πίνακας 26).

Πίνακας 26

Πιστεύετε ότι το μεταφορικό μέσο επηρεάζει την επιλογή του τόπου των διακοπών σας;		
	N	%
Ναι	109	97,3
Όχι	3	2,7

Παρατηρώντας τον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 27) συμπεραίνουμε πως υπάρχει αξιοσημείωτη μείωση της τάξεως του 18,8% του ποσοστού των ατόμων που πραγματοποίησαν διακοπές κατά την περίοδο των εορτών των Χριστουγέννων και του Πάσχα το 2011 (34,8%), σε σχέση με το 2010 όπου το αντίστοιχο ποσοστό κυμάνθηκε στο 53,6%.

Πίνακας 27

Πραγματοποιήσατε διακοπές την περίοδο των εορτών των Χριστουγέννων και του Πάσχα τα τελευταία δυο έτη;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Ναι	60	53,6	39	34,8
Όχι	52	46,4	73	65,2

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, ιδιαίτερη σημασία στην απόφασή τους για τη διάρκεια των διακοπών τους σε έναν τουριστικό προορισμό έχουν οι προσιτές τιμές και η φύση. Πολύ σημαντική επίσης φαίνεται να είναι η ποιότητα των τουριστικών καταλυμάτων αλλά και της ευρύτερης περιοχής, ενώ αρκετά σημαντικό ρόλο παίζει και το είδος του τουριστικού πακέτου. Το είδος του τουριστικού καταλύματος φαίνεται να επηρεάζει τους περισσότερους σε μικρό σχετικά βαθμό (Πίνακας 28).

Πίνακας 28

Σε ποιο βαθμό οι παρακάτω παράγοντες επηρεάζουν τη διάρκεια της διαμονής σας σε έναν τόπο;					
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
	%	%	%	%	%
Είδος τουριστικού καταλύματος	0,9	30,4	26,8	27,7	14,3
Είδος τουριστικού πακέτου	12,5	24,1	33,9	23,2	6,3
Προσιτές τιμές	0,0	0,0	6,3	32,1	61,6
Φύση (παραλίες)	0,0	2,7	17,0	38,4	42,0
Ποιότητα τουριστικών καταλυμάτων	0,0	8,9	26,8	39,3	25,0
Ποιότητα ευρύτερης περιοχής	0,9	6,3	25,9	37,5	29,5

Αναφορικά με τις δαπάνες των τουριστών σε ότι αφορά το φαγητό και τα ποτά, περιορίστηκαν σε λιγότερο από 50 ευρώ τόσο το 2010 όσο και το 2011. Ωστόσο, ένα μεγάλο μέρος του δείγματος (40,2%) το 2010 φαίνεται να δαπάνησε από 50 έως και 100 ευρώ, ενώ αντίθετα το 2011 το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 31,3 %. Ποσά άνω των 100 ευρώ καταγράφονται μόνο για το έτος 2010 και για πολύ μικρό ποσοστό του δείγματος (17%) (Πίνακας 29).

Πίνακας 29

Πόσα χρήματα δαπανήσατε για φαγητό και ποτά ημερησίως κατά τη διάρκεια των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Λιγότερο από 50€	50	44,6	72	64,3
51-100€	45	40,2	35	31,3
101-150€	13	11,6	5	4,5
151-200€	4	3,6	0	0,0
Άνω των 200€	0	0,0	0	0,0

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 30), μειωμένες φαίνεται να είναι οι δαπάνες στο σύνολό τους για το 2011. Συγκεκριμένα, ενώ το 2010 το 24,1% του δείγματος σπατάλησε 900-1200 ευρώ κατά τη διάρκεια των

διακοπών τους, το 2011 η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε πως περιορίστηκε στο ποσό των 300-600 ευρώ.

Πίνακας 30

Πόσα χρήματα δαπανήσατε συνολικά στις διακοπές σας τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-300€	8	7,1	11	9,8
301-600€	14	12,5	35	31,3
601-900€	25	22,3	24	21,4
901-1200€	27	24,1	15	13,4
1201-1500€	19	17,0	18	16,1
1501€ και άνω	19	17,0	9	8,0

Στην ερώτηση για το εάν υπάρχει διαφορά στις τιμές των τουριστικών προορισμών το 2011 σε σχέση με το 2010, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων δήλωσε πως δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση στις τιμές (42%), ενώ ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 25% δήλωσε πως παρατήρησε μικρή μείωση στις τιμές. Εδώ αξίζει να σημειώσουμε, πως δεδομένης της αξιοσημείωτης μείωσης του εισοδήματος των νοικοκυριών υπάρχει αύξηση σε επίπεδο σχετικών τιμών (Πίνακας 31-Διάγραμμα 13).

Πίνακας 31

Πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά στις τιμές των τουριστικών προορισμών το 2010 σε σχέση με το 2011;		
	N	%
Δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση στις τιμές	47	42,0
Υπάρχει μικρή μείωση στις τιμές	28	25,0
Υπάρχει σημαντική μείωση των τιμών	13	11,6
Υπάρχει μικρή αύξηση στις τιμές	19	17,0
Υπάρχει σημαντική αύξηση τιμών	5	4,5

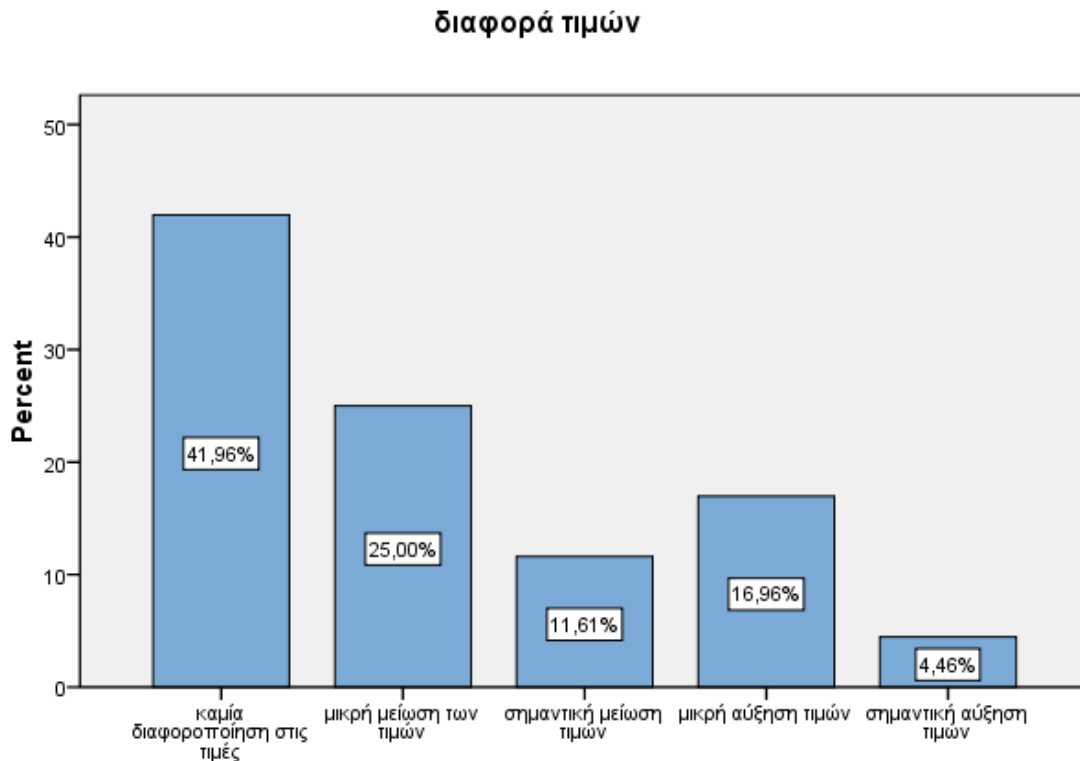
Τέλος, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό (73,2%) των ατόμων που ερωτήθηκαν για το αν η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις δαπάνες τους για διακοπές απάντησε

πολύ και πάρα πολύ όπως αναμενόταν (40,2% και 33% αντίστοιχα). Αξίζει να αναφέρουμε πως κανένα άτομο δεν απάντησε πως δεν επηρεάστηκε καθόλου από την οικονομική κρίση, ενώ το ποσοστό των ατόμων που επηρεάστηκαν λίγο κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα (5,4%)(Πίνακας 32-Διάγραμμα 14).

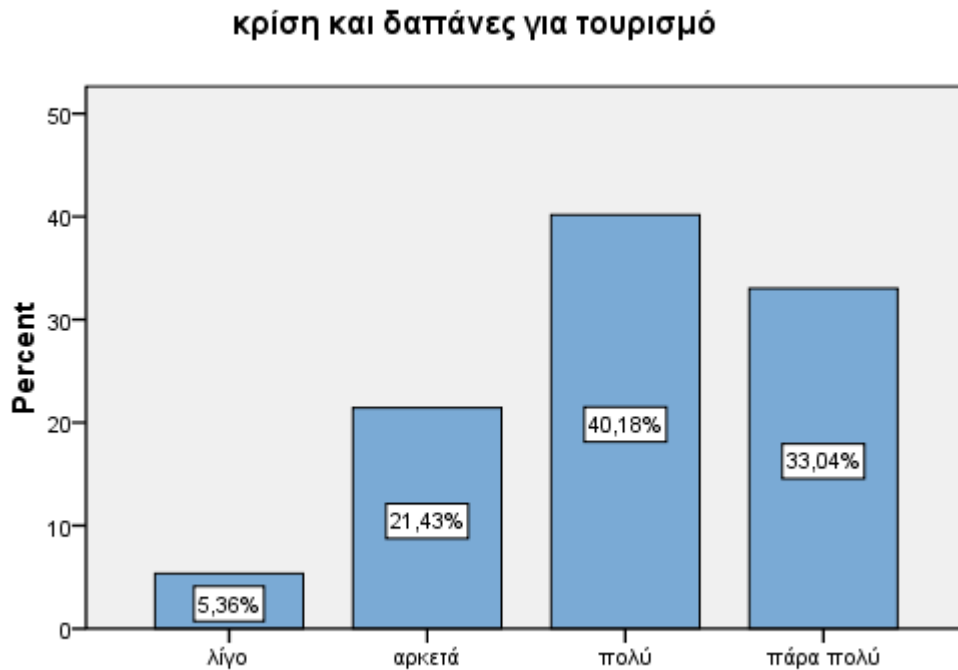
Πίνακας 32

Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις δαπάνες σας για διακοπές;		N	%
	Καθόλου	0	0,0
	Λίγο	6	5,4
	Αρκετά	24	21,4
	Πολύ	45	40,2
	Πάρα πολύ	37	33,0

Διάγραμμα 13



Διάγραμμα 14



Γ. Μέρος: Δαπάνες για Ψυχαγωγία

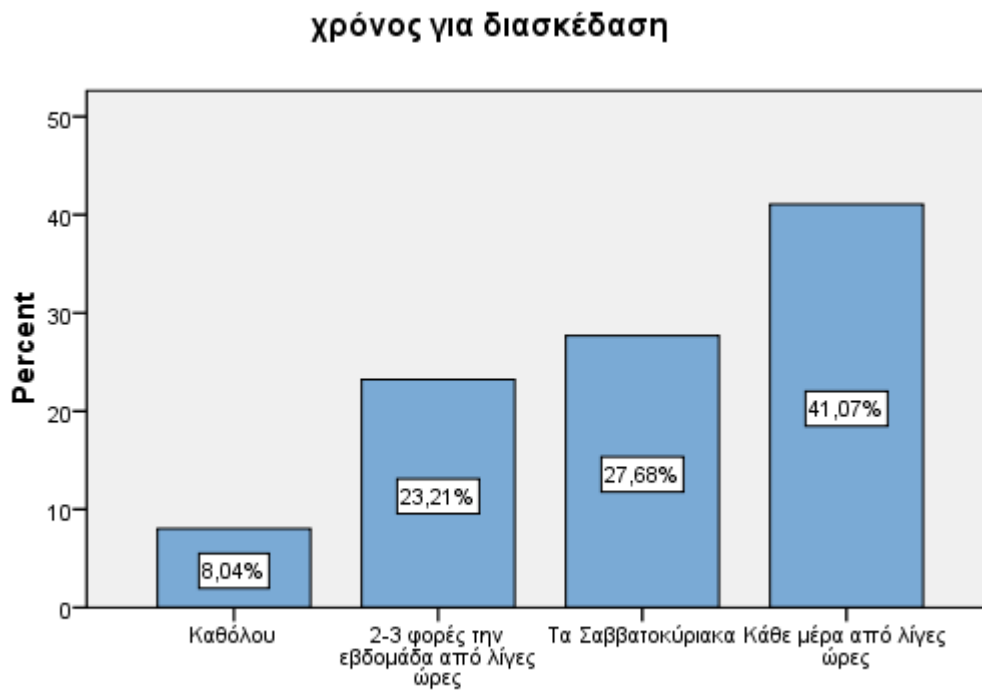
Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου αφορά τον τομέα της διασκέδασης και του ελεύθερου χρόνου και κατά πόσο η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για ψυχαγωγία.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν σε αυτό το μέρος διαπιστώθηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (41,1%) αφιερώνει χρόνο για διασκέδαση κάθε μέρα από λίγες ώρες, κάτι που δικαιολογείται καθώς το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος αποτελείται από νεαρές ηλικίες. Ακολουθούν με ποσοστό 27,7% και 23,2% τα άτομα που αφιερώνουν χρόνο για διασκέδαση μόνο τα Σαββατοκύριακα και δύο με τρεις φορές την εβδομάδα, αντίστοιχα, ενώ μόλις το 8% των ερωτηθέντων δεν αφιερώνει καθόλου ελεύθερο χρόνο στην ψυχαγωγία (Πίνακας 33-Διάγραμμα 15).

Πίνακας 33

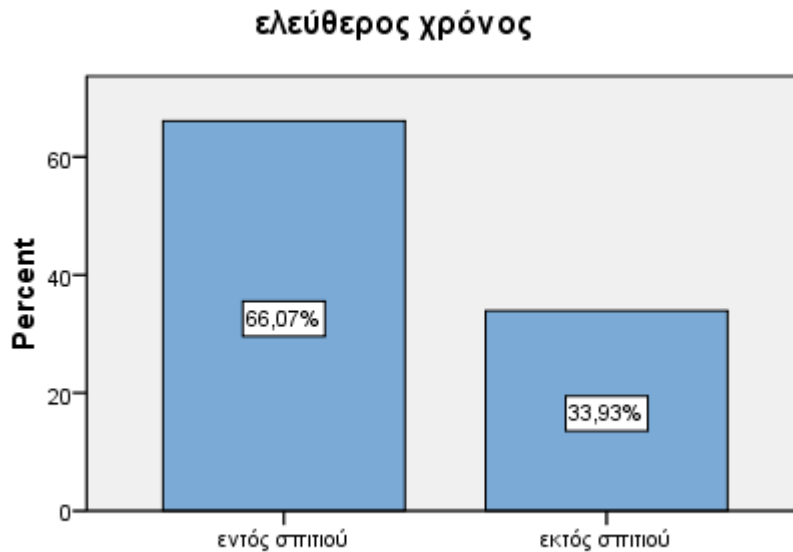
Πόσο χρόνο αφιερώνετε για διασκέδαση/ψυχαγωγία την εβδομάδα;	N	%
Καθόλου	9	8,0
2-3 φορές την εβδομάδα από λίγες ώρες	26	23,2
Τα Σαββατοκύριακα	31	27,7
Κάθε μέρα από λίγες ώρες	46	41,1

Διάγραμμα 15



Επίσης, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 16), ο μεγαλύτερος αριθμός του δείγματος (66,07%) περνά τον ελεύθερο χρόνο του εντός του σπιτιού.

Διάγραμμα 16

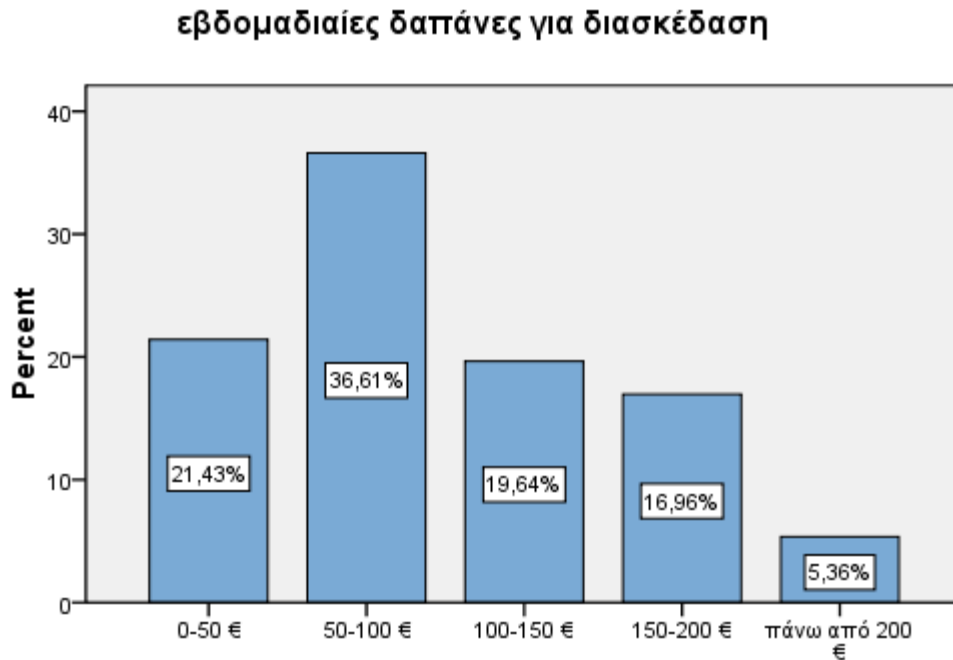


Σε ότι αφορά την εβδομαδιαία δαπάνη για διασκέδαση το 21,4% δήλωσε πως δαπανά έως 50 ευρώ. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (36,6%) δαπανά 50-100 ευρώ, ενώ ακολουθούν με ποσοστά 19,6% και 17% τα άτομα που δαπανούν 101-150 και 151-200 ευρώ αντίστοιχα. Τέλος, μόλις το 5,4% απάντησε πως οι δαπάνες του για ψυχαγωγία ξεπερνούν τα 200 ευρώ (Πίνακας 34-Διάγραμμα 17).

Πίνακας 34

Πόσα χρήματα δαπανάτε συνολικά την εβδομάδα για διασκέδαση;	N	%
Έως 50€	24	21,4
50-100€	41	36,6
100-150€	22	19,6
150-200€	19	17,0
200€ και άνω	6	5,4

Διάγραμμα 17



Για το αν οι δαπάνες για δραστηριότητες διασκέδασης ήταν υψηλότερες το 2010 σε σχέση με το 2011, το 90,2 % απάντησε θετικά και μόλις το 9,8% αρνητικά. Τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 35).

Πίνακας 35

Δαπανήσατε περισσότερα χρήματα για δραστηριότητες διασκέδασης το 2010 από το 2011;		
	N	%
Ναι	101	90,2
Όχι	11	9,8

Αναλύοντας εκτενέστερα τις δαπάνες για διασκέδαση, παρατηρούμε πως οι δαπάνες των ερωτηθέντων για καφέ περιορίζονται στα 10-20 ευρώ τόσο για το 2010 όσο και για το 2011. Ωστόσο παρατηρείται πως τα υψηλά επίπεδα εβδομαδιαίων δαπανών για καφέ (20-30 ευρώ και πάνω από 30 ευρώ) παρουσιάζουν πτωτική τάση το 2011 σε σχέση με το 2010, ενώ αυξάνεται το

μέγεθος του δείγματος που ανήκει στα χαμηλά επίπεδα εβδομαδιαίων δαπανών (0-10 ευρώ και 10-20ευρώ) (Πίνακας 36).

Πίνακας 36

Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για καφέ τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-10€	13	11,6	28	25,0
10-20€	44	39,3	47	42,0
20-30€	34	30,4	23	20,5
Πάνω από 30€	21	18,8	14	12,5

Σε ότι αφορά τις εβδομαδιαίες δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για κινηματογράφο, παρατηρούμε πως το 2010 το 41,1% των ερωτηθέντων δαπανά 0-10 ευρώ, ενώ το 2011 το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 63,4%. Από την άλλη πλευρά τα ποσοστά του δείγματος που ανήκουν στα υψηλότερα επίπεδα δαπανών (10-20 ευρώ, 20-30 ευρώ και πάνω από 30 ευρώ) μειώνονται το 2011 σε σχέση με το 2010. Είναι φανερό λοιπόν πως τα νοικοκυριά έχουν περιορίσει τις δαπάνες για κινηματογράφο (Πίνακας 37).

Πίνακας 37

Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για κινηματογράφο τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-10€	46	41,1	71	63,4
10-20€	43	38,4	35	31,3
20-30€	18	16,1	4	3,6
Πάνω από 30€	5	4,5	2	1,8

Παρόμοια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με τις δαπάνες των ερωτηθέντων για πολιτιστικές εκδηλώσεις (θέατρο, συναυλίες) .Το 2010 το 65,2%% των ερωτηθέντων δήλωσε πως οι δαπάνες του κυμάνθηκαν στα 0-10 ευρώ ανά εβδομάδα, ενώ το 2011 το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 83,9%. Αντίθετα, τα ποσοστά του δείγματος που δαπανούν πάνω από 20 ευρώ,

μειώνονται αισθητά το 2011 σε σχέση με το 2010. Αξίζει να σημειώσουμε πως το 2011 κανένα άτομο δεν δαπάνησε πάνω από 30 ευρώ σε πολιτιστικές εκδηλώσεις (Πίνακας 38).

Πίνακας 38

Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για πολιτιστικές εκδηλώσεις (θέατρο, συναυλίες) τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-20€	73	65,2	94	83,9
20-40€	30	26,8	14	12,5
40-60€	6	5,4	4	3,6
Πάνω από 60€	3	2,7	0	0,0

Επίσης, σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 39, οι Έλληνες φαίνεται να έχουν μειώσει τα έξοδά τους για διασκέδαση σε νυχτερινά μαγαζιά (μπαρ, κλαμπ). Συγκεκριμένα το 2010 το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων του δείγματος (37,5%) δαπάνησε 20-40 ευρώ την ανά εβδομάδα, σε αντίθεση με το 2010, όπου οι περισσότεροι (46,4%) περιόρισαν τις δαπάνες τους σε 0-20 ευρώ. Αυτό προκαλεί αίσθηση, αν λάβουμε υπόψη μας πως το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος αποτελείται από νεαρές ηλικίες.

Πίνακας 39

Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για νυχτερινά μαγαζιά (μπαρ, κλαμπ) τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-20€	36	32,1	52	46,4
20-40€	42	37,5	46	41,1
40-60€	26	23,2	9	8,0
Πάνω από 60€	8	7,1	5	4,5

Μείωση ακόμα παρατηρείται στις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για φαγητό έξω (εστιατόρια, fast food). Ενώ το 2010 μόνο το 17,9% δαπάνησε 0-20 ευρώ, το 2011 το ποσοστό αυτό αυξήθηκε στο 45,5%. Παράλληλα, πτωτική τάση εμφανίζουν το 2011 οι δαπάνες άνω των 20 ευρώ (Πίνακας 40)

Πίνακας 40

Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε την εβδομάδα για φαγητό έξω (εστιατόρια, fast food) τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
0-20€	20	17,9	51	45,5
20-40€	53	47,3	41	36,6
40-60€	28	25,0	17	15,2
Πάνω από 60€	11	9,8	3	2,7

Επιπρόσθετα, όπως φαίνεται στον πίνακα 41, το 60,7% του δείγματος πλήρωσε συνδρομή για το αγαπημένο τους σπορ (ή γυμναστήριο) το έτος 2010, ενώ το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 42,9% για το έτος 2011.

Πίνακας 41

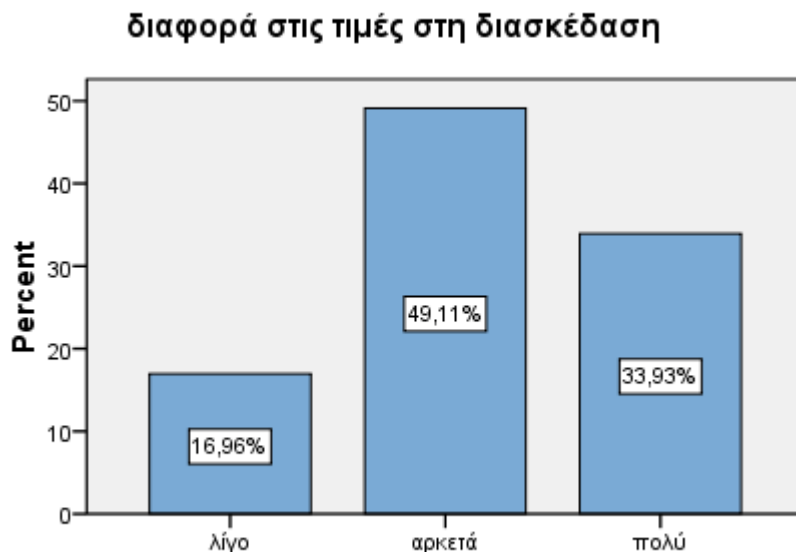
Πληρώνατε συνδρομή για να κάνετε το αγαπημένο σας σπορ (ή γυμναστήριο) τα έτη 2010 και 2011;				
	2010		2011	
	N	%	N	%
Ναι	68	60,7	48	42,9
Όχι	44	39,3	64	57,1

Στην ερώτηση για το αν υπάρχει διαφορά στις τιμές στον τομέα της διασκέδασης το 2010 σε σχέση με το 2011, η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε πως υπάρχει αρκετή διαφορά, το 17% απάντησε λίγο, ενώ ένα ποσοστό της τάξεως του 33,9% απάντησε πολύ (Πίνακας 42-Διάγραμμα 18).

Πίνακας 42

Πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά στις τιμές στο τομέα της διασκέδασης το έτος 2010 σε σχέση με το 2011;		N	%
	Καθόλου	0	0,0
	Λίγο	19	17,0
	Αρκετά	55	49,1
	Πολύ	38	33,9
	Πάρα πολύ	0	0,0

Διαγραμμα 18

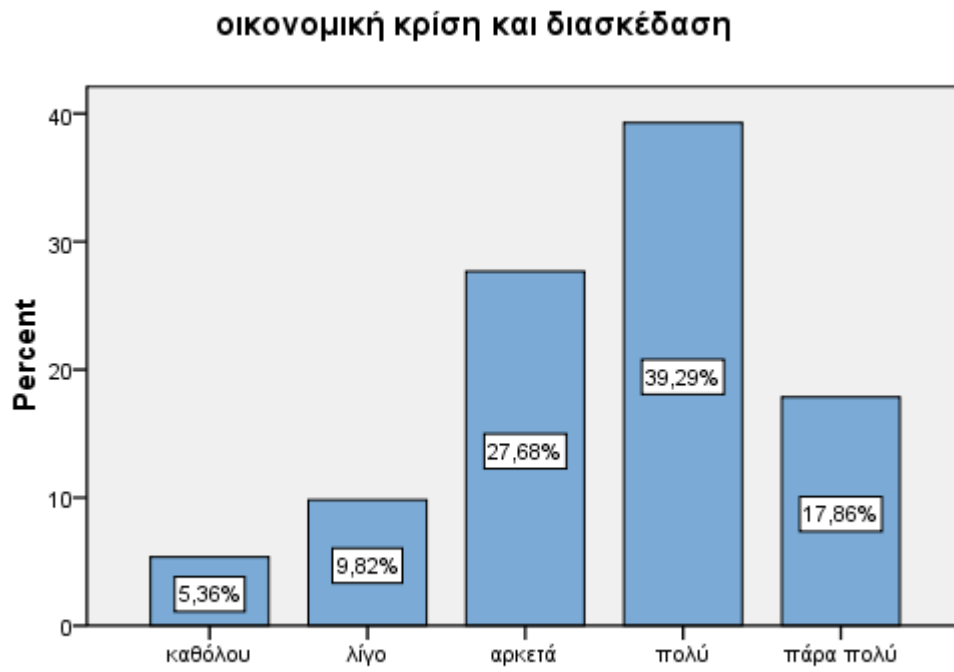


Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου τα άτομα καλούνται να απαντήσουν αν η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει στο σύνολο τις δαπάνες τους για διασκέδαση. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος φαίνεται να έχει επηρεαστεί σημαντικά από τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης καθώς το 39,3% δήλωσε πως οι δαπάνες για διασκέδαση έχουν μειωθεί κατά πολύ λόγω της κρίσης, ενώ ακολουθούν αυτοί που δήλωσαν αρκετά και πάρα πολύ με ποσοστά 27,7% και 17,9% αντίστοιχα, ενώ μόλις το 5,36% απάντησε καθόλου (Πίνακας 43- Διάγραμμα 19).

Πίνακας 43

Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις δαπάνες σας για διασκέδαση;		N	%
	Καθόλου	6	5,4
	Λίγο	11	9,8
	Αρκετά	31	27,7
	Πολύ	44	39,3
	Πάρα πολύ	20	17,9

Διαγραμμα 19



Κεφάλαιο 6^ο:

Συμπεράσματα:

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν ο προσδιορισμός των επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για τουρισμό και δραστηριότητες ψυχαγωγίας για τα έτη 2010 και 2011.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης μας τα περισσότερα ελληνικά νοικοκυριά έρχονται αντιμέτωπα με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης καθώς βλέπουν καθημερινά τα εισοδήματά τους να μειώνονται. Οι περικοπές των μισθών φαίνεται να έχουν αντίκτυπο τόσο στις δαπάνες τους για τουρισμό όσο και στη ψυχαγωγία.

Συγκεκριμένα, παρατηρείται πως η συχνότητα των ταξιδιών έχει μειωθεί αισθητά για όλους τους τύπους των ταξιδιών. Σε ότι αφορά τα ταξίδια για διακοπές περιορίζονται σε λιγότερα από δύο το χρόνο ωστόσο όμως παρατηρείται αύξηση των ημερών διαμονής το 2011 σε σχέση με το 2010. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην επιλογή των ερωτηθέντων για οικονομικότερες διακοπές καθώς προτιμούν να διαμείνουν σε καταλύματα φίλων και συγγενών ή κάμπινγκ.

Μείωση παρατηρείται επίσης και στις συνολικές δαπάνες των τουριστών καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος το 2011 δαπάνησε 300 με 600 ευρώ, σε αντίθεση με το 2010 όπου το μεγαλύτερο μέρος δήλωσε πως σπατάλησε 900 με 1200 ευρώ, γεγονός που αποδεικνύει τη μείωση των ελληνικών νοικοκυριών για δαπάνες τουρισμού.

Η κρίση φαίνεται να έχει επηρεάσει και το χώρο της διασκέδασης καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων έχει μειώσει αισθητά τις δαπάνες για ψυχαγωγία. Πολλοί από αυτούς έχουν περιορίσει τις εξόδους τους και τις δραστηριότητές τους προτιμώντας να περνούν τον ελεύθερό τους χρόνο εντός του σπιτιού.

Από τις δραστηριότητες που αναλύθηκαν στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, αισθητή μείωση παρατηρείται στις δαπάνες για νυχτερινά μαγαζιά και χώρους εστίασης. Συγκεκριμένα, το ποσό που συνήθιζαν να δαπανούν για τις δραστηριότητες αυτές το 2010 κυμαινόταν στα 20 με 40 ευρώ, ενώ το 2011 περιορίστηκε στα 0 έως 20 ευρώ. Σε ότι αφορά στις δαπάνες για καφέ, θέατρο και πολιτιστικές εκδηλώσεις το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος δαπανά από 0 έως 20 ευρώ και για τα δύο εξεταζόμενα έτη.

Τέλος, τα αποτελέσματα της έρευνας φανερώνουν πως η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τόσο τον τομέα του τουρισμού όσο και τον τομέα της διασκέδασης με τις δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών να βαίνουν μειούμενες μεταξύ των δύο εξεταζόμενων ετών. Ειδικότερα, με βάση τα στοιχεία της έρευνάς μας, το 73,2% των ελληνικών νοικοκυριών δήλωσαν πως η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει πολύ/πάρα πολύ τις δαπάνες για τουρισμό, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις ψυχαγωγικές δαπάνες κυμαίνεται στο 57,2%.

Βιβλιογραφία

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αποστολόπουλος Κ. και **Δ. Σδράλη** (2006), Ήπιες μορφές τουρισμού, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθήνα

Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1997), *Τουριστική Οικονομία*, Τόμος Α', Interbooks, Αθήνα.

Κομίλης Π. (1986) Τουριστικές Δραστηριότητες ΚΕΠΕ

Λογοθέτης Μ. (1988), Αγροτικός Τουρισμός , *μια εναλλακτική λύση*

Μυριζάκης Γ. (1997) «Ελεύθερος χρόνος των νέων, ψυχαγωγικές και αθλητικές δραστηριότητες» ΕΚΚΕ, Αθήνα

Παυλόπουλος Π. Το Μέγεθος και η δυναμική του Τουριστικού τομέα, ΙΤΕΠ, 1999

ΞΕΝΗ

Crouch, G. I. (1992), Effect of income and price on international tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, pp. 643-664.

Dardis et all (1994), Modeling Tourism Spending Decisions As A Two-Step Process, Volume 4, 1999 Pages 216-223

Dolnicar et al (2002), A Review of Data-Driven Market Segmentation in Tourism, Vol 12

Dritsakis, N and S. Athanasiadis (2000), An econometric model of tourist demand: The case of Greece, *Journal of hospitality & leisure marketing*, Vol. 2, 39-49.

Kwack, S. Y. (1972), Effects of Income and Prices on Travel Spending Abroad 1960 III-1967IV, *International Economic Review*, Vol. 13, No. 2, pp. 245-256.

(Nicolau and Mas, 2005a), An analysis of households' appraisal of their budget constraints for potential participation in tourism, vol31, issue 1_ February 2010, Pages 45-56

Nicolau and Mas (2005b), The Determinants of Students' Destination Choice for their Summer Vacation Trip, Vol 8

Weagley R. O. (2004). Leisure Expenditures of Retired and Near Retired Households. Journal of Leisure Research. Vol. 36, pp 101-128.

ΑΡΘΡΑ

What is agri-tourism? Developing the product, tourism enterprice p.p 24-35

ΤΟ ΒΗΜΑ, (17/02/2009). Η ΛΙΤΟΤΗΤΑ ΕΠΛΗΞΕ ΚΑΙ ΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ, Σ. 4.

ΜΟΥΜΟΥΡΗΣ Ν. (14/08/2009). ΟΙ ΠΤΗΣΕΙΣ «ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΤΗΝ ΠΤΩΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ», ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ. ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΣΤΟ: <http://www.enet.gr>.

LINKS

<http://news247.gr>

<http://sete.gr>

<http://www.iobe.gr>

<http://www.statistics.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ημερομηνία:.....

Αριθμ. ερωτηματολογίου:.....

Α.ΜΕΡΟΣ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1.Φύλο:

Άρρεν

Θήλυ

2.Σε ποιά ηλικιακή ομάδα ανήκετε;

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65-74

Άνω των 75

3.Οικογενειακή κατάσταση:

Παντρεμένος/η

Ανύπαντρος/η

Χήρος/η

Διαζευγμένος/η

4.Έχετε παιδιά;

Ναι Όχι

5. Εάν ναι, πόσα?

1

2

3

4

>4

6.Μορφωτικό επίπεδο:

Χωρίς ιδιαίτερες γραμματικές γνώσεις

Απολυτήριο Δημοτικού

Απολυτήριο Γυμνασίου

Απολυτήριο Λυκείου

Ανώτερη Σχολή (ΙΕΚ)

Ανώτατη Σχολή (ΑΕΙ,ΑΤΕΙ)

Μεταπτυχιακός Τίτλος Σπουδών

Διδακτορικό

7.Ποιό είναι το επάγγελμά σας;

- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Φοιτητής
- Άνεργος
- Συνταξιούχος

8. Ποιό είναι το **καθαρό μηνιαίο ατομικό** εισόδημά σας;

- 200-500
- 501-900
- 901-1300
- 1301-1500
- 1501 και άνω

9. Ποιό είναι το **ετήσιο οικογενειακό** σας εισόδημα;

- Έως 5.000
- 5.000-15.000
- 15.000-25.000
- 25.000-35.000
- 35.000-45.000
- 45.000-55.000
- 55.000-65.000
- 65.000 και άνω

10. Έχετε εισοδήματα από άλλες πηγές εκτός της εργασίας σας;

Ναι Όχι

11. Είστε ιδιοκτήτης στη κατοικία σας;

Ναι Όχι

12. Τα τελευταία δύο χρόνια ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι περιγράφει καλύτερα το εργασιακό σας καθεστώς;

Σταθερότητα/μονιμότητα

Περικοπές αποδοχών/καθυστερήσεις πληρωμών

Αβεβαιότητα

Αδυναμία εύρεσης εργασίας

13. Θεωρείτε ότι τα δύο τελευταία χρόνια το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημά σας έχει μειωθεί λόγω της οικονομικής κρίσης;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

B. ΜΕΡΟΣ: ΔΑΠΑΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1. Παρακαλώ σημειώστε με X πόσα ταξίδια (διακοπές) πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011.

	κανένα	Λιγότερα από 2	2-4	5-7	8-10	Πάνω από 10
2010						
2011						

2. Παρακαλώ σημειώστε με X πόσες ημέρες συνολικά πήγατε διακοπές τα έτη 2010 και 2011.

	0-5 ημέρες	5-10 ημέρες	10-15 ημέρες	15-20 ημέρες	20-25 ημέρες	25-30 ημέρες	Πάνω από 30 ημέρες
2010							
2011							

3. Παρακαλώ σημειώστε με X που προτιμάτε να πηγαίνετε διακοπές.

Ελλάδα	
Εξωτερικό	

4. Παρακαλώ συμπληρώστε πόσα ταξίδια κάνατε στην Ελλάδα και το εξωτερικό τα έτη 2010 και 2011.

	Ελλάδα	Εξωτερικό
2010		
2011		

5. Παρακαλώ σημειώστε με X αν τα έτη 2010 και 2011 πήγατε οργανωμένες (μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου) ή ελεύθερες διακοπές.

	Οργανωμένες διακοπές	Ελεύθερες διακοπές
2010		
2011		

6. Για ποιούς λόγους ταξιδεύετε κυρίως;

- Λόγοι αναψυχής/διακοπές
- Επίσκεψη σε οικογένεια ή φίλους
- Επαγγελματικοί λόγοι
- Θρησκευτικοί λόγοι
- Αγροτουρισμός
- Εκπαιδευτικοί-πολιτιστικοί λόγοι
- Αθλητικοί λόγοι

7.Αν έχετε κάνει ταξίδια **για διακοπές** ,πόσα έχετε κάνει τα δύο τελευταία έτη;

	κανένα	Λιγότερα από 2	2-4	5-7	8-10	Πάνω από 10
2010						
2011						

8.Αν έχετε κάνει **για επαγγελματικούς λόγους** ταξίδια, πόσα έχετε κάνει τα δύο τελευταία έτη;

	κανένα	Λιγότερα από 2	2-4	5-7	8-10	Πάνω από 10
2010						
2011						

9.Πόσα **ημερήσια ταξίδια** (χωρίς διανυκτέρευση) πραγματοποιήσατε τα έτη 2010 και 2011;

	κανένα	Λιγότερα από 2	2-4	5-7	8-10	Πάνω από 10
2010						
2011						

10. Αν τον τελευταίο χρόνο δεν πραγματοποιήθηκαν ταξίδια, ποιός ήταν ο λόγος;

Οικονομικός

Έλλειψη χρόνου

Λόγοι υγείας

Άλλος

11. Παρακαλώ σημειώστε με X που διαμείνατε την περίοδο των διακοπών σας κατά τα έτη 2010 και 2011.

	2010	2011
Ξενοδοχείο		
Ενοικιαζόμενα δωμάτια		
Κάμπινγκ		
Συνεδριακό κέντρο		
Ιδιόκτητο κατάλυμα		
Σε οικία φίλων ή συγγενών		

12. Παρακαλώ σημειώστε με X ποιό ήταν το χρονικό διάστημα που διαμείνατε στα παρακάτω καταλύματα κατά τη διάρκεια των διακοπών σας τα έτη 2010 και 2011

	2010	2011

	1-3 ημέρες	4-6 ημέρες	7-9 ημέρες	πάνω από 9 ημέρες	1-3 ημέρες	4-6 ημέρες	7-9 ημέρες	πάνω από 9 ημέρες
Ξενοδοχείο								
Ενοικιαζόμενα δωμάτια								
Κάμπινγκ								
Συνεδριακό κέντρο								
Ιδιόκτητο κατάλυμα								
Σε οικία φίλων ή συγγενών								

13. Παρακαλώ σημειώστε με X ποιο μεταφορικό μέσο χρησιμοποιήσατε για να πάτε διακοπές τα έτη 2010 και 2011.

	2010	2011
Αυτοκίνητο		
Τρένο		
Πλοίο/καράβι		
Αεροπλάνο		
Πούλμαν/λεωφορείο		
Μοτοσικλέτα		
Ποδήλατο		

14. Πιστεύετε ότι το μεταφορικό μέσο το οποίο χρειάζεστε για να μεταβείτε σε έναν τουριστικό προορισμό επηρεάζει πια την επιλογή του τόπου των διακοπών σας;

Ναι Όχι

15. Παρακαλώ σημειώστε με Χ αν πήγατε διακοπές την περίοδο των εορτών των Χριστουγέννων και του Πάσχα τα έτη 2010 και 2011;

	2010	2011
ΝΑΙ		
ΟΧΙ		

16. Παρακαλώ σημειώστε με Χ σε ποιο βαθμό οι παρακάτω παράγοντες επηρεάζουν τη διάρκεια της διαμονής σας σε έναν τόπο:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Είδος τουριστικού καταλύματος					
Είδος τουριστικού πακέτου					
Προσιτές τιμές					
Φύση (παραλίες)					
Ποιότητα τουριστικών καταλυμάτων					
Ποιότητα ευρύτερης περιοχής					

17. Παρακαλώ σημειώστε με Χ πόσα χρήματα δαπανήσατε για φαγητό και ποτά **ημερησίως** τα έτη 2010 και 2011 κατά τη διάρκεια των διακοπών σας.

	Λιγότερο από 50€	51-100€	101-150€	151-200€	Άνω των 200€
2010					
2011					

18. Παρακαλώ σημειώστε με Χ το ποσό που δαπανήσατε **συνολικά** στις διακοπές σας τα έτη 2010 και 2011

	2010	2011
0-300 €		

301-600 €		
601-900 €		
901-1200 €		
1201-1500 €		
1501 και άνω €		

19. Πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά στις τιμές των τουριστικών προορισμών το 2010 σε σχέση με το 2011;

Δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση στις τιμές

Υπάρχει μικρή μείωση των τιμών

Υπάρχει σημαντική μείωση των τιμών

Υπάρχει μικρή αύξηση των τιμών

Υπάρχει σημαντική αύξηση των τιμών

20. Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις δαπάνες για διακοπές;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

Γ. ΜΕΡΟΣ: ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

1. Πόσο χρόνο αφιερώνετε για διασκέδαση/ψυχαγωγία την εβδομάδα;

Καθόλου

2-3 φορές την εβδομάδα από λίγες ώρες

Τα Σαββατοκύριακα

Κάθε μέρα από λίγες ώρες

2.Περισσότερο ελεύθερο χρόνο τον περνάτε

Εντός σπιτιού

Εκτός σπιτιού

3.Πόσα χρήματα δαπανάτε συνολικά **την εβδομάδα** για διασκέδαση;

Έως 50 €

50-100 €

100-150 €

150-200 €

200 € και άνω

4.Πόσα χρήματα συνηθίζατε να δαπανάτε **την εβδομάδα** για καφέ τα έτη 2010 και 2011;

	0-10€	10-20€	20-30€	Πάνω από 30€
2010				

2011				
-------------	--	--	--	--

5. Πόσα χρήματα συνηθίζετε να δαπανάτε **την εβδομάδα** για κινηματογράφο τα έτη 2010 και 2011;

	0-10€	10-20€	20-30€	Πάνω από 30€
2010				
2011				

6. Πόσα χρήματα συνηθίζετε να δαπανάτε **την εβδομάδα** για πολιτιστικές εκδηλώσεις (θέατρο, συναυλίες) τα έτη 2010 και 2011;

	0-20€	20-40€	40-60€	Πάνω από 60€
2010				
2011				

7. Πόσα χρήματα συνηθίζετε να δαπανάτε **την εβδομάδα** για νυχτερινά μαγαζιά (μπαρ, κλαμπ κ.τ.λ.) τα έτη 2010 και 2011;

	0-20€	20-40€	40-60€	Πάνω από 60€
2010				
2011				

8. Πόσα χρήματα συνηθίζετε να δαπανάτε **την εβδομάδα** για φαγητό έξω (εστιατόρια, fast food, κ.τ.λ.) τα έτη 2010 και 2011;

	0-20€	20-40€	40-60€	Πάνω από 60€
--	-------	--------	--------	--------------

2010				
2011				

9. Παρακαλώ σημειώστε με X αν πληρώνετε συνδρομή για να κάνετε το αγαπημένο σας σπορ (ή γυμναστήριο) τα έτη 2010 και 2011;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
2010		
2011		

10. Δαπανήστε περισσότερα χρήματα για δραστηριότητες διασκέδασης το 2010 από το 2011;

Ναι Όχι

11. Πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά στις τιμές στο τομέα της διασκέδασης το έτος 2010 σε σχέση με το 2011;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

12. Πιστεύετε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις δαπάνες σας για διασκέδαση;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ