



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

# Τουριστική Οικονομική

Ενότητα #4: Εποχικότητα και καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Ευάγγελος Τζουβελέκας



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται στην άδεια χρήσης Creative Commons και ειδικότερα

*Αναφορά – Μη εμπορική Χρήση – Όχι Παράγωγο Έργο 3.0 Ελλάδα  
(Attribution – Non Commercial – Non-derivatives 3.0 Greece)*



CC BY-NC-ND 3.0 GR

*[ή επιλογή ενός άλλου από τους έξι συνδυασμούς]*

*[και αντικατάσταση λογότυπου άδειας όπου αυτό έχει μπει (σελ. 1, σελ. 2 και τελευταία)]*

- Εξαιρείται από την ως άνω άδεια υλικό που περιλαμβάνεται στις διαφάνειες του μαθήματος, και υπόκειται σε άλλου τύπου άδεια χρήσης. Η άδεια χρήσης στην οποία υπόκειται το υλικό αυτό αναφέρεται ρητώς.

# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Κρήτης**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



# Σκοποί ενότητας

- Γιατί ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως εποχικό φαινόμενο;
- Από τι εξαρτάται η τουριστική ζήτηση;

# Περιεχόμενα ενότητας

- Εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης
- Δείκτες εποχικότητας
- Πολυδιάσπαση του χρόνου διακοπών
- Κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες της ζήτησης
- Κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες της ζήτησης
- Κοινωνικο-ανθρωπολογικοί παράγοντες της ζήτησης
- Τεχνικοί παράγοντες της ζήτησης
- Πολιτικοί παράγοντες της ζήτησης

# Εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης

- Χωρική διάρθρωση της ζήτησης
- Χρονική διάρθρωση της ζήτησης

Η ταύτιση της χωρικής και χρονικής διάρθρωσης οριοθετούν την **τουριστική περίοδο**.

# Αίτια της εποχικότητας\_1

- Κλιματολογικές συνθήκες
- Οργάνωση του χρόνου παραγωγής στις χώρες προέλευσης
- Επιμήκυνση των διακοπών μετ' αποδοχών στις ευρωπαϊκές χώρες (4-5 βδομάδες)
- Αυξημένος ρόλος της οικογενειακής συνοχής

# Αίτια της εποχικότητας\_2

- Χρονική περίοδος διεξαγωγής εορταστικών εκδηλώσεων, φεστιβάλ και ειδικών γεγονότων (συνεδρίων, εκθέσεων κ.ά.)
- Υιοθέτηση και επαναληψιμότητα ενός τρόπου ζωής των δυνητικών τουριστών (διακοπές τον Αύγουστο)
- Χρονική περίοδος σχολικών διακοπών
- Πολιτικές τιμολόγησης και προώθησης προϊόντων από τους παραγωγούς του τουριστικού τομέα (αερομεταφορείς, Tour-Operators, ξενοδοχεία)



# Αρνητικές συνέπειες της εποχικότητας

- Οικονομικές σπατάλες
- Επιβάρυνση τομέων (τηλεπικοινωνίες, ύδρευση, ηλεκτροδότηση κ.ά.)
- Ελλείψεις άνεσης, ασφάλειας και συνθηκών υγιεινής
- Διάρθρωση εποχικής και άλλης απασχόλησης
- Πληθωριστικές τάσεις
- Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

# Δείκτες εποχικότητας

- Δείκτης πληρότητας
- Μέθοδος μηνιαίων μέσων
- Μέθοδος αλυσιδωτών συσχετισμών
- Δείκτες συγκέντρωσης
- Δείκτες ανισότητας
- Πολλαπλασιαστικό μοντέλο

# Δείκτης πληρότητας

$$TO = N \times 100 / CH \times P$$

TO: Δείκτης πληρότητας

N: Αριθμός διανυκτερεύσεων

CH: Αριθμός ενοικιαζόμενων δωματίων/κλινών

P: Περίοδος λειτουργίας του καταλύματος

# Άλλοι στατιστικοί δείκτες

- Δείκτες συγκέντρωσης
  - Δείκτης σχέσης συγκέντρωσης
  - Δείκτης Hirschman-Herfidahl
  - Δείκτης εντροπίας
- Δείκτες ανισότητας
  - Δείκτης σχετικής απόκλισης
  - Διακύμανση λογαρίθμου μηνιαίων μερίδων τουριστικού μεγέθους
  - Συντελεστής Ginnie

# Επιμήκυνση περιόδου διακοπών

- Λύσεις στις **χώρες προέλευσης**
  - Σε επίπεδο σχολείου (κατάτμηση χρόνου διακοπών)
  - Σε επίπεδο επιχείρησης (π.χ. διακοπές à la carte)
  - Σχεδιασμένη πολιτική διαφοροποίησης της πελατείας για την κάλυψη κενών εκτός περιόδων αιχμής
- Λύσεις στις **χώρες υποδοχής**
  - Μείωση τιμών (μεταφορικά μέσα-καταλύματα)
  - Ειδικές προσφορές (2-3 ημέρες δωρεάν διακοπών)
  - Διαφοροποίηση τουριστικού προϊόντος (φεστιβάλ, κρουαζιέρες κ.ά.)

# Πολυδιάσπαση του χρόνου διακοπών

- Στη διάρκεια της **ημέρας**: επισκέψεις τουριστικών πόρων πλησίον του τόπου κατοικίας
- Στη διάρκεια της **εβδομάδας**: το weekend
- Στη διάρκεια του **έτους**: αποκλίσεις στο ιστορικό μοντέλο του παραθεριστικού τουρισμού
- Στη διάρκεια **μιας ζωής**: τουρίστες-καταναλωτές τρίτης ηλικίας

# Καθοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης

Γενικές προϋποθέσεις συμμετοχής των ατόμων  
στις τουριστικές μετακινήσεις:

- Να έχουν χρόνο
- Να διαθέτουν εισοδήματα
- Να έχουν τη δυνατότητα να μετακινηθούν
- Να έχουν τη διάθεση να μετακινηθούν

# Κατηγορίες καθοριστικών παραγόντων

- Κοινωνικο-οικονομικοί
- Κοινωνικο-ψυχολογικοί
- Κοινωνικο-ανθρωπολογικοί
- Τεχνικοί
- Πολιτικοί



# Κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες

- Ελεύθερος χρόνος
- Δημογραφικοί παράγοντες
- Εισόδημα
- Κοινωνικο-επαγγελματική κατηγορία
- Τιμές
- Διεθνής ανταγωνισμός

# Ψυχοκοινωνιολογικές λειτουργίες του ελεύθερου χρόνου

- Délassement: ανάπαυλα, χαλάρωση
- Divertissement: αναψυχή
- Développement de la personnalité: ανάπτυξη της προσωπικότητας
- Désintéressement: ανυστεροβουλία

# Δημογραφικά χαρακτηριστικά

- Βαθμός αστικοποίησης
- Ηλικία
- Αύξηση επιπέδου κατάρτισης
- Δομή του νοικοκυριού

# Επιρροή του εισοδήματος

- **Παγκόσμιο τουριστικό δίπολο**
  - Χώρες προέλευσης: υψηλά εισοδήματα
  - Χώρες υποδοχής: χαμηλά εισοδήματα + υψηλά εισοδήματα
- **Ελαστικότητα** του εισοδήματος: η αγορά αγαθών είναι ευαίσθητη στις διακυμάνσεις του ονομαστικού/πραγματικού εισοδήματος

# Παράγοντες ελάττωσης της ευαισθησίας στις τιμές

- Αδράνεια
- Μιμητισμός
- Ανεπαρκής πληροφόρηση
- Απομόνωση του τουρίστα, εκτός του τόπου κατοικίας του
- Εμμονή σε καταναλωτικές συνήθειες
- Ένταξη τουριστικών δαπανών στην κατηγορία του «εξαιρετικού»

# Ο τουρίστας και οι τιμές: 1965-1985

- Ελάχιστη ευαισθησία στις τιμές
- Διάθεση κατά μέσο όρο του 10% του εισοδήματος
- Διαχείριση του διαθέσιμου ποσού σαν «καλός οικογενειάρχης»
- Σχέσεις με παράγοντες της τουριστικής αγοράς: «Με Χ ποσό, τι μου προσφέρετε;»

# Ο τουρίστας και οι τιμές: 1985-Πόλεμος του Κόλπου

- Αύξηση φορολογίας, πληθωρισμού, κόστους διαβίωσης
- Μείωση του διαθέσιμου ποσού για διακοπές
- Ταχεία αύξηση της προσφοράς ταξιδιών και πακέτων αναψυχής
- Αύξηση του ανταγωνισμού στον τουριστικό τομέα
- Διακοπές συχνότερες και μικρότερης διάρκειας, με ευαισθησία στις διακυμάνσεις των τιμών

# Ο τουρίστας και οι τιμές:

## Πόλεμος του Κόλπου- «Πόλεμος τιμών» (1995)

- 1991: Έναρξη του πολέμου των τιμών, ιδίως στις αερομεταφορές
- Η απελευθέρωση των αερομεταφορών οδηγεί σε μειώσεις τιμών, ιδίως σε μακρινές αποστάσεις
- Μικρότερη αγοραστική δύναμη αλλά αυξημένη χρήση αερομεταφορών, λόγω πολυδιάσπασης του χρόνου διακοπών
- Αυξάνεται το ποσό που διατίθεται για μεταφορές, μειώνεται ο προϋπολογισμός των διακοπών



# Ο τουρίστας και οι τιμές: 1995-σήμερα

- Αύξηση του προϋπολογισμού των διακοπών
- Αυξημένη ευαισθησία στις διακυμάνσεις των τιμών
- Απαιτητικότητα στην παρεχόμενη ποιότητα
- Ερωτήσεις του υποψήφιου αγοραστή τουριστικών υπηρεσιών:
  - Πώς;
  - Γιατί;
  - Πόσο;

# Άλλοι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες

- Διεθνής ανταγωνισμός
  - Είσοδος Νέων Τουριστικών Χωρών
  - Μονοπωλιακές και ολιγοπωλιακές καταστάσεις
- Περιφερειακός ανταγωνισμός
  - Μεσόγειος, Καραϊβική: ανταγωνισμός για πανομοιότυπο, παράκτιο τουρισμό ηλιοκεντρικού τύπου
- Απελευθέρωση των αερομεταφορών
  - Ανάπτυξη αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους

# Κοινωνικο-ψυχολογικά κίνητρα της τουριστικής ζήτησης\_1

- Ανάγκη μιμητισμού ή να ανήκεις σε μια ομάδα
- Ανάγκη μοναδικότητας
- Ανάγκη ασφάλειας ή μεταφοράς ευθυνών
- Ανάγκη επαφής με άλλους πολιτισμούς
- Ανάγκη κατανόηση του κόσμου και των εξελίξεων

# Κοινωνικο-ψυχολογικά κίνητρα της τουριστικής ζήτησης\_2

- Ανάγκη να δεις και να προσεγγίσεις κάτι για το οποίο έχεις πληροφορηθεί (σύνδρομο Saint Thomas)
- Ανάγκη μιας συγκεκριμένης αισθητικής της μάζας
- Ανάγκη απόδρασης
- Ανάγκη αλλαγής του καθημερινού έμφυχου περιβάλλοντος

# Προσωπικά κίνητρα της τουριστικής ζήτησης\_1

- Ανάγκη επαφής με τη φύση
- Ανάγκη αποφυγής πιέσεων
- Έμπνευση για διεύρυνση του πνευματικού ορίζοντα
- Σύνδρομο του Ταρζάν ή ναρκισσισμός
- Ανάγκη του δικαιώματος στο όνειρο
- Παιδικότητα ή σύνδρομο του βρέφους

# Προσωπικά κίνητρα της τουριστικής ζήτησης\_2

- Ανάγκη συνεχούς μετακίνησης ή σύνδρομο του Αττίλα
- Βιολογικές ανάγκες ή ηλιακό σύνδρομο
- Ανάγκη για σαγήνη ή σύνδρομο του φιδιού
- Ελπίδα για φλερτ ή ερωτικές περιπέτειες
- Ανάγκη αποκατάστασης της φυσικής ισορροπίας

# Στερεότυπα για τις διακοπές\_1

## Καθημερινή ζωή

- Δυσκολίες, εμπόδια
- Βιασύνη
- Ωράριο
- Συνεχής προσπάθεια
- Ένταση, άγχος
- Υποχρεώσεις, σοβαρότητα

## Διακοπές

- Υλοποίηση επιθυμιών
- Ηρεμία
- Ελεύθερη κατανομή χρόνου
- Απραξία
- Χαλάρωση
- Ευχαρίστηση, χαρά

# Στερεότυπα για τις διακοπές\_2

## Καθημερινή ζωή

- Τεχνικός πολιτισμός
- Ρουτίνα, μονοτονία
- Μεγάλη πόλη
- Δομημένοι χώροι
- Ατμοσφαιρική μόλυνση

## Διακοπές

- Ζωντάνια, αυθορμητισμός
- Νέες εμπειρίες
- Φύση, χωριό
- Επαφή με τη φύση
- Καθαρός αέρας



# Κοινωνικο-ανθρωπολογικοί παράγοντες

- Τουριστική κινητικότητα
- Διασφάλιση της εμπιστοσύνης
- Αξίες του «οικείου»
- Κουλτούρα της αυθεντικότητας
  - Το πρωτότυπο (original)
  - Το πρωταρχικό (originel)
  - Το αρχικό (originaire)

# Τεχνικοί παράγοντες\_1

- Η ψηφιακή τεχνολογία διευκολύνει τους δυνητικούς τουρίστες στην **επιλογή** τουριστικών προορισμών
- Το Internet εμφανίζεται πλέον ως **κανάλι διανομής** τουριστικών προϊόντων
- Υπάρχει επιφυλακτικότητα των καταναλωτών όσον αφορά τις **πληρωμές μέσω διαδικτύου**

# Τεχνικοί παράγοντες\_2

- Η ψηφιακή τεχνολογία συμβάλλει στην καλύτερη **πληροφόρηση** των χρηστών (π.χ. γεωγραφικοί άτλαντες σε μορφή CD-ROM)
- Το **ηλεκτρονικό ταχυδρομείο** διευκολύνει την επικοινωνία με υποψήφιους πελάτες
- Καινοφανείς μορφές εμπορευματοποίησης (π.χ. **έξυπνες κάρτες**)

# Πολιτικοί παράγοντες\_1

- **Θεσμικές πρωτοβουλίες**
  - Παραχώρηση επιπλέον ημερών διακοπών
  - Οικονομική βοήθεια για τουριστικές μετακινήσεις
  - Θέσπιση αναπτυξιακών νόμων
  - Οικονομική στήριξη κοινοτήτων

# Πολιτικοί παράγοντες\_2

- **Ασφάλεια**

«Στο παραμικρό δείγμα αστάθειας, οι τουρίστες πετούν σαν πουλιά.»

**Ο κίνδυνος τρομοκρατικών ενεργειών έχει επιδράσει αρνητικά, οδηγώντας σε ανακατατάξεις των διεθνών τουριστικών ροών.**

# Περίληψη ενότητας #4

- Η εποχικότητα είναι κυρίαρχο χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης. Οφείλεται σε παράγοντες όπως το κλίμα, η οργάνωση του χρόνου παραγωγής, η υιοθέτηση τρόπου ζωής (διακοπές τον Αύγουστο), η περίοδος των σχολικών διακοπών κ.ά.
- Διαπιστώνεται μια έντονη τάση πολυδιάσπασης του χρόνου των διακοπών. Συνηθίζονται οι διακοπές μικρής διάρκειας (π.χ. weekend).
- Ανάμεσα στους κοινωνικο-οικονομικούς παράγοντες της ζήτησης ξεχωρίζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, το εισόδημα και η ευαισθησία των τουριστών-καταναλωτών στις διακυμάνσεις των τιμών.
- Η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται από ψυχοκοινωνικά κίνητρα και στερεότυπα (χαλάρωση, απόδραση, νέες εμπειρίες, επαφή με άλλες κουλτούρες κ.ά.)
- Οι νέες τεχνολογίες αναδιαμορφώνουν και το τουριστικό τοπίο.
- Οι πολιτικοί παράγοντες της ζήτησης αφορούν αφενός τις θεσμικές πρωτοβουλίες στήριξης του τουρισμού, αφετέρου το ζήτημα της ασφάλειας (τρομοκρατία).

# Βιβλιογραφία ενότητας #4

- Bré M. (1999), Défendre le juste prix. L'engagement de Nouvelles Frontières. *Revue Espaces*, Paris, no 164, σ. 20-22.
- CNAT (1976), *Rapport sur l'aménagement du temps*. La Documentation Française, Col. Environment, Paris.
- Lanquar R. (1985), *Sociologie du tourisme et des voyages*. Ed. PUF, Col/ Que-sais-je?, Paris.

# Τέλος Ενότητας



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

