



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Επιδράσεις των φορολογικών πολιτικών στον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα

Επιβλέπων καθηγητής: κ. Θεόδωρος Μεταξάς

Εκπόνηση Διπλωματικής εργασίας:

Κωνσταντοπούλου Αναστασία

Βόλος, 2021

Περίληψη

Ο κλάδος του τουρισμού έχει αναγνωριστεί εδώ και πολλά χρόνια, ειδικά στην περίπτωση της Ελλάδας, ως ένας σημαντικός κλάδος της οικονομίας που συμβάλλει στα έσοδα της χώρας σε ποσοστό πάνω από το 15% του ΑΕΠ, τονώνει την οικονομική της ανάπτυξη, ενισχύει το ισοζύγιο πληρωμών και αυξάνει σε σημαντικό βαθμό τα κέρδη από το συνάλλαγμα. Αναλυτικότερα, στην Ελλάδα, τα τελευταία είκοσι χρόνια σχεδόν τριπλασιάστηκε η τουριστική της κίνηση, χωρίς ωστόσο, ανάλογη αύξηση των μεγεθών οικονομικής ανάπτυξης που συνδέονται με τον τουρισμό. Συγκεκριμένα, η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία αυξήθηκε μόλις κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες από το 2000 μέχρι το 2019, ενώ η αύξηση στην απασχόληση στον τουρισμό ήταν ακόμη μικρότερη, καθώς προσέγγισε τις 2 ποσοστιαίες μονάδες. Από την άλλη πλευρά, τα έσοδα από όλες τις κατηγορίες φόρων που παρουσιάστηκαν, σημείωσαν αύξηση η οποία κυμάνθηκε από 20 μέχρι 35%, όταν μετρήθηκαν ως ποσοστό του ΑΕΠ για κάθε έτος, την περίοδο από το 2006 μέχρι το 2018, όταν σημαντική αύξηση πραγματοποίησαν και οι φορολογικοί συντελεστές στην εργασία (17%) και στην κατανάλωση (23%). Τέλος, αναφορικά με τα αποτελέσματα της συσχέτισης των φορολογικών μεγεθών και των μεγεθών του τουρισμού, επιβεβαιώθηκε η σχέση μεταξύ της αύξησης των φόρων και της μείωσης της κατά κεφαλήν δαπάνης των τουριστών στην χώρα.

Λέξεις- κλειδιά: επίδραση φορολογίας, συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ, κατανάλωση, οικονομική μεγέθυνση

Abstract

The tourism sector has been recognized, especially in the case of Greece, as an important sector of the economy that contributes to the country's revenue of more than 15% of GDP, stimulates its economic growth, strengthens the balance of payments and significantly increases foreign exchange earnings. More specifically, in Greece, in the last twenty years, its tourist traffic has almost tripled, without, however, a corresponding increase in the amount of economic growth associated with tourism. Specifically, the contribution of tourism to the Greek economy increased by only 4 percentage points from 2000 to 2019, while the increase in employment in tourism was even smaller, as it approached 2 percentage points. On the other hand, revenues from all categories of taxes are increased by 20 to 35%, when measured as a percentage of GDP for each year, the period from 2006 to 2018, when they made a significant increase and the tax rates on labor (17%) and consumption (23%). Finally, regarding the results of the correlation between tax figures and tourism figures, the relationship between the increase in taxes and the reduction in the per capita expenditure of tourists in the country was confirmed.

Keywords: tax effect, tourism share in GDP, consumption, economic growth

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	9
2. Φορολογία και τουρισμός. Εισαγωγικές έννοιες	11
2.1. Η σημασία της φορολογίας για τα κράτη και τις οικονομίες.....	11
2.2. Στοιχεία αποτελεσματικής φορολογίας.....	13
2.3. Η εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.	16
2.4. Τουρισμός. Ορισμοί και χαρακτηριστικά.	19
2.5. Παράγοντες και κίνητρα των τουριστών.....	20
2.6. Η εξέλιξη του τουρισμού σήμερα	23
2.7 Η επίδραση της πανδημίας COVID-19 στον τουρισμό.	26
3. Σύνδεση της φορολογικής πολιτικής με τον τουρισμό. Στοιχεία από διεθνή ευρωπαϊκή και ελληνική πραγματικότητα.....	29
3.1. Η σημασία του τουρισμού στην οικονομία της Ευρώπης.....	29
3.2. Φόροι για τον τουρισμό.....	31
3.3. Αιτίες φορολόγησης του τουριστικού προϊόντος.....	36
3.4. Ο αντίκτυπος των φόρων στον τουριστικό τομέα.....	37
3.5. Η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος σε σχέση με την φορολόγησή του	40
4. Βιβλιογραφική επισκόπηση της επίδρασης του φόρου στον τουρισμό.....	46
4.1 Η σημασία των τουριστικών φόρων μέσα από εμπειρικές έρευνες.....	46
4.2 Η επίδραση της φορολογίας στον τουρισμό μέσα από εμπειρικές μελέτες.....	48
4.3. Εμπειρικές έρευνες μελέτης επίδρασης της μείωσης του ΦΠΑ στην εστίαση.	49
5. Μεθοδολογία έρευνας.....	51
5.1. Σκοπός και στόχοι της έρευνας	51
5.2. Τα ερευνητικά ερωτήματα	51
5.3. Επιλογή δεδομένων	52
5.4. Στατιστική επεξεργασία δεδομένων.....	53
6. Δεδομένα και αποτελέσματα της έρευνας	54
6.1. Διαχρονικά στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό.....	54
6.2. Διαχρονικά φορολογικά στοιχεία για την Ελλάδα.....	59

6.3 Συσχετίσεις φορολογικών στοιχείων με τα στοιχεία του τουρισμού.....	67
6.4. Ανάλυση παλινδρόμησης. Οι φορολογικές μεταβλητές ως προβλεπτικοί παράγοντες των μεγεθών του τουρισμού.....	72
7. Συμπεράσματα	76
Βιβλιογραφία	79
Παράρτημα.....	87

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Τα κίνητρα των τουριστών.....	21
Πίνακας 2. Φόρος εισοδήματος εταιριών σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	32
Πίνακας 3. Φόρος εισοδήματος φυσικών προσώπων σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	32
Πίνακας 4. Φόρος ακίνητης περιουσίας σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	33
Πίνακας 5. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.	60
Πίνακας 6. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των έμμεσων φόρων, εκτός του ΦΠΑ και των φόρων εισαγωγών, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.....	61
Πίνακας 7. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.....	61
Πίνακας 8. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων του εταιρικού φόρου εισοδήματος, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.	62
Πίνακας 9. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των φόρων στην Κατανάλωση, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.	63
Πίνακας 10. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των φόρων στην Εργασία, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.	64
Πίνακας 11. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των φόρων στο Κεφάλαιο, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.	65
Πίνακας 12. Η διαχρονική εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Κατανάλωση, για την περίοδο 2006- 2018.	65
Πίνακας 13. Η διαχρονική εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Εργασία, για την περίοδο 2006- 2018.	66
Πίνακας 14. Η συσχέτιση των εσόδων του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.....	67
Πίνακας 15. Η συσχέτιση των έμμεσων φόρων πλην του ΦΠΑ και των φόρων εισαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.	68
Πίνακας 16. Η συσχέτιση του Φόρου Εισοδήματος Φυσικών προσώπων ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.....	68
Πίνακας 17. Η συσχέτιση του Φόρου Εισοδήματος των εταιριών ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.	69

Πίνακας 18. Η συσχέτιση των εσόδων των Φόρων Κατανάλωσης ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.	69
Πίνακας 19. Η συσχέτιση των εσόδων των Φόρων στην Εργασία ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.	70
Πίνακας 20. Η συσχέτιση των εσόδων των Φόρων στο Κεφάλαιο ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.	71
Πίνακας 21. Η συσχέτιση των φορολογικών συντελεστών στην Κατανάλωση και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.....	71
Πίνακας 22. Η συσχέτιση των φορολογικών συντελεστών στην Εργασία και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.....	72
Πίνακας 23. Η ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή το μέγεθος του τουρισμού ως ποσοστό του ΑΕΠ και ανεξάρτητες, τις φορολογικές μεταβλητές	73
Πίνακας 24. Η ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την συμμετοχή του τουρισμού στην συνολική εργασία και ανεξάρτητες, τις φορολογικές μεταβλητές....	75
Πίνακας 25. Η διαχρονική συμμετοχή του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ για την περίοδο 2000- 2019.....	87
Πίνακας 26. Η διαχρονική συμμετοχή του ελληνικού τουρισμού στην Απασχόληση για την περίοδο 2004- 2019.	88
Πίνακας 27. Η διαχρονική συνολική απασχόληση στον ελληνικό τουρισμό για την περίοδο 2004- 2019.....	89
Πίνακας 28. Τα διαχρονικά συνολικά έσοδα από τον ελληνικό τουρισμό για την περίοδο 2004- 2019.....	90
Πίνακας 29. Η διαχρονική εξέλιξη των αφίξεων των μη κατοίκων για την περίοδο 2004- 2019.	91
Πίνακας 30. Η διαχρονική εξέλιξη της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης για την περίοδο 2004- 2019.	91

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Διαχρονική εξέλιξη των έμμεσων φόρων της Ελλάδας την περίοδο 2006-2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ.....	16
Διάγραμμα 2. Διαχρονική εξέλιξη των άμεσων φόρων της Ελλάδας την περίοδο 2006-2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ.....	17
Διάγραμμα 3. Διαχρονική εξέλιξη των φόρων κατανάλωσης, εργασίας και κεφαλαίου της Ελλάδας την περίοδο 2006- 2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ.....	18
Διάγραμμα 4. Διαγραμματική απεικόνιση της διαχρονικής εξέλιξης του αριθμού των εξωτερικών τουριστών.....	23
Διάγραμμα 5. Διαχρονική εξέλιξη των εξόδων των διεθνών τουριστών σε τρέχουσα δολάρια ΗΠΑ, την περίοδο 1995- 2018.	24
Διάγραμμα 6. Ο ρυθμός μεταβολής της συμμετοχής του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ για την περίοδο 2001- 2019.	54
Διάγραμμα 7. Ο ρυθμός μεταβολής της συμμετοχής του ελληνικού τουρισμού στην Απασχόληση για την περίοδο 2001- 2019.	55
Διάγραμμα 8. Ο ρυθμός μεταβολής της απασχόλησης στον ελληνικό τουρισμό για την περίοδο 2001- 2019.....	56
Διάγραμμα 9. Ο ρυθμός μεταβολής των συνολικών εσόδων του ελληνικού τουρισμού για την περίοδο 2001- 2019.	57
Διάγραμμα 10. Ο ρυθμός μεταβολής των συνολικών αφίξεων των μη κατοίκων για την περίοδο 2001- 2019.....	58
Διάγραμμα 11. Ο ρυθμός μεταβολής της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης των μη κατοίκων για την περίοδο 2001- 2019.....	59

1. Εισαγωγή

Ο ρόλος του τουρισμού έχει αναγνωριστεί εδώ και πολλά χρόνια ως ένας σημαντικός κλάδος της οικονομίας που συμβάλλει στα έσοδα μιας χώρας, τονώνει την οικονομική της ανάπτυξη, το ισοζύγιο πληρωμών και τα κέρδη από το συνάλλαγμα. Ο τουρισμός έχει επίσης αποδειχθεί ότι αποτελεί μια αυξανόμενη πηγή εσόδων και για τον ιδιωτικό τομέα, καθώς και σημαντική πηγή εισοδήματος σε άτομα, δημιουργώντας διάφορες ευκαιρίες απασχόλησης και συμβάλλοντας στην ατομική τους ευημερία.

Ο τουρισμός εξάλλου, είναι μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες παγκοσμίως και αναμένεται να διατηρήσει ετήσια ανάπτυξη 3,3% για τις επόμενες δύο δεκαετίες. Ο τουρισμός δημιουργεί μία στις 11 θέσεις εργασίας και αντιπροσωπεύει το 10% του συνολικού ΑΕΠ (UNWTO, 2015). Μάλιστα, η αύξηση των διεθνών τουριστικών ροών ειδικά προς τις αναπτυσσόμενες οικονομίες αναμένεται να είναι ακόμη υψηλότερη (4,4% ετησίως). Η φαινομενική ανάπτυξη του τουρισμού συνεχίζει να προσελκύει την προσοχή τόσο των εθνικών όσο και των τοπικών κυβερνήσεων, δεδομένου ότι βλέπουν αυτόν τον τομέα ως μια δυνατότητα για την επίτευξη των στόχων τους για ενίσχυση των δημόσιων πόρων και την δημιουργία ισχυρότερων φορολογικών συστημάτων.

Έτσι, η δημιουργία φορολογικών εσόδων από τον τουρισμό γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής σε πολλές χώρες, δεδομένου ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται ως σημαντική πηγή οικονομικής ανάπτυξης και η φορολόγηση του τουρισμού είναι σχετικά λιγότερο αντιφατική από πολιτική άποψη, καθώς οι τουρίστες δεν είναι φορολογούμενοι πολίτες της χώρας προορισμού. Η αυξανόμενη σημασία της φορολογίας του τουρισμού απαιτεί οι πολιτικές του τουρισμού να είναι συνεπείς με τις μακροοικονομικές πολιτικές της οικονομίας, όπως η αποτελεσματική δημιουργία εσόδων και η κατανομή εισοδήματος.

Εξάλλου, αποτελεί αναντίρρητο γεγονός στην σχετική βιβλιογραφία, αλλά και στην κοινή λογική ότι η φορολογία επιδρά στις αποφάσεις των ανθρώπων, καθώς επηρεάζει και καθορίζει τόσο τις τιμές των αγαθών, όσο και το προσωπικό εισόδημα των καταναλωτών. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση της σχέσης των φορολογικών εσόδων και των μεγεθών του τουρισμού στην Ελλάδα κατά τα τελευταία

χρόνια, μέσα από την αναζήτηση συσχετίσεων μεταξύ αυτών των μεγεθών. Για τον λόγο αυτό η διάρθρωση της παρούσας εργασίας είναι η εξής.

Στο αμέσως επόμενο κεφάλαιο λαμβάνει χώρα η κριτική παράθεση της σχετικής βιβλιογραφίας σχετικά με την σημασία της φορολογίας και του τουρισμού, με την παράθεση στοιχείων για την πραγματικότητα στους τομείς αυτούς στην Ελλάδα. Το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει το θεωρητικό πλαίσιο της σύνδεσης της φορολογικής πολιτικής με τον τουρισμό, ενώ ταυτόχρονα, παρατίθενται στοιχεία από την διεθνή, την ευρωπαϊκή και ελληνική πραγματικότητα, ενώ στο τέταρτο κεφάλαιο λαμβάνει χώρα μια αναλυτική βιβλιογραφική επισκόπηση της σύνδεσης του τουρισμού και της φορολογίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται στο πέμπτο κεφάλαιο και η εργασία κλείνει με την εξαγωγή των σημαντικότερων συμπερασμάτων.

2. Φορολογία και τουρισμός. Εισαγωγικές έννοιες

2.1. Η σημασία της φορολογίας για τα κράτη και τις οικονομίες

Ο τρόπος με τον οποίο οι χώρες φορολογούν τους πολίτες τους αλλάζουν συνεχώς, όπως έχει δείξει ο Heady (2009). Τα φορολογικά συστήματα αλλάζουν, καθώς ακολουθούν τις αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στην παγκόσμια οικονομία. Με την πρώτη ματιά ωστόσο, είναι εύλογο να διαπιστώσει κανείς ότι τόσο τα επίπεδα φορολογίας, όσο και οι γενικές φορολογικές δομές δεν φαίνονται πολύ διαφορετικές από ό, τι πριν από 30 χρόνια. Αυτό το αποτέλεσμα φαίνεται ιδιαίτερα περίεργο, δεδομένου ότι οι περισσότερες χώρες αντιμετωπίζουν σημαντικές δημοσιονομικές προκλήσεις τόσο από το μεταβαλλόμενο περιβάλλον τους όσο και συχνά από τη διεθνή αναπτυξιακή κοινότητα.

Αν και οι φορολογικοί δείκτες διαφέρουν ανάλογα με τα επίπεδα εισοδήματος, τόσο οι πλουσιότερες, όσο και οι φτωχότερες χώρες, αν και είναι προφανώς πιο περιορισμένες σε σχέση με τις πρώτες, έχουν σημαντική διακριτική ευχέρεια ως προς το πόσο αυξάνουν στη φορολογία τους. Το ύψος της φορολογίας επηρεάζεται εξάλλου, τόσο από τις εγχώριες και τις διεθνείς συγκυρίες, αλλά σε κάθε περίπτωση, αποτελεί και επιλογή της εκάστοτε κυβέρνησης.

Για παράδειγμα, χώρες με πρόσβαση σε πλούσια έσοδα φυσικών πόρων, όπως η Βενεζουέλα και το Αζερμπαϊτζάν, τείνουν να έχουν υψηλότερους φορολογικούς συντελεστές από ό, τι οι άλλες χώρες, αν και αυτά τα έσοδα μπορεί επίσης να είναι εξαιρετικά ευμετάβλητα ως συνέπεια των μεταβολών των τιμών των εμπορευμάτων. Ένα άλλο παράδειγμα είναι και η Ελλάδα, η οποία στην περίπτωση του 2010-2015 που αντιμετώπισε την ανάγκη για μια σημαντική δημοσιονομική προσαρμογή, η αύξηση των φόρων ήταν επιβεβλημένη, ανεξάρτητα από την πολιτική κατεύθυνση της εκάστοτε κυβέρνησης.

Ωστόσο, πολλοί παράγοντες εκτός από το επίπεδο του κατά κεφαλήν ΑΕΠ επηρεάζουν τους φορολογικούς δείκτες. Οι Tridimas & Winer (2004) διαχωρίζουν τους πιθανούς επεξηγηματικούς παράγοντες σε παράγοντες ζήτησης, παράγοντες

προσφοράς και αυτό που αποκαλούν «πολιτικούς» παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο εισέρχονται αλλαγές στις μεταβλητές ζήτησης και προσφοράς και διαμορφώνουν αποφάσεις πολιτικής. Έθεσαν επίσης ένα ενδιαφέρον ολοκληρωμένο μοντέλο που ενσωματώνει όλες τις ομάδες παραγόντων.

Επιπλέον, οι Bird, Martinez-Vazquez και Torgler (2006), επανεξετάζουν ορισμένες προηγούμενες εμπειρικές μελέτες των παραδοσιακών μεταβλητών από πλευράς προσφοράς και, στη συνέχεια, κάνουν νέες εκτιμήσεις με γενικά παρόμοια αποτελέσματα με τις περισσότερες προηγούμενες μελέτες. Αναλυτικότερα, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ και το μη γεωργικό μερίδιο του ΑΕΠ φαίνεται να είναι σημαντικοί παράγοντες που εξηγούν το μέγεθος των δημόσιων εσόδων σε διάφορες χώρες. Οι Bird et al. (2006) θεωρούν ότι η απελευθέρωση της αγοράς δεν αποτελεί πλέον τόσο σημαντικό εξηγητικό παράγοντα όσο στις περισσότερες προηγούμενες μελέτες, πιθανώς ως αποτέλεσμα της ουσιαστικής ελευθέρωσης του εμπορίου των τελευταίων ετών.

Εξάλλου, θα πρέπει να σημειωθεί ότι ένας βασικός παράγοντας του επιπέδου φορολογίας σε πολλές χώρες είναι η διαθεσιμότητα του πετρελαϊκού τομέα, καθώς αυτός είναι πολύ σημαντικός για να εξηγήσει κανείς τα φορολογικά έσοδα μιας χώρας. Εξάλλου, εκτός από την ενέργεια, παρόμοιο ρόλο φαίνεται να παίζουν πολλοί τομείς στους οποίους κάποιες χώρες έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα, όπως είναι για παράδειγμα, στην Ελλάδα, ο τουρισμός. Οι μελέτες από την πλευρά της προσφοράς υπογραμμίζουν το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι περισσότερες χώρες να μοιάζει περισσότερο με δίλημμα παρά με πρόκληση. Οι πιο φτωχές χώρες φορολογούνται λιγότερο επειδή έχουν λιγότερους φόρους. Ωστόσο, για να αναπτύξουν την οικονομία τους (και τη φορολογική τους βάση), οι χώρες αυτές πρέπει να δαπανήσουν περισσότερα για τις δημόσιες υποδομές, την εκπαίδευση και ούτω καθεξής. Επομένως, πρέπει να φορολογούν περισσότερο.

Το παραπάνω παράδειγμα υπογραμμίζει την σημασία της φορολογίας, των φορολογικών συστημάτων και των φορολογικών συντελεστών στην ανάπτυξη μιας εθνικής οικονομίας, καθώς επίσης, εξηγεί και το μεγάλο ενδιαφέρον, τόσο από ακαδημαϊκούς οικονομολόγους, όσο και από άτομα υπεύθυνα για την χάραξη πραγματικής φορολογικής πολιτικής σε κράτη ή σε υπερ-εθνικούς οργανισμούς, όπως είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση. Στην συνέχεια, του κεφαλαίου παρέχονται κριτικά

πληροφορίες σχετικά με τα βασικά χαρακτηριστικά που θα πρέπει να διαθέτει ένα φορολογικό σύστημα

2.2. Στοιχεία αποτελεσματικής φορολογίας

Ο πρωταρχικός σκοπός λοιπόν, της φορολογίας είναι η χρηματοδότηση των δημόσιων δαπανών με την εκ νέου κατανομή κεφαλαίων από τους φορολογούμενους (τόσο τα φυσικά πρόσωπα, όσο και τα νομικά, δηλαδή τις επιχειρήσεις) στην κυβέρνηση. Ο γενικός στόχος της συλλογής των φόρων, αλλά και των δημόσιων δαπανών θα πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση της κοινωνικής χρησιμότητας. Αυτό συνεπάγεται την εξασφάλιση χρηματοδότησης για τη βελτίωση της ποιότητας των δημόσιων αγαθών, ιδίως σε τομείς που παρατηρούνται σημαντικές αποτυχίες της αγοράς (π.χ. εκπαίδευση, υγειονομική περίθαλψη, κοινωνική προστασία, υποδομές, ρύπανση και γενικότερα θέματα που εμπίπτουν στο φλέγον ζήτημα της κλιματικής αλλαγής) (Barrios et al., 2012).

Ωστόσο, επειδή η φορολογία είναι από μόνη της δαπανηρή και στις περισσότερες περιπτώσεις επηρεάζει τη λήψη αποφάσεων των ανθρώπων (π.χ. στην ανάληψη εργασίας, στην αγορά απλών καταναλωτικών προϊόντων, την επιλογή αγοράς ανάμεσα σε ένα αυτοκίνητο που κινείται με ντίζελ ή ένα ηλεκτρικό αυτοκίνητο, στην επιλογή ανάμεσα στην ενοικίαση έναντι μιας πιθανής αγοράς σπιτιού, στην επένδυση χρημάτων σε συγκεκριμένες επενδυτικές επιλογές), είναι σκόπιμο να αναζητήσει κανείς το πώς είναι δυνατόν να συγκεντρωθεί ένα συγκεκριμένο επίπεδο φορολογικών εσόδων με τρόπο που μεγιστοποιεί την κοινωνική χρησιμότητα (Devereux, 2007).

Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα δεν ανήκει στους ερευνητικούς στόχους της παρούσας διπλωματικής εργασίας, ωστόσο, κρίνεται σκόπιμο να σημειωθεί ότι υπάρχουν τέσσερα κανάλια μέσω των οποίων η φορολογία μπορεί να επηρεάσει την κοινωνική ευημερία (Council of the European Union, 2020):

1. Στρέβλωση των οικονομικών αποφάσεων. Αποτελεί αναντίρρητο γεγονός ότι οι περισσότερες μορφές φορολογίας στρεβλώνουν κατά τα άλλα αποτελεσματικές οικονομικές αποφάσεις, οδηγώντας σε μη βέλτιστα αποτελέσματα. Η στρέβλωση αυτή μπορεί να επηρεάσει, μεταξύ άλλων:

α) το ύψος, την τοποθεσία και τον τομέα των επενδύσεων ·

(β) τον τρόπο χρηματοδότησης των επενδύσεων, π.χ. χρέος/ δανεισμός έναντι ιδίων κεφαλαίων ·

(γ) παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά και τη ζήτηση εργασίας και

(δ) τη φύση και το χρόνο της κατανάλωσης.

Τα φορολογικά συστήματα θα πρέπει να ελαχιστοποιούν αυτές τις στρεβλώσεις και την επακόλουθη «απώλεια κοινωνικής ευημερίας».

2. Κοινωνικές προτιμήσεις. Δεν έχει σημασία μόνο το επίπεδο του συνολικού εισοδήματος, αλλά και ο βαθμός στον οποίο κατανέμεται μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας. Η φορολογία μπορεί να είναι ένα ισχυρό μέσο αναδιανομής. Ανάλογα με τις κοινωνικές προτιμήσεις και τους στόχους πολιτικής, οι αναδιανεμητικοί φόροι μπορούν να βελτιώσουν την ευημερία, παρά τη στρέβλωση των ατομικά αποδοτικών αποφάσεων.

3. Αδυναμίες της αγοράς. Μερικές φορές, η λήψη οικονομικών αποφάσεων ελλείπει φορολογίας δεν είναι ούτε αποτελεσματική ούτε δίκαιη. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η φορολογία μπορεί να παίξει ρόλο στη διόρθωση των οικονομικά αναποτελεσματικών αποφάσεων προς όφελος της κοινωνίας στο σύνολό της, Αναλυτικότερα, αυτές οι οικονομικά αναποτελεσματικές αποφάσεις είναι δυνατόν να αφορούν σε:

(α) υπερβολική δραστηριότητα που βλάπτει άλλους, π.χ. βλαβερή για το περιβάλλον συμπεριφορά (κάπνισμα, επικίνδυνα οδήγηση αυτοκινήτου, χώροι παραγωγής που μολύνουν το περιβάλλον, πώληση ανθυγιεινών προϊόντων). Αυτό μπορεί επίσης να οδηγήσει σε αθέμιτο καταμερισμό των βαρών από γενιά σε γενιά και

(β) πολύ μικρή δραστηριότητα που ωφελεί άλλους, π.χ. επενδύσεις στην έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία ή τις δαπάνες για την εκπαίδευση, η οποία αποτελεί βασικό μοχλό της ανοδικής κοινωνικής κινητικότητας και

4. Διοικητικό κόστος. Η επιβολή φόρων είναι δαπανηρή για τις διοικήσεις και τους φορολογούμενους. Η αποτελεσματική φορολογική διοίκηση ελαχιστοποιεί αυτά τα κόστη.

Απαιτείται αποτελεσματική νομοθεσία για να διασφαλιστεί ότι η φορολογία λειτουργεί όπως προβλέπεται στους παραπάνω τομείς. Είναι σημαντικό να αποφεύγονται τα κενά στην νομοθεσία αυτή, να αποτρέπεται η κατάχρηση και να επιβάλλεται ο νόμος, ώστε όλοι οι φορολογούμενοι να τηρούν τους κοινούς κανόνες.

Επιπλέον, επειδή οι χώρες δεν λαμβάνουν υπόψη τις διασυνοριακές διαρροές, μερικές φορές κάνουν επιλογές που είναι αναποτελεσματικές σε μια πιο διευρυμένη παγκόσμια προοπτική. Για παράδειγμα, η φορολογία μιας χώρας από τις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου παρέχει περιβαλλοντικά οφέλη και σε άλλες χώρες. Εάν μια χώρα δεν λάβει υπόψη αυτά τα οφέλη, οι φόροι εκπομπών της θα είναι πολύ χαμηλοί.

Εξάλλου, σε αυτό το θέμα θα πρέπει να γίνει αναφορά και στις διασυνοριακές διαρροές, οι οποίες πολλές φορές οδηγούν σε άδικη κατανομή των βαρών μεταξύ των χωρών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού είναι τα προβλήματα που δημιουργεί σε πολλές επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας ο υψηλός φορολογικός συντελεστής της χώρας, σε συνδυασμό με τους πολύ χαμηλότερους φορολογικούς συντελεστές γειτονικών χωρών, όπως για παράδειγμα της Βουλγαρίας. Σε τέτοιες περιπτώσεις, θα πρέπει να υπάρχει ένας μηχανισμός για να διασφαλιστεί ότι όλες οι χώρες -περιοχές φορολογούν επαρκώς τη επιχειρηματική δραστηριότητα με τέτοιο τρόπο ώστε να βελτιώνεται γενικά η κοινωνική ευημερία (Arnold et al., 2008).

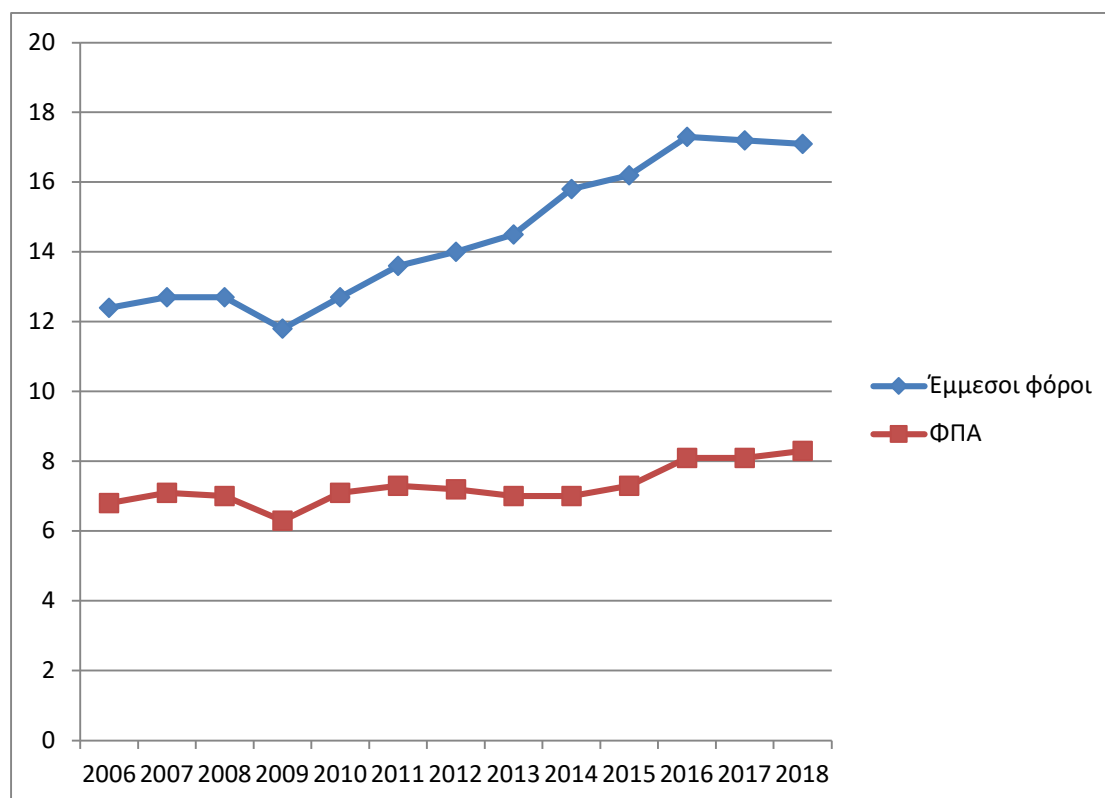
Εν κατακλείδι, τα παρακάτω σημειώνονται ως βασικοί στόχοι που καθορίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά που πρέπει να εξετάζονται κατά την αξιολόγηση της δικαιοσύνης και της αποτελεσματικότητας ενός φορολογικού συστήματος. Παρόλο που μερικές φορές υπάρχουν αντισταθμίσεις μεταξύ δικαιοσύνης και αποτελεσματικότητας, δεν χρειάζεται οι στόχοι αυτοί να είναι αμοιβαία αποκλειόμενοι. Οι στόχοι αυτοί είναι οι εξής (Council of the European Union, 2020):

1. Τόνωση των επενδύσεων και αντιμετώπιση θετικών και αρνητικών εξωτερικοτήτων
2. Βελτίωση της φορολογικής διοίκησης και της φορολογικής ασφάλειας
3. Ανάπτυξη ενός πιο φιλικού προς την απασχόληση περιβάλλοντος
4. Άμβλυνση των ανισοτήτων και προώθηση της κοινωνικής κινητικότητας
5. Καταπολέμηση της φοροδιαφυγής και της φορο-αποφυγής

2.3. Η εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Πριν την ολοκλήρωση της εισαγωγικής ενότητας κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστούν κάποια στοιχεία σχετικά με την εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια σε κάποιες βασικές κατηγορίες. Αρχικά, παρουσιάζονται διαχρονικά στοιχεία για την εξέλιξη των έμμεσων φόρων από το 2006 μέχρι και το 2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ κάθε έτους. Σύμφωνα με τα στοιχεία του διαγράμματος, το σύνολο των έμμεσων φόρων αυξήθηκε σημαντικά τα τελευταία χρόνια, καθώς από 12,4% του ΑΕΠ το 2006, έφτασαν το 17,1% το 2017. Η μεγαλύτερη αύξηση σημειώθηκε τα χρόνια της οικονομικής κρίσης, καθώς από το 11,8% του 2009 έφτασαν μέσα σε 5 χρόνια, το 2014 να αποτελούν το 15,8% του ΑΕΠ. Η ανοδική τάση συνεχίστηκε και τα επόμενα χρόνια με φθίνοντα, ωστόσο, ρυθμό.

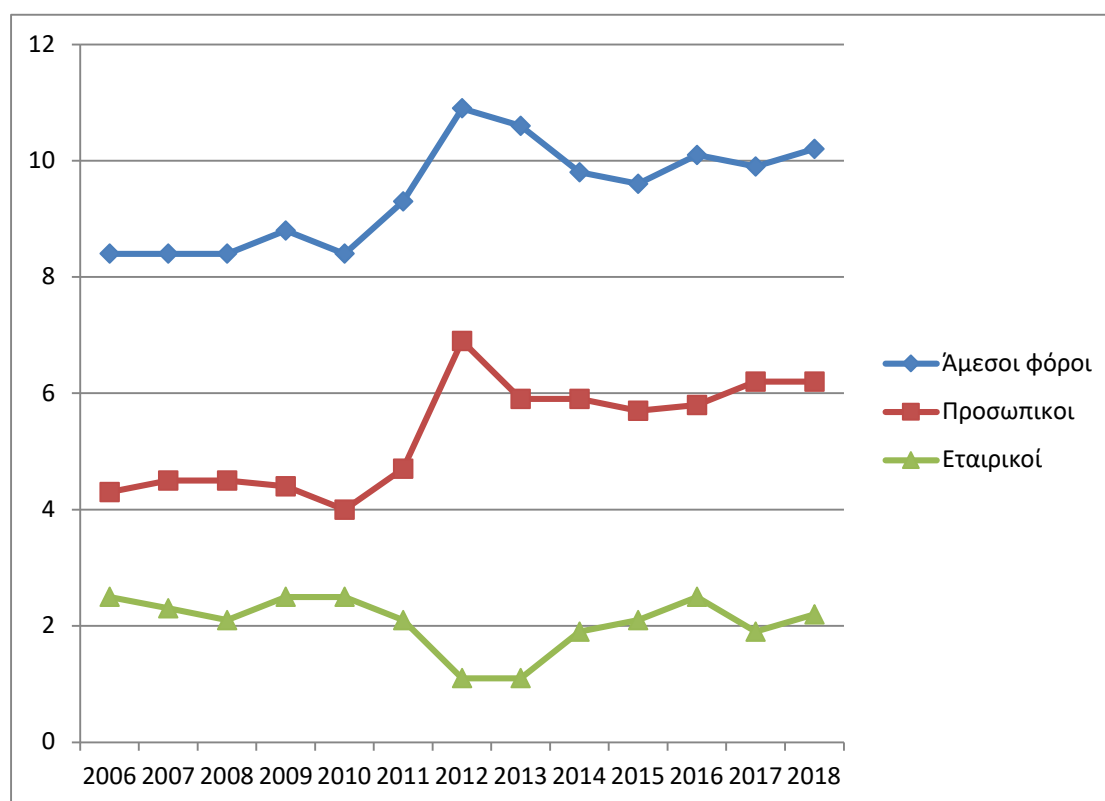
Διάγραμμα 1. Διαχρονική εξέλιξη των έμμεσων φόρων της Ελλάδας την περίοδο 2006- 2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ.



Πηγή: European Commission, 2020.

Το επόμενο διάγραμμα παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη των άμεσων φόρων, ως ποσοστό του ΑΕΠ για το ίδιο χρονικό διάστημα. Και σε αυτήν την περίπτωση παρατηρείται μια αύξηση της φορολογίας ειδικά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, η οποία ωστόσο δείχνει μια σταθεροποίηση στα επίπεδα αυτά. Εν προκειμένω για τους άμεσους φόρους μετά το 2011, αυτοί σταθεροποιούνται σε ένα ποσοστό του ΑΕΠ που ξεπερνά το 10% ενώ την περίοδο πριν από την κρίση δεν ξεπερνούσαν το 9%. Επίσης, όπως παρατηρεί κανείς από την μελέτη του σχετικού διαγράμματος, οι προσωπικοί φόροι ενώ την περίοδο πριν την κρίση είναι περίπου διπλάσιοι ως ποσοστό του ΑΕΠ σε σχέση με τους φόρους των επιχειρήσεων, μετά την κρίση και μέχρι σήμερα, η αναλογία διαμορφώνεται περίπου στο 3 προς 1.

Διάγραμμα 2. Διαχρονική εξέλιξη των άμεσων φόρων της Ελλάδας την περίοδο 2006- 2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ.

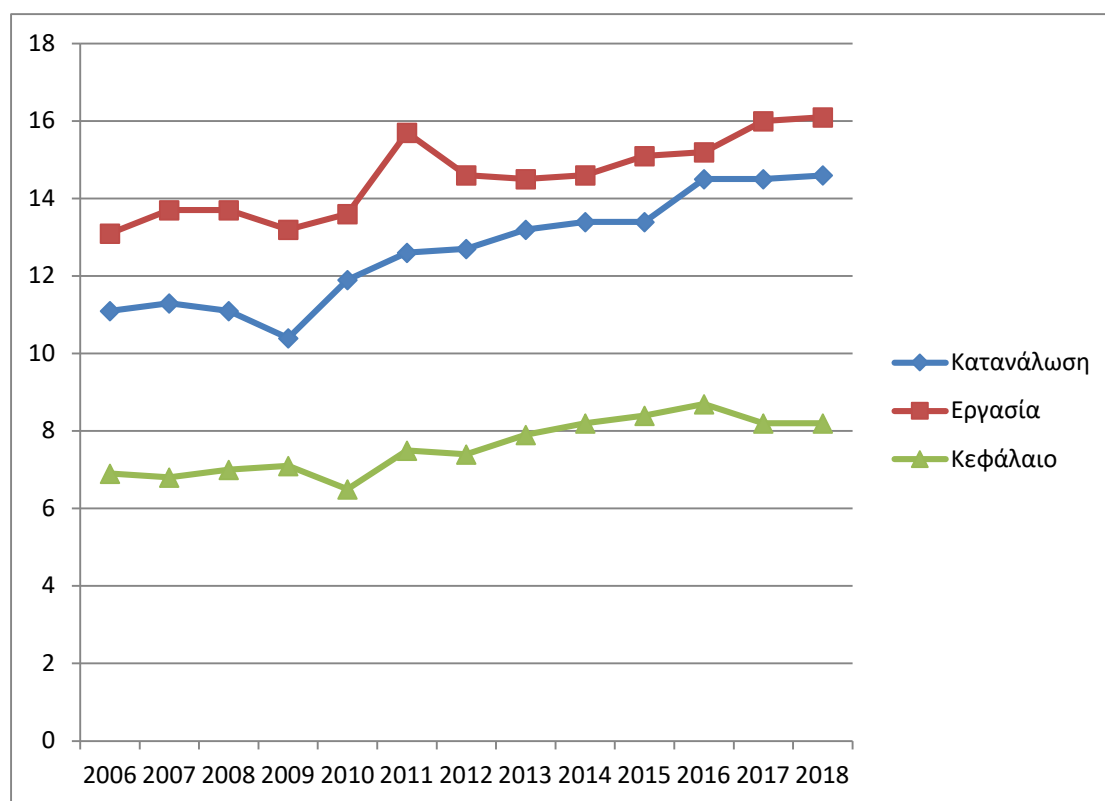


Πηγή: European Commission, 2020.

Επιπλέον, το επόμενο διάγραμμα παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της φορολογίας ανάλογα με το είδος που αποτελεί αντικείμενο φορολογίας. Έτσι, με βάση τα στοιχεία του διαγράμματος αυτού παρατηρεί κανείς ότι διαχρονικά παρατηρείται μια αύξηση πάνω από 30% στην φορολογία της κατανάλωσης, καθώς από το 11% το

2006, το 2018 οι φόροι της κατανάλωσης αποτελούσαν το 14,6% του ΑΕΠ. Από την άλλη πλευρά, οι φόροι στην εργασία το 2006 κυμαίνονταν περίπου στο 12,4% για να φτάσουν να αποτελούν το 14,4% του ΑΕΠ το 2018. Παρατηρείται δηλαδή και σε αυτήν την περίπτωση μια αύξηση, η οποία ωστόσο, είναι σε κάθε περίπτωση μικρότερη από την αντίστοιχη αύξηση στην φορολογία της κατανάλωσης. Τέλος, αναφορικά με την φορολόγηση του κεφαλαίου, αρχικά θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι αυτή είναι διαχρονικά μικρότερη τόσο από την φορολογία της κατανάλωσης, όσο και από την φορολογία της εργασίας. Το 2006 αυτή κυμαίνονταν περίπου στο 7% για να αυξηθεί και αυτή με την σειρά της τα επόμενα χρόνια και να φτάσει το 8,2%. Η αύξηση δηλαδή ήταν της τάξης του 17%, περισσότερη κατά 1 ποσοστιαία μονάδα από την σωρευτική αύξηση της εργασίας την ίδια χρονική περίοδο.

Διάγραμμα 3. Διαχρονική εξέλιξη των φόρων κατανάλωσης, εργασίας και κεφαλαίου της Ελλάδας την περίοδο 2006- 2018, ως ποσοστό του ΑΕΠ.



Πηγή: European Commission, 2020.

2.4. Τουρισμός. Ορισμοί και χαρακτηριστικά.

Ο ορισμός του τουρισμού και αντίστοιχα των τουριστών ισχύει τόσο για τον διεθνή όσο και για τον εγχώριο τουρισμό, αν και πρέπει να αναπτυχθούν πιο συγκεκριμένα κριτήρια για τον τελευταίο σε κάθε χώρα.

Σύμφωνα με τον UNWTO (2008), «Ένας επισκέπτης είναι ταξιδιώτης που ταξιδεύει σε έναν κύριο προορισμό έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον του, για λιγότερο από ένα χρόνο, για οποιονδήποτε κύριο σκοπό (επιχειρηματικούς λόγους, λόγους αναψυχής, ή για άλλο προσωπικό σκοπό) εκτός από την περίπτωση που αναφέρεται στην απασχόληση στη χώρα ή τον τόπο στον οποίο πραγματοποιήθηκε επίσκεψη. Αυτά τα ταξίδια που πραγματοποιούνται από τους επισκέπτες θεωρούνται τουριστικά ταξίδια και ο τουρισμός αναφέρεται στη δραστηριότητα των επισκεπτών»

Εφαρμόζοντας τα τρία κριτήρια της γεωγραφικής διάστασης (εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος), της προσωρινής διάστασης (διάρκεια διαμονής) και του σκοπού του ταξιδιού, ο τουρισμός οριοθετείται ως ένα υποσύνολο ταξιδιών και οι τουρίστες ως ένα υποσύνολο του συνόλου των ταξιδιωτών. Επιπλέον, σε σχέση με τη χρονική διάσταση του ταξιδιού, ένας επισκέπτης (εσωτερικός, εισερχόμενος ή εξερχόμενος) ταξινομείται ως τουρίστας εάν το ταξίδι του περιλαμβάνει διανυκτέρευση, ή ως επισκέπτη της ίδιας ημέρας (ή εκδρομέας) αν το ταξίδι του δεν περιλαμβάνει διανυκτέρευση (UNWTO, 2008).

Το «συνηθισμένο περιβάλλον» (usual environment είναι ο αντίστοιχος όρος της αγγλόφωνης βιβλιογραφίας) είναι μια βασική έννοια στον τουρισμό, που ορίζεται ως, «η γεωγραφική περιοχή εντός της οποίας ένα άτομο ασκεί τις κανονικές του δραστηριότητες της ζωής του». Πιο συγκεκριμένα, το συνηθισμένο περιβάλλον ενός ατόμου περιλαμβάνει τον τόπο της συνήθους διαμονής του νοικοκυριού στο οποίο ανήκει, τον δικό του χώρο εργασίας ή σπουδών και οποιοδήποτε άλλο μέρος που επισκέπτεται τακτικά και συχνά, ακόμη και όταν αυτό το μέρος βρίσκεται πολύ μακριά από τον τόπο συνήθους κατοικίας του ή σε άλλη τοποθεσία, εκτός από εξοχικές κατοικίες. (UNWTO, 2008).

Η έννοια του συνηθισμένου περιβάλλοντος είναι η πιο δύσκολα ερμηνεύσιμη μεταξύ των τριών διαστάσεων του ορισμού του τουρισμού και ως εκ τούτου σε αυτήν

την έννοια υπογραμμίζεται η μεγαλύτερη ανάγκη έρευνας. Προτείνονται τέσσερα κριτήρια για την οριοθέτηση του συνηθισμένου περιβάλλοντος: τα οποία είναι τα εξής (UNWTO, 2008)

- «συχνότητα του ταξιδιού»,
- «διάρκεια του ταξιδιού»,
- «διέλευση διοικητικών ή εθνικών συνόρων» και
- «απόσταση από τον τόπο συνήθους διαμονής»

Οι λίγες δημοσιευμένες εμπειρικές μελέτες σχετικά με τον ορισμό και τη μέτρηση του εσωτερικού τουρισμού υπογραμμίζουν την πολυπλοκότητα του της ερευνητικής αυτής προσπάθειας. Η έλλειψη συνοχής στον τρόπο με τον οποίο ο τουρισμός ορίζεται από το Convention and Visitor Bureaus (CVBs) στις ΗΠΑ αναφέρεται από τον Masberg (1998), όπου υπογραμμίζεται το πόσο δύσκολο είναι να επιτευχθεί μια επιθυμητή συναίνεση και συνέπεια. Σύμφωνα με τον Smith (1999), ένα όριο απόστασης 50 μιλίων στον καθορισμό του τουρισμού προέκυψε για δεκαετίες ως αποτέλεσμα συμβιβασμού μεταξύ εθνικών και περιφερειακών οργανισμών και περιλαμβάνει τα ταξίδια που είναι περισσότερο σύμφωνα με το πνεύμα του ορισμού του τουρισμού wtO (UNwtO, 1994).

2.5. Παράγοντες και κίνητρα των τουριστών

Σχετικά με την επιλογή του κατάλληλου τουριστικού προϊόντος, εκτός από την τιμή, υπάρχουν άλλοι λόγοι για τους οποίους επιλέγονται συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα σε αντίθεση με άλλα. Οι March & Woodside (2005) δηλώνουν ότι συγκεκριμένες αποφάσεις περιλαμβάνουν μία ή περισσότερες παραμέτρους με βάση την ανάγκη συμπεριφοράς των τουριστών με συγκεκριμένο τρόπο σύμφωνα με εξαιρετικά καθορισμένες καταστάσεις. Προκειμένου να προβλεφθεί η συμπεριφορά του ταξιδιού, είναι σημαντικό να κατανοήσει κανείς πώς τα μεμονωμένα χαρακτηριστικά ενός ατόμου αλληλεπιδρούν με τα χαρακτηριστικά της κατάστασης, ώστε να γίνουν κατανοητοί οι θετικοί και οι αρνητικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές προορισμού των τουριστών (Holloway, 2004).

Έτσι, η ζήτηση για τον τουρισμό εξαρτάται από το εάν ο δυνητικός ταξιδιώτης έχει την ικανότητα να ταξιδεύει (δηλαδή σε αυτά που αναφέρονται ως διευκολυντές

ταξιδιού) ή την επιθυμία να ταξιδέψει (δηλαδή σε αυτά που αναφέρονται ως κίνητρα ταξιδιού). Ο ελεύθερος χρόνος και το διαθέσιμο εισόδημα είναι δύο από τους σημαντικότερους διευκολυντές ταξιδιού στον τουρισμό. Ονομάζονται έτσι επειδή είναι παράγοντες που μπορούν να διευκολύνουν ή να επιτρέψουν στα άτομα να ταξιδέψουν. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που μπορούν επίσης να επηρεάσουν την ικανότητα των ατόμων να ταξιδεύουν. Εναλλακτικά, αυτά μπορεί να περιορίσουν την ικανότητα ταξιδιού. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν τα εξής (Camilleri, 2018):

- Η ηλικία μπορεί να επηρεάσει την ικανότητα ταξιδιού είτε μέσω περιορισμών υγείας, είτε μέσω οικονομικών περιορισμών.
- Το στάδιο στον οικογενειακό κύκλο ζωής: Οι ταξιδιώτες μπορεί να έχουν τα χρήματα και τον χρόνο, αλλά η οικογενειακή τους δέσμευση μπορεί να αποκλείει το ταξίδι.
- Πολιτική σταθερότητα και ειρήνη: Παρόλο που αυτό το ζήτημα ενδέχεται να μην εμποδίζει τα ταξίδια, μπορεί να περιορίσει την επιλογή προορισμών των τουριστών. Μπορεί να υπάρχουν περιορισμοί που μπορεί να επιβληθούν σε υπηκόους ορισμένων χωρών για πολιτικούς λόγους, όπως: συγκρούσεις, πολέμους ή τρομοκρατικές ενέργειες.

Από την άλλη πλευρά, τα σημαντικότερα κίνητρα για την πραγματοποίηση των ταξιδιών παρουσιάζονται συνοπτικά στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 1. Τα κίνητρα των τουριστών

Κατηγορίες	Κίνητρα
Φυσικά	Αναζωογόνηση σώματος και νου για λόγους υγείας. Για παράδειγμα, η συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες για λόγους ευχαρίστησης ή διασκέδασης, αλλά και για λόγους κατανάλωσης, για ψώνια και για ψυχαγωγία μεταξύ άλλων.
Πολιτιστικά	Περιέργεια για ξένες χώρες, ανθρώπους και μέρη · ενδιαφέρον για την τέχνη, τη μουσική, τη λαογραφία και την αρχιτεκτονική · ενδιαφέρον για ιστορικά μέρη (ερείπια, μνημεία και εκκλησίες) ·

	βιώνοντας συγκεκριμένες εκδηλώσεις (για παράδειγμα, Ολυμπιακοί Αγώνες, κ.λπ.). μεταξύ άλλων.
Προσωπικά	Επίσκεψη φίλων και συγγενών, συνάντηση νέων ανθρώπων και αναζήτηση φιλίας, αναζήτηση νέων και διαφορετικών εμπειριών σε διαφορετικά περιβάλλοντα. Διαφυγή σύντομη από το μόνιμο κοινωνικό περιβάλλον κάποιου (επιθυμία για αλλαγή) για το βίωμα του προσωπικού ενθουσιασμού από το ταξίδι, επίσκεψη σε μέρη και άτομα για πνευματικούς λόγους (συμπεριλαμβανομένου του προσκυνηματικού τουρισμού) μεταξύ άλλων.
Κύρος	Η αναζήτηση χόμπι; Η συνέχιση της εκπαίδευσης και της μάθησης, η αναζήτηση επαγγελματικών επαφών και επαγγελματικών στόχων, διασκέψεις και συναντήσεις, ενίσχυση του εγώ και αισθησιακή απόλαυση. μόδα, λόγοι που σχετίζονται με την ανάγκη οι άνθρωποι να συμβαδίζουν με τους άλλους, κ.λπ.

Πηγή: Camilleri, 2018.

Διάφοροι άλλοι ερευνητές έχουν εντοπίσει παράγοντες που επηρεάζουν την ταξιδιωτική συμπεριφορά των τουριστών, όπως είναι για παράδειγμα, οι μεταβλητές που ενθαρρύνουν τον τουρίστα να ταξιδέψει, η στάση του τουρίστα, διάφοροι παράγοντες που σχετίζονται με την υπάρχουσα κατάσταση, αλλά και περιβαλλοντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προσωπική σημασία του ταξιδιού για τον τουρίστα (Venkatesh, 2006).

Σύμφωνα με τον Pike (2008) το κίνητρο ξεκινά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Αυτό συμβαίνει όταν μια συγκεκριμένη ανάγκη ή επιθυμία δεν μπορεί να ικανοποιηθεί στο σπίτι. Τα κίνητρα εμφανίζονται όταν ένας τουρίστας θέλει να ικανοποιήσει μια ανάγκη ή θέληση και αυτό μπορεί να θεωρηθεί ως μια πολύ σημαντική μεταβλητή σε σχέση με τις ταξιδιωτικές αποφάσεις και το αποτέλεσμα της ικανοποίησης.

Σύμφωνα με τον George (2004), τα ταξιδιωτικά κίνητρα μπορούν να θεωρηθούν ως μια από τις σημαντικότερες ψυχολογικές επιδράσεις της τουριστικής συμπεριφοράς. Τα κίνητρα είναι η εσωτερική κατάσταση ενός ατόμου, ή ορισμένες ανάγκες και επιθυμίες ενός ατόμου, που το αναγκάζει να ενεργεί ή να συμπεριφέρεται με έναν συγκεκριμένο τρόπο και διατηρώντας έτσι την ανθρώπινη συμπεριφορά και τα επίπεδα ενέργειας του ανθρώπινου σώματος (George, 2004).

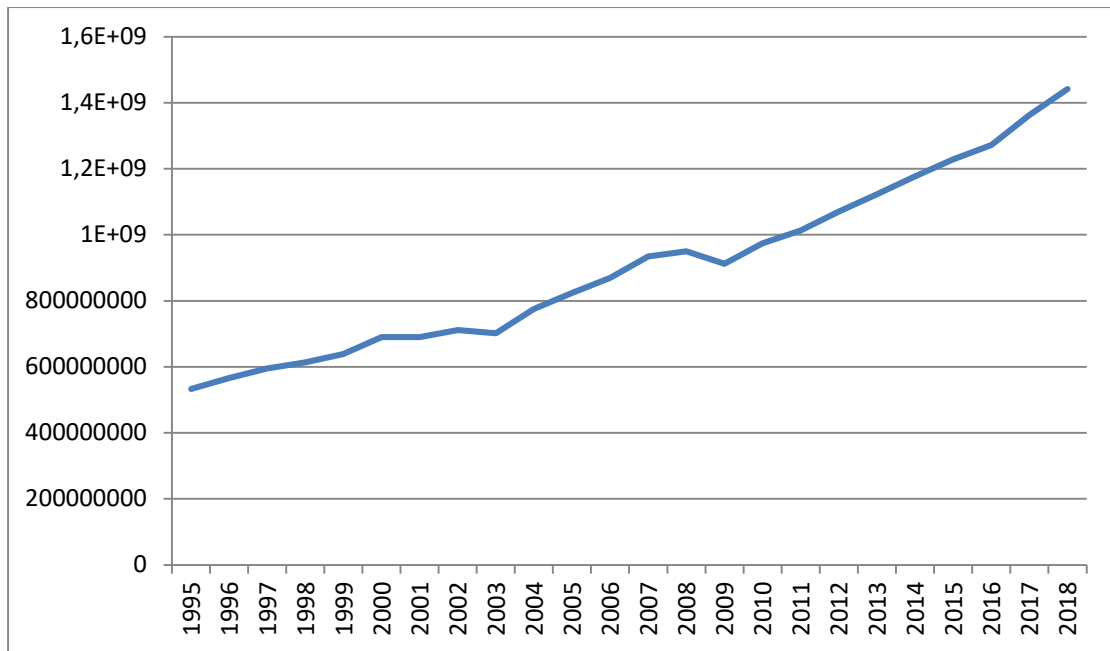
Ο Saayman (2006) εντόπισε έξι κοινωνικο-ψυχολογικούς παράγοντες που παρακινούν έναν τουρίστα να ταξιδέψει: απόδραση από ένα καθημερινό περιβάλλον, ανακάλυψη και αξιολόγηση του εαυτού του, χαλάρωση, συμμετοχή σε ψυχαγωγικές δραστηριότητες, απόκτηση ενός ορισμένου επίπεδου κύρους, ενίσχυση των οικογενειακών δεσμών και αύξηση του επιπέδου κοινωνικής του/της αλληλεπίδρασης.

Ο Sharpley (1994) υποστήριξε ότι το κίνητρο για ταξίδια μπορεί να αποδοθεί σε εξωγενείς ή εγγενείς παράγοντες. Τα εξωγενή τουριστικά κίνητρα συχνά επηρεάζονται από την ανάγκη να ξεφύγουν τα άτομα από τις πιέσεις και τις συνθήκες της καθημερινής ζωής. Αντίθετα, το εγγενές κίνητρο των ατόμων να ταξιδέψουν μπορεί να προκύψει από βαθιές αιτίες και σημαντικές ψυχολογικές ανάγκες, όπως η αυτοεκτίμηση ή η ανάγκη για συντροφικότητα. Ο Sharpley (1994) υποστήριξε επίσης ότι το κίνητρο των τουριστών προκύπτει από μια ποικιλία κοινωνικών, οικονομικών, δημογραφικών και ψυχολογικών παραγόντων που είναι ιδιαίτεροι για κάθε μεμονωμένο τουρίστα. Ο συγγραφέας υπογραμμίζει ότι αυτοί οι παράγοντες δεν είναι σταθεροί και μπορεί να αλλάξουν με την πάροδο του χρόνου

2.6. Η εξέλιξη του τουρισμού σήμερα

Μετά από έξι δεκαετίες σταθερής ανάπτυξης, ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης. Κατά μέσο όρο, ο τομέας συνεισφέρει άμεσα 4,4% του ΑΕΠ, 6,9% της απασχόλησης και 21,5% των εξαγωγών υπηρεσιών στις χώρες του ΟΟΣΑ. Έχει ζωτική οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία και προσφέρει πραγματικές προοπτικές για αειφόρο και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη. Ωστόσο, απαιτούνται ολοκληρωμένες πολιτικές στραμμένες στο μέλλον, για να διασφαλιστεί ότι αυτή η ανάπτυξη προσφέρει μεγαλύτερα οφέλη για άτομα, μέρη και επιχειρήσεις.

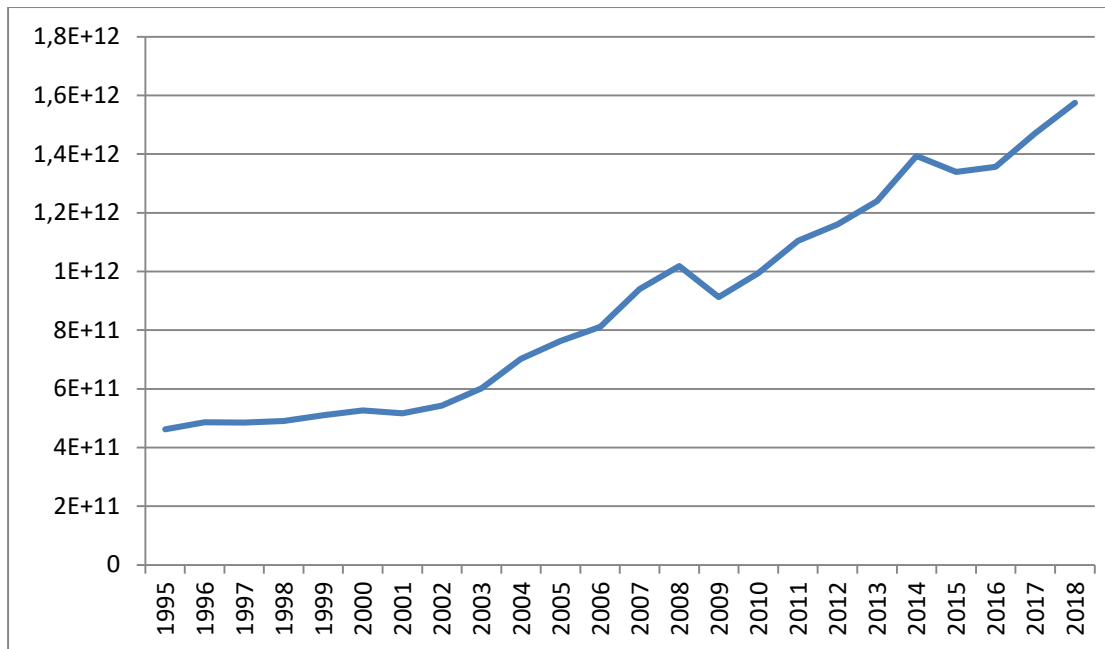
Διάγραμμα 4. Διαγραμματική απεικόνιση της διαχρονικής εξέλιξης του αριθμού των εξωτερικών τουριστών



Πηγή: World bank, 2020.

Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών ξεπέρασαν το 1,5 δισεκατομμύριο παγκοσμίως το 2019 για πρώτη φορά, αντιπροσωπεύοντας αύξηση 3,8% από έτος σε έτος (UNWTO). Έχοντας εντός των συνόρων τους μερικούς από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς του κόσμου, οι χώρες του ΟΟΣΑ υποδέχτηκαν περισσότερες από τις μισές παγκόσμιες αφίξεις (56,9%) το 2018 και η αύξηση των τουριστικών αφίξεων σε χώρες του ΟΟΣΑ έχει ξεπεράσει τον παγκόσμιο μέσο όρο από το 2014 (OECD, 2020).

Διάγραμμα 5. Διαχρονική εξέλιξη των εξόδων των διεθνών τουριστών σε τρέχουσα δολάρια ΗΠΑ, την περίοδο 1995- 2018.



Πηγή: World bank, 2020.

Κάθε δολάριο τουρισμού που ξοδεύεται από διεθνείς επισκέπτες δημιουργεί 89 σεντς εγχώριας προστιθέμενης αξίας κατά μέσο όρο σε χώρες του ΟΟΣΑ, περισσότερο από ό, τι για τις συνολικές εξαγωγές. Οι δαπάνες αυτές έχουν θετικές επιπτώσεις για άλλους τομείς και τοπικές κοινότητες σε τουριστικούς προορισμούς, όσον αφορά έσοδα και θέσεις εργασίας. Τούτου λεχθέντος, ο εγχώριος τουρισμός είναι ο ακρογωνιαίος λίθος του τουριστικού τομέα στην πλειονότητα των χωρών του ΟΟΣΑ, με τα άτομα που ταξιδεύουν στη χώρα τους να αντιπροσωπεύουν το 75% των τουριστικών δαπανών (OECD, 2020).

Ενώ βραχυπρόθεσμα η εικόνα για τον τουρισμό είναι μικτή, κυρίως λόγω της αβέβαιης οικονομικής προοπτικής και των εξωτερικών σοκ, όπως είναι οι κρίσεις υγείας στις οποίες θα γίνει αναφορά στην συνέχεια και τα ακραία καιρικά φαινόμενα, ο μακροπρόθεσμος τουρισμός αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται. Σε απάντηση, οι κυβερνήσεις προσαρμόζουν τις πολιτικές τους και εφαρμόζουν στρατηγικές έτσι ώστε οι τοπικές κοινότητες, οι μικρές τουριστικές επιχειρήσεις και οι λιγότερο ανεπτυγμένοι προορισμοί να μπορούν να μοιράζονται πλήρως τα οφέλη μιας δυναμικής τουριστικής οικονομίας (OECD, 2020).

2.7 Η επίδραση της πανδημίας COVID-19 στον τουρισμό.

Μέχρι την στιγμή που γράφονται αυτές οι γραμμές τον Νοέμβριο του 2020, η COVID-19 έχει μολύνει πάνω από 60 εκατομμύρια ανθρώπους και προκάλεσε τους θανάτους σχεδόν 1.500.000 παγκοσμίως. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η εξάπλωση δεν δείχνει κανένα σημάδι μείωσης. Αν και οι καθημερινές περιπτώσεις σε κάποια μέρη του νοτίου ημισφαιρίου στην παρούσα φάση μειώνονται, αυξάνονται σε πολλές περιοχές του βορείου ημισφαιρίου με πιο χαρακτηριστική την περίπτωση της Ευρώπης. Σε απάντηση, οι περισσότερες χώρες έχουν κλείσει τα σύνορά τους για τους επισκέπτες και τους τουρίστες.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών ανέφερε για πρώτη φορά στην ιστορία του ότι το δεύτερο τρίμηνο του 2020, το 100 τοις εκατό των παγκόσμιων προορισμών εισήγαγαν περιορισμούς ταξιδιού. Ως αποτέλεσμα, ο διεθνής τουρισμός έχει σχεδόν ανασταλεί πλήρως και ο εγχώριος τουρισμός περιορίζεται από τους όρους των lockdown που επιβάλλονται σε πολλές χώρες. Αν και ορισμένοι προορισμοί έχουν αρχίσει να ανοίγουν με αργό ρυθμό, πολλοί φοβούνται ότι τα διεθνή ταξίδια και οι εταιρίες που σχετίζονται με αυτά, δεν μπορούν να αντέξουν την οικονομική πίεση λόγω της οικονομικής κρίσης (UNWTO, 2020).

Ο τουρισμός είναι ένας κρίσιμος τομέας της διεθνούς οικονομίας. Το 2019, ο τουριστικός τομέας αντιπροσώπευε το 29% των παγκόσμιων εξαγωγικών υπηρεσιών και περίπου 300 εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως. Αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος και απασχόλησης για τις ανεπτυγμένες και τις αναπτυσσόμενες χώρες. Η παγκόσμια συρρίκνωση των αφίξεων του τουρισμού θα μπορούσε να έχει καταστροφικές οικονομικές συνέπειες, καθώς ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό. Σε ορισμένες χώρες, όπως αρκετά μικρά νησιωτικά αναπτυσσόμενα κράτη (small island developing states, SIDS), ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περισσότερο από το ήμισυ του ΑΕΠ τους.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς και αποτελεί σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης. Το 2018 σημειώθηκαν 1.407 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών, σημειώνοντας αύξηση κατά 6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι εισπράξεις από τον τουρισμό ανήλθαν σε 1.480 δισεκατομμύρια δολάρια, με αύξηση κατά 4,4 τοις εκατό, υψηλότερη από

την παγκόσμια αύξηση του ΑΕΠ, όπως συνέβη εξάλλου και τα προηγούμενα 8 χρόνια. Η μεταφορά επιβατών αποτιμήθηκε σε άλλα 250 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι τουριστικές εξαγωγές αντιπροσωπεύουν το 7% του παγκόσμιου εμπορίου αγαθών και υπηρεσιών, ή 1,7 τρισεκατομμύρια δολάρια. Το 2019, οι πιο δημοφιλείς προορισμοί ήταν η Γαλλία, η Ισπανία, οι ΗΠΑ και η Κίνα (UNWHO, 2020).

Ο τουρισμός είναι μια σημαντική πηγή απασχόλησης παγκοσμίως. Η αγορά εργασίας έχει ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά. Ο τουριστικός κλάδος είναι εντάσεως εργασίας στη φύση του. Ένα υψηλό ποσοστό των θέσεων εργασίας αναλαμβάνουν οι γυναίκες, 54 τοις εκατό, σημαντικά υψηλότερο από ό, τι στους περισσότερους άλλους τομείς, και οι νέοι εργαζόμενοι, που σημαίνει ότι ο κλάδος θεωρείται ως ένας κλάδος χωρίς αποκλεισμούς. Ωστόσο, οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να είναι επιχειρηματίες στον τουρισμό από ό, τι σε άλλους τομείς, αν και αρκετές γυναίκες κατέχουν θέσεις χαμηλής ειδίκευσης στον τομέα του τουρισμού, καθιστώντας τις ευάλωτες σε οικονομικά σοκ (United Nations Conference on Trade and Development, 2020).

Υπάρχει επίσης ένα σημαντικό ποσοστό έμμεσης απασχόλησης στον τομέα των κατασκευών και της ανάπτυξης υποδομών, καθώς και στον τομέα της παροχής τροφίμων και ποτών και αναμνηστικών στους τουρίστες. Επιπλέον, πολλοί υπάλληλοι έχουν άμεση επαφή με τουρίστες σε ταξιδιωτικά γραφεία, αεροπορικές εταιρείες, πλοία, ξενοδοχεία, εστιατόρια, εμπορικά κέντρα και διάφορα τουριστικά αξιοθέατα.

Η COVID-19 αποτελεί μια υγειονομική και οικονομική κρίση σε παγκόσμια κλίμακα. Ενώ λίγα είναι γνωστά αυτή τη στιγμή για πολλές πτυχές της νόσου (όπως η ασυμπτωματική μετάδοση, τα προληπτικά μέτρα, οι πιθανές θεραπείες, η πιθανότητα εμβολίου και οι μακροχρόνιες επιπτώσεις), είναι γενικά αποδεκτό ότι ο ιός είναι εύκολα μεταδοτικός, ενώ το ποσοστό των θανάτων είναι χαμηλό σε σύγκριση με προηγούμενες πανδημίες όπως το SARS, ο Έμπολα και η πανούκλα. Οι θάνατοι στρέφονται σε μεγάλο βαθμό σε ηλικιωμένους και σε άτομα με ήδη υπάρχουσες ασθένειες.

Για να επιβραδύνουν την εξάπλωση του ιού, πολλές χώρες έχουν ενθαρρύνει ή εξουσιοδοτήσει τη χρήση υγειονομικών πρακτικών όπως το πλύσιμο των χεριών, η κοινωνική (χωρική) απόσταση και η απομόνωση. Οι κυβερνήσεις έχουν εισαγάγει μια σειρά μέτρων πολιτικής, όπως τα στοχευμένα τεστ και η ιχνηλάτηση των επαφών, τα μέτρα lockdown, η αναβάθμιση των εγκαταστάσεων δημόσιας υγείας και το κλείσιμο

συνόρων. Τα μέτρα επηρέασαν πολλούς κλάδους και την παροχή προσωπικών υπηρεσιών, με αποτέλεσμα ένα σοκ στη ζήτηση και την προσφορά.

Ο διεθνής τουρισμός συγκαταλέγεται στους οικονομικούς τομείς που πλήττονται περισσότερο από την πανδημία COVID-19. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (ΠΟΕ του ΟΗΕ) υπολογίζει απώλεια 850 εκατομμυρίων έως 1,1 δισεκατομμυρίων στις διεθνείς αφίξεις τουριστών, 910 έως 1,1 τρισεκατομμύρια δολάρια σε έσοδα από εξαγωγές και 100-120 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Οι περισσότεροι προορισμοί έκλεισαν εντελώς τον Απρίλιο και τον Μάιο του 2020, ανοίγοντας μόνο σε ορισμένες περιοχές αργά για το καλοκαίρι. Οι προβλέψεις του ΠΟΕ αντικατοπτρίζουν την σημαντική αβεβαιότητα σχετικά με τη διάρκεια της πανδημίας και τονίζουν την σημασία της ανταπόκρισης των εκάστοτε κυβερνήσεων στην υποστήριξη της οικονομικής δραστηριότητας γενικότερα και του τουρισμού ειδικότερα (United Nations Conference on Trade and Development, 2020).

3. Σύνδεση της φορολογικής πολιτικής με τον τουρισμό. Στοιχεία από διεθνή ευρωπαϊκή και ελληνική πραγματικότητα

3.1. Η σημασία του τουρισμού στην οικονομία της Ευρώπης

Ο τουριστικός τομέας κατέχει δεσπόζουσα θέση στην προσπάθεια της επίτευξης της στρατηγικής τόσο του συνόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και της Ελλάδας ειδικότερα, για την προώθηση της οικονομικής ανάκαμψης και ανάπτυξης. Πρόσφατες εκτιμήσεις για τη σημασία του κλάδου υποδηλώνουν ότι η συνολική συνεισφορά του τομέα υπερβαίνει το 10% του ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με τον κλάδο να απασχολεί άμεσα το 5% του συνολικού εργατικού δυναμικού (πάνω από 11 εκατομμύρια θέσεις εργασίας) και έμμεσα να απασχολεί άλλο 6,6% (συνολικά απασχολεί το 11,6% του εργατικού δυναμικού, με πάνω από 26 εκατομμύρια θέσεις εργασίας) (World Travel and Tourism Council, 2017).

Επιπλέον, η συνολική επίδραση του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ υπολογίζεται σε περίπου 25%. Ο κλάδος αποτελείται κυρίως από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο τουρισμός είναι σημαντικός όχι μόνο για την οικονομική ανάπτυξη των χωρών και των περιφερειών τους, αλλά και για την κοινωνική και πολιτιστική τους ανάπτυξη και τη γενική ευημερία (Eurostat, 2013).

Σε αυτό το πλαίσιο, οι προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού δείχνουν ότι οι διεθνείς αφίξεις των τουριστών στην Ευρωπαϊκή Ένωση θα μπορούσαν να φτάσουν τα 557 εκατομμύρια έως το 2030, από τα 380 εκατομμύρια το 2010, υποδηλώνοντας έναν μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης περίπου 1,9%. Για να επιτευχθούν αυτοί οι ρυθμοί ανάπτυξης, η ευρωπαϊκή τουριστική βιομηχανία πρέπει να παραμείνει ανταγωνιστική. Αυτό είναι ακόμη πιο σημαντικό δεδομένης της εξέλιξης των νέων τεχνολογιών και των εφαρμογών τους, για αναζήτηση και κράτηση για διακοπές που διευκολύνουν τους πελάτες να συγκρίνουν τις τιμές, να αξιολογήσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες και να τους διευκολύνουν να προσεγγίσουν όλους τους τουριστικούς προορισμούς, είτε αυτοί είναι ευρωπαϊκοί, είτε όχι (World Tourism Organisation, 2016).

Οι ρυθμιστικές αρχές πρέπει να διαδραματίσουν βασικό ρόλο στη συμβολή στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας στον τουριστικό τομέα και η φορολογία αποτελεί βασικό στοιχείο αυτού του ρόλου. Για παράδειγμα, μια μελέτη του 2013 που ανέλυσε τον αντίκτυπο ενός μειωμένου συντελεστή ΦΠΑ στα αγαθά και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό στην Ιρλανδία, έδειξε ότι η μείωση του ΦΠΑ αύξησε σημαντικά τη δραστηριότητα και την απασχόληση σε ολόκληρο τον κλάδο (Deloitte, 2013).

Συγκεκριμένα, η μείωση του συντελεστή ΦΠΑ που εφαρμόζεται στους τομείς του τουρισμού από 13,5% σε 9% αύξησε τη δραστηριότητα στον κλάδο κατά 16% (σε σύγκριση με τους 12 μήνες πριν από την εισαγωγή του μειωμένου συντελεστή ΦΠΑ) και αύξησε την απασχόληση κατά περίπου 10.000. Φυσικά, η μείωση του αντίκτυπου των φόρων στον τομέα είναι μόνο μια πλευρά του εξεταζόμενου θέματος, και αυτό πρέπει να εξισορροπηθεί με την επιθυμία να υποστηριχτεί ο τομέας μέσω κατάλληλων επενδύσεων και δαπανών, που συχνά διευκολύνονται από τέτοιους φόρους (Deloitte, 2013).

Μελέτες, όπως αυτή του Crouch (1994), έχουν δείξει ότι η ελαστικότητα των τιμών για τουριστικές υπηρεσίες μπορεί να είναι υψηλή, και σε αυτές τις περιπτώσεις οι φόροι και άλλες εισφορές ενδέχεται να έχουν δυσανάλογο αντίκτυπο στα καταναλωτικά πρότυπα. Επιπλέον, ο τουριστικός τομέας χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων που συχνά λειτουργούν με χαμηλά περιθώρια κέρδους και στερούνται σημαντικών αποθεμάτων ασφαλείας, πράγμα που σημαίνει ότι μικρές αλλαγές στο φορολογικό σύστημα μπορούν να σημαίνουν τη διαφορά μεταξύ βιωσιμότητας και πτώχευσης για αυτές.

Αυτές οι επιχειρήσεις ενδέχεται να είναι ιδιαίτερα ευάλωτες σε αλλαγές στη βάση του σταθερού κόστους τους (για παράδειγμα, μέσω της αύξησης των φόρων ακίνητης περιουσίας σε αντίθεση με τους φόρους στα κέρδη). Τέτοιες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν επίσης σημαντικά προβλήματα λόγω της ανόδου της άυλης οικονομίας, η οποία εισήγαγε μεγαλύτερο ανταγωνισμό και σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να ελέγξει ακόμα και την κατεύθυνση των φορολογικών πολιτικών που ισχύουν σήμερα.

Τέλος, στο βαθμό που οι φορολογικές αυξήσεις μεταφέρονται στους καταναλωτές, η φορολογία του διεθνούς τουρισμού μπορεί να μην έχει τον ίδιο βαθμό

πολιτικής λογοδοσίας με άλλες μορφές εγχώριας φορολογίας. Αυτό καθιστά τον τουρισμό ελκυστικό στόχο για τις κυβερνήσεις που επιδιώκουν να αυξήσουν τα έσοδα, αυξάνοντας παράλληλα τον κίνδυνο εφαρμογής πολιτικών που αυξάνουν τα βραχυπρόθεσμα έσοδα εις βάρος της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης. Αυτά τα θέματα αναλύονται διεξοδικά στις παραγράφους του παρόντος κεφαλαίου.

3.2. Φόροι για τον τουρισμό

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 1998) αναφέρει την ύπαρξη πολλών ομάδων φόρων και τελών που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα. Πρόκειται για φόρους που έχουν ως αντικείμενό τους

- ✓ τα ταξίδια (τέλη βίζας, έξοδα εισόδου και εξόδου από την χώρα),
- ✓ φόρους στις αεροπορικές και ναυτιλιακές μεταφορές (αερολιμενικά και λιμενικά τέλη και φόροι, χρεώσεις για ταξιδιωτικά εισιτήρια, εισφορές και φόροι επί των καυσίμων, φόρος διαμετακόμισης, αποζημίωση για την ασφάλεια),
- ✓ φόρους στα ξενοδοχεία και σε άλλα καταλύματα (συνολικά 15 διαφορετικοί φόροι και τέλη),
- ✓ φόροι στα εστιατόρια (ο φόρος προστιθέμενης αξίας, ειδικοί φόροι κατανάλωσης στο αλκοόλ),
- ✓ φόροι στην οδική κυκλοφορία (τα διόδια και οι ειδικοί φόροι κατανάλωσης αερίου και βενζίνης),
- ✓ φόροι στην ενοικίαση αυτοκινήτου (δημοτικοί και τοπικοί φόροι, άλλοι φόροι, ειδικοί φόροι κατανάλωσης),
- ✓ φόροι και τέλη για την επίσκεψη σε τουριστικά αξιοθέατα και, τέλος,
- ✓ φόροι στα τυχερά παιχνίδια που πληρώνονται στα κατά τόπους καζίνο.

Λόγω του ευρέος φάσματος των οικονομικών δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει ο τουριστικός τομέας εξάλλου, οι περισσότεροι φόροι είναι πιθανό να έχουν αντίκτυπο σε τουλάχιστον κάποιο τμήμα του τουριστικού τομέα. Ωστόσο, στην συνέχεια έχει λάβει χώρα η προσοχή στους φόρους που αναμένεται ότι θα έχουν τον πιο άμεσο αντίκτυπο και οι οποίοι παρουσιάζονται συνοπτικά στην συνέχεια:

- *Φόρος εισοδήματος εταιρειών.* Οι φόροι εισοδήματος εταιρειών (Corporate income taxes, CIT) ποικίλλουν σημαντικά στα ποσοστά και τις φορολογικές

τους βάσεις, αλλά οι γενικοί συντελεστές CIT κυμαίνονται από το 9% (στην Ουγγαρία) έως το 35,53% (στο Βέλγιο) και κατά μέσο όρο περίπου στο 21%. Πολλά από τα χαμηλότερα ποσοστά εφαρμόζονται στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, που εμφανίζουν ποσοστά μεταξύ 9% - 21%. Η Ελλάδα έχει έναν φορολογικό συντελεστή που είναι αρκετά πάνω από το μέσο όρο, καθώς διαμορφώνεται στο 29%. Ο φόρος εισφοράς τουρισμού της Κροατίας για το εισόδημα επιχειρήσεων και ατόμων που εργάζονται στον τομέα του τουρισμού είναι ο μόνος σημαντικός φόρος εισοδήματος που στοχεύει συγκεκριμένα στον τουριστικό τομέα (PWC, 2020).

Πίνακας 2. Φόρος εισοδήματος εταιριών σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Χώρα	Εταιρικός φόρος
Αυστρία	25%
Βουλγαρία	10%
Κύπρος	12,5%
Φινλανδία	20%
Γερμανία	30-33%
Ιταλία	24%

Πηγή: Pwc, 2020.

- *Φόρος εισοδήματος φυσικών προσώπων (εκτός κοινωνικών επιβαρύνσεων)*. Τα ποσοστά του φόρου προσωπικού εισοδήματος (Personal income tax, PIT) για τους εργαζόμενους κατά μέσο όρο σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση των 28 κρατών μελών κυμαίνονται από 10% στη Βουλγαρία έως και 54,5% στο Βέλγιο, με τον μέσο όρο να βρίσκεται λίγο κάτω από το 30% σε όλα τα κράτη μέλη. Σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση των 28 κρατών μελών, υπάρχει μια τάση σύνδεσης ενός υψηλότερου CIT με έναν υψηλότερο PIT, και υπάρχουν πολύ λίγες εξαιρέσεις ή ειδικά καθεστώτα για τον τουρισμό και για τους δύο φόρους εισοδήματος. Στην Ελλάδα υπάρχει φορολογικός συντελεστής που φτάνει μέχρι το 45%, αν και κατά μέσο όρο η φορολογία και σε αυτήν την περίπτωση είναι στο 29% (PWC, 2020).

Πίνακας 3. Φόρος εισοδήματος φυσικών προσώπων σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Χώρα	Φόρος εισοδήματος
------	-------------------

Αυστρία	Μέχρι 55%
Βουλγαρία	10%
Κύπρος	Μέχρι 35%
Φινλανδία	Μέχρι 54%
Γερμανία	Μέχρι 47%
Ιταλία	Μέχρι 43%

Πηγή: Pwc, 2020.

- *Φόροι ακίνητης περιουσίας.* Οι φορολογικοί συντελεστές ακινήτων μπορεί να ποικίλλουν σημαντικά σε μια χώρα και συνήθως καθορίζονται από τους τοπικούς δήμους, είτε ως ποσοστό της αξίας της ακίνητης περιουσίας, ανά τετραγωνικό μέτρο γης ή κτιρίων, είτε βάσει του λογιζόμενου εισοδήματος από ενοίκια. Η μόνη σημαντική εξαίρεση ή ειδικό καθεστώς για τον τουρισμό είναι η εξαίρεση στη Γαλλία. Ειδικά για την Ελλάδα, μέχρι το 2014 υπήρχε ο κύριος φόρος ο οποίος υπολογιζόταν με βάση τα τετραγωνικά μέτρα και ένας συμπληρωματικός φόρος με προοδευτική κλίμακα, τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για τα φυσικά πρόσωπα. Ωστόσο, το 2014 εισήχθη ο ενοποιημένος φόρος ιδιοκτησίας ακινήτων που ισχύει με μικρές διαφοροποιήσεις μέχρι και σήμερα (PWC, 2020).

Πίνακας 4. Φόρος ακίνητης περιουσίας σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Χώρα	Φόρος ακίνητης περιουσίας
Αυστρία	0,05-0,2%
Βουλγαρία	0,01-0,45%
Κύπρος	-
Φινλανδία	0,41-1,8%
Γερμανία	0,26-1%
Ιταλία	0,2-1,06%

Πηγή: Pwc, 2020.

- *Φόρος προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ).* Η οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον ΦΠΑ καθορίζει τις γενικές παραμέτρους για την εφαρμογή του ΦΠΑ στα κράτη μέλη. Ο ΦΠΑ χρησιμοποιείται συχνά ως μοχλός για τη μείωση της φορολογικής επιβάρυνσης σε ορισμένα μέρη του τουριστικού κλάδου, με τα περισσότερα κράτη μέλη να εφαρμόζουν κάποια μορφή μειωμένου συντελεστή

στα βασικά αγαθά και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Μόνο δύο κράτη μέλη (Δανία και Σλοβακία) εφαρμόζουν ΦΠΑ με τον κανονικό συντελεστή για όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό και το Ηνωμένο Βασίλειο παρέχει μειωμένο συντελεστή μόνο για τη μεταφορά επιβατών. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχει περιορισμένο περιθώριο για τα κράτη μέλη να μειώσουν περαιτέρω τους συντελεστές ΦΠΑ για την υποστήριξη του τουριστικού τους τομέα (PWC, 2020) Ειδικά για την Ελλάδα οι σημαντικότεροι συντελεστές ΦΠΑ παρουσιάζονται παρακάτω

- Τυπικός συντελεστής 24%
 - Ενοικίαση δωματίου ξενοδοχείου 13%
 - Μεταφορά επιβατών – εσωτερικού 24%
 - Μεταφορά επιβατών - αεροπορικώς και θαλάσσια 0%
 - Μεταφορά επιβατών – άλλων 24%
 - Είσοδος σε πολιτιστικές υπηρεσίες 6% και 24%
 - Είσοδος σε λούνα παρκ 24%
 - Υπηρεσίες εστιατορίου και τροφοδοσίας 24% ή 13%
 - Είσοδος σε αθλητικές εκδηλώσεις 24%
- *Τουριστικός φόρος.* Οι φόροι αυτοί (Occupancy taxes) επιβάλλονται σε βραχυπρόθεσμες διαμονές σε 18 κράτη μέλη και συνήθως χρεώνονται ανά άτομο και ανά διανυκτέρευση, με σημαντική διακριτική ευχέρεια των κατά τόπους δήμων να μεταβάλλουν τις τιμές που ισχύουν. Η τιμή κυμαίνεται συνήθως ανάλογα με το επίπεδο διαμονής (π.χ. βαθμολογία αστερών στο ξενοδοχείο ή το θέρετρο), την τοποθεσία και την τοπική αρχή και τα συνοδευόμενα ανήλικα μέλη συχνά ωφελούνται από μειωμένες τιμές ή εξαιρούνται πλήρως της επιβάρυνσης αυτής. Συγκριτικά χαμηλοί συντελεστές χρεώνονται στα κράτη μέλη της Ανατολικής Ευρώπης και τα φορολογικά έσοδα υποτίθεται ότι χρησιμοποιούνται για τουριστικούς σκοπούς σε ορισμένες χώρες. Σημειώνεται ότι στην Ελλάδα τουλάχιστον μέχρι το 2018 δεν ίσχυαν τέτοιου είδους φόροι (Ernst & Young, 2013).
 - *Φόροι αεροδρομίου.* Ενώ σχεδόν κάθε κράτος μέλος εφαρμόζει κάποιο είδος χρέωσης, τέλους ή εισφοράς για τις διεθνείς αναχωρήσεις, σχετικά λίγες από αυτές τις χρεώσεις θα μπορούσαν να θεωρηθούν φόροι και τα περισσότερα ορίζονται καλύτερα ως χρεώσεις που σχετίζονται με μια συγκεκριμένη

υπηρεσία. Σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση των 28 κρατών μελών, μόνο επτά χώρες εφαρμόζουν τέτοιου είδους φόρο. Οι τιμές μπορούν να ποικίλλουν σημαντικά ανά αεροδρόμιο εντός ενός της ίδιας χώρας και συχνά διακρίνονται από τη διάρκεια του ταξιδιού και από το εάν μια πτήση είναι εντός ή εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι τιμές μπορεί επίσης να διαφέρουν ανάλογα με τον τύπο του αεροσκάφους και την κατηγορία της θέσης που επιλέγουν οι καταναλωτές για την πτήση τους.

- *Άλλοι ειδικοί φόροι και εισφορές για τον τουρισμό.* Εκτός από τους τουριστικούς φόρους πληρότητας και τους φόρους αεροδρομίου, τουλάχιστον όπως παρουσιάστηκαν προηγουμένως, πολύ λίγοι φόροι επιβάλλονται ειδικά στον τουριστικό τομέα. Στη Γαλλία, ισχύουν δύο διαφορετικοί φόροι για τη βιομηχανία σκι - ένας τοπικός δημοτικός φόρος επί των ακαθάριστων εσόδων από τη λειτουργία των λιφτ του σκι και ένας φόρος πρόσβασης στα μονοπάτια για το σκι αντοχής (PWC, 2017). Επιπλέον, η Κύπρος πρόσφατα εισήγαγε μια επιβάρυνση τυχερών παιχνιδιών στον τομέα των τυχερών παιχνιδιών ως μέρος της προσπάθειάς του να προωθήσει τον τουρισμό αυτού του είδους (PWC, 2017).

Σε αυτό το πλαίσιο, η μελέτη των Deloitte & Touche (1998) έδειξε ότι η υψηλότερη φορολογική επιβάρυνση μειώνει τα έσοδα για τα ξενοδοχεία και το τουρισμό, ενώ η αύξηση ή μείωση του φορολογικού συντελεστή επηρεάζει σημαντικά τις αποφάσεις των τουριστών σχετικά με τον προορισμό ενός ταξιδιού και τον τρόπο και τα μέσα διαμονής τους. Με άλλα λόγια, λόγω της κινητικότητας, της πληροφόρησης και της ευαισθησίας στις τιμές, οι τουρίστες επιλέγουν πολύ συχνά τον προορισμό λαμβάνοντας υπόψη τις τιμές που απαιτούνται από τους παρόχους καταλύματος και εστίασης.

Λόγω όλων αυτών των στοιχείων που αναφέρονται, η ξενοδοχειακή βιομηχανία σε οποιαδήποτε χώρα έχει ως στόχο να επιτύχει ευνοϊκότερη θέση σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό της, και ένας από τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να επιτευχθεί αυτό είναι η παροχή ενθαρρυντικής φορολογίας των τουριστικών υπηρεσιών και της ξενοδοχειακής βιομηχανίας. Ως αποτέλεσμα, πολλές χώρες τα τελευταία χρόνια εισήγαγαν, μείωσαν ή και επανασχεδιάζουν ένα ολόκληρο πεδίο φορολογικών

συντελεστών που προορίζονται για τη ξενοδοχειακή βιομηχανία και τον τουρισμό (WTTC Taxation Policy Task Force Case Studies, 2004).

3.3. Αιτίες φορολόγησης του τουριστικού προϊόντος

Η φορολογία στο τουριστικό προϊόν ενσωματώνει εκείνους τους φόρους που επιβάλλονται στους τουρίστες ή και στην τουριστική βιομηχανία. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους οι κυβερνήσεις επικεντρώνονται στη φορολόγηση του τουριστικού τομέα, αλλά, στην παρούσα παράγραφο, θα γίνει προσπάθεια να επικεντρωθεί κανείς στους σημαντικότερους. Πρώτον, σε χώρες ή περιοχές που βασίζονται στον τουρισμό, ο τουριστικός τομέας αποτελεί την κύρια οικονομική δραστηριότητα, αφήνοντας τη χώρα ή την περιοχή με λιγότερες επιλογές κατά τον καθορισμό των δραστηριοτήτων φορολογίας. Σε αυτήν την περίπτωση, τα περισσότερα από τα φορολογικά έσοδα ενδέχεται να προέρχονται από αυτόν τον τομέα (Gooroochurn & Sinclair, 2003).

Δεύτερον, λόγω της ιδιαίτερης φύσης του τουρισμού, οι οικονομολόγοι πιστεύουν ότι η φορολόγηση των τουριστικών δραστηριοτήτων αναμένεται να έχει μόνο μικρό αντίκτυπο στη συμπεριφορά των φορολογουμένων (δηλαδή, αναφορικά με το αν αυτοί αναμένεται να καταναλώνουν λιγότερο ή περισσότερο τουριστικό προϊόν), εάν οι περισσότεροι από τους φόρους βαρύνουν τους ξένους τουρίστες. Κατά συνέπεια, οι κυβερνήσεις προτιμούν την επιβολή περισσότερων φόρων και εισφορών σε δραστηριότητες που αναλαμβάνονται κυρίως από ξένους τουρίστες, καθώς η βαριά τοπική φορολογική επιβάρυνση μπορεί να προκαλέσει δυσαρέσκεια στους πολίτες και να επηρεάσει αρνητικά το πολιτικό περιβάλλον (Anderson, 2009).

Σε ορισμένες περιπτώσεις, η αύξηση του φορολογικού συντελεστή μπορεί να προκαλέσει κάποιες μικρές οικονομικές στρεβλώσεις, όταν, για παράδειγμα, ένας τουριστικός προορισμός είναι μοναδικός στη φύση του, καθώς αυτό αφήνει τους τουρίστες χωρίς εναλλακτικές επιλογές και μειώνει την ελαστικότητα της υποκατάστασης. Η ελαστικότητα της υποκατάστασης είναι ένα μέτρο της ευκολίας με την οποία διάφοροι παράγοντες μπορούν να αντικατασταθούν από άλλους (Hicks, 1932). Στην συγκεκριμένη περίπτωση, ο βαθμός της υποκατάστασης αναφέρεται στο πόσο εύκολα οι τουρίστες μπορούν να αντικαταστήσουν έναν τουριστικό προορισμό,

για παράδειγμα το νησί της Σαντορίνης, με ανταγωνιστικούς προορισμούς, για παράδειγμα, το νησί της Μυκόνου στην Ελλάδα.

Τρίτον, για τα διευθυντικά στελέχη των τουριστικών προορισμών (destination managers), η επιβολή φόρων στις τουριστικές δραστηριότητες χρησιμεύει ως μέσο για την ανάκτηση του κόστους των δημόσιων υπηρεσιών και των αγαθών που καταναλώνονται από τους τουρίστες. Για παράδειγμα, οι τουρίστες «καταναλώνουν» και χρησιμοποιούν υποδομές του τόπου προορισμού τους, όπως για παράδειγμα δρόμους, υπηρεσίες υγείας και υπηρεσίες ασφάλειας ενώ βρίσκονται σε μια χώρα προορισμού (Varela, 2011).

Έτσι, από αυτήν την οπτική γωνία, οι φόροι ανακτούν απλώς το κόστος εξυπηρέτησης των τουριστών. Οι περιβαλλοντολόγοι χρησιμοποιούν τη φορολογία ως ένα από τα μέτρα για τη ρύθμιση της μεταφορικής ικανότητας ενός προορισμού. Η αύξηση του αριθμού των τουριστών και των συναφών εγκαταστάσεων σχετίζεται με αυξημένη ρύπανση, συμφόρηση, εξάντληση των φυσικών πόρων και μείωση της αισθητικής αξίας. Κατά συνέπεια, συλλέγονται χρήματα από τουριστικές δραστηριότητες για την αποκατάσταση των ζημιών που προκλήθηκαν από τη βιομηχανία του τουρισμού (Green, Hunter, & Moore, 1990).

Τέταρτον, η φορολογία του τουρισμού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ενθαρρύνει την ομαλή ροή των τουριστών μέσω της μεταβλητότητας των φορολογικών συντελεστών. Για παράδειγμα, στην υψηλή τουριστική περίοδο, μια αύξηση των φορολογικών συντελεστών για τον τουρισμό μπορεί να αποθαρρύνει ορισμένους τουρίστες να επισκεφθούν έναν συγκεκριμένο προορισμό εκείνη την περίοδο, ενώ η μείωση των φορολογικών συντελεστών κατά τη χαμηλή τουριστική περίοδο μπορεί να προσελκύσει ορισμένους τουρίστες να επισκεφθούν έναν τέτοιο προορισμό εκείνη την εποχή, καθώς το τουριστικό πακέτο είναι φθηνότερο (Varela, 2011).

3.4. Ο αντίκτυπος των φόρων στον τουριστικό τομέα

Ορισμένοι συγγραφείς ισχυρίζονται ότι για να δικαιολογήσουν την κατανομή του κόστους που σχετίζεται με την τουριστική δραστηριότητα, απαιτούνται πιο συγκεκριμένοι - συμπεριλαμβανομένων των περιφερειακών - φόροι. Ένας φόρος διαμονής ή καταλύματος (αναφέρεται επίσης ως δημοτικός φόρος, φόρος πληρότητας, φόρος ξενοδοχείων, φόρος δωματίων, φόρος κρεβατιών) είναι ο πιο κοινός ειδικός

φόρος που χρησιμοποιείται από τις κυβερνήσεις για το σκοπό αυτό. Σε μια προσπάθεια να μετατοπιστεί μέρος της φορολογικής επιβάρυνσης στους μη μόνιμους κατοίκους, οι τοπικές κυβερνήσεις έχουν χρησιμοποιήσει τέτοιους φόρους. Ωστόσο, ένα τέτοιο μέτρο αντιτίθεται έντονα στη βιομηχανία φιλοξενίας και θεωρείται ως άδικο εργαλείο που βλάπτει την ανταγωνιστικότητα των εταιρειών (Aguiló et al. 2005).

Οι τοπικές κυβερνήσεις, τα γραφεία συνεδρίων και επισκεπτών (Convention and Visitors Bureaus, CVBs) και οι ΜΚΟ που υποστηρίζουν τους φόρους διαμονής ισχυρίζονται ότι η βιομηχανία διαμονής στον προορισμό είναι καλύτερη λόγω των χρήσεων που πραγματοποιούνται από τις φορολογικές αποδείξεις (Litvin et al. 2006). Υποστηρίζουν ότι η τοπική τουριστική βιομηχανία επωφελείται από τις εκτεταμένες υπηρεσίες που μπορούν να παρέχουν οι τοπικές αρχές όπως μεταφορές, πολιτιστικές εκδηλώσεις, αυξημένη χωρητικότητα, ασφάλεια και άλλα. Αντιθέτως, οι εκπρόσωποι της τουριστικής βιομηχανίας ισχυρίζονται ότι ένας τέτοιος φόρος έχει αρνητικές επιπτώσεις στη τουριστική ζήτηση και στην ανταγωνιστικότητα του προορισμού, γεγονός που θα μείωνε τις εισπράξεις και, κατά συνέπεια, τον συνολικό φόρο που εισπράττεται.

Διάφορες μελέτες έχουν τονίσει το συνολικό κόστος ταξιδιού (π.χ. Kozak & Rimmington 1999) ως σημαντικό για τον καθορισμό της ανταγωνιστικότητας των προορισμών. Οι Valle et al. (2012) διαπίστωσαν επίσης ότι ακόμη και όταν το τουριστικό φορολογικό έσοδο προορίζεται για προστασία του περιβάλλοντος, οι τουρίστες δεν είναι πρόθυμοι να πληρώσουν φόρο διαμονής.

Ωστόσο, η μελέτη πραγματοποιήθηκε στην πόλη του Αλγκάρβε για τους τουρίστες, των οποίων τα επίπεδα συνειδητοποίησης των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού και της ανησυχίας τους για την περιβαλλοντική ευημερία θεωρήθηκαν χαμηλά. Η μελέτη απέδωσε επίσης την απόρριψη από τους τουρίστες του φόρου διαμονής στην υποψία τους ότι αυτά τα έσοδα δεν θα διατεθούν πραγματικά για περιβαλλοντικούς σκοπούς. Ωστόσο, οι ταξιδιώτες με άλλα κίνητρα (π.χ. πολιτιστικοί τουρίστες) μπορεί να έχουν διαφορετικές προοπτικές ως προς την ευθύνη τους έναντι των ντόπιων κατοίκων και του περιβάλλοντος.

Έχουν διεξαχθεί διάφορες μελέτες για τη μέτρηση των επιπτώσεων των τουριστικών φόρων. Η ελαστικότητα των τιμών της τουριστικής ζήτησης είναι το βασικό μέτρο που χρησιμοποιούν οι περισσότεροι ερευνητές για να ποσοτικοποιήσουν

τις πιθανές επιπτώσεις του τουριστικού φόρου. Αν και ορισμένοι ερευνητές διαπίστωσαν ότι ο αντίκτυπος των τουριστικών φόρων είναι ασήμαντος στη ζήτηση (Bonham et al., 1992), ακόμη και ασήμαντες αλλαγές φέρνουν σημαντικό βάρος για τη βιομηχανία φιλοξενίας λαμβάνοντας υπόψη τα μικρά περιθώρια κέρδους (Hiemstra & Ismail 1993).

Οι Gooroochurn & Sinclair (2005) εντόπισαν περίπου 45 διάφορους φόρους που εισπράττονται στον τουρισμό, εκ των οποίων οι περίπου 30 αναφέρονται στους τουριστικούς επισκέπτες, ενώ οι 15 αναφέρονται στις ξενοδοχειακές εταιρείες, αν και το τελικό νόμισμα μπορεί να διαφέρει ανάλογα με την ελαστικότητα της ζήτησης και της προσφοράς. Ο αντίκτυπος του εισαγόμενου φόρου στην τιμή ενοικίασης ενός δωματίου ξενοδοχείου εξαρτάται κυρίως από την ελαστικότητα ζήτησης. Εάν η ζήτηση είναι αρκετά ελαστική, τα ξενοδοχεία δεν θα είναι σε θέση να αυξήσουν την τιμή διαμονής και να μεταφέρουν τον φόρο στους επισκέπτες, αλλά θα πρέπει να τον επωμιστούν τα ίδια και να μειώσουν το κέρδος τους.

Εάν, από την άλλη πλευρά, η ζήτηση είναι ανελαστική, τα ξενοδοχεία θα είναι σε θέση να αυξήσουν την τιμή διαμονής και οι επισκέπτες θα πρέπει να πληρώσουν αυτοί τον πρόσφατα εισαγόμενο ή αυξημένο φόρο μέσω της αυξημένης τιμής διαμονής. Όπου υπάρχει υψηλή ελαστικότητα τιμών για τον ξενοδοχειακό τομέα, στις συνθήκες πιθανής αύξησης των τιμών διαμονής λόγω της αυξημένης φορολογικής και μη φορολογικής επιβάρυνσης, τελικά θα μπορούσε να υπάρξει τεράστια ανακατεύθυνση των επισκεπτών σε άλλους φτηνούς και πιο ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Σύμφωνα με τους Wilson et al. (2001), η ανεπαρκής χρηματοδότηση είναι επίσης ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια στην ανάπτυξη και την προώθηση των προορισμών. Η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την τουριστική εμπειρία και τις θετικές συμπεριφορές. Επομένως, η κατανομή των πόρων που δημιουργούνται από φόρους που σχετίζονται με τον τουρισμό πρέπει να δαπανάται με σύνεση. Ο φόρος μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στην τοπική ποιότητα ζωής.

3.5. Η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος σε σχέση με την φορολόγησή του

Για να εκτιμηθεί θεωρητικά ο αντίκτυπος των φόρων στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα, θα πρέπει πρώτα να αναζητηθεί στην σχετική βιβλιογραφία το τι συνιστά «τουριστικό φόρο», καθώς και το τι σημαίνει «ανταγωνιστικότητα του τουρισμού», αλλά και το πώς μπορεί να εκτιμηθεί ο αντίκτυπος του πρώτου στην τελευταία.

Οι Forsyth & Dwyer (2002) τοποθέτησαν τους τουριστικούς φόρους σε δύο κατηγορίες. Συγκεκριμένα, τους χώρισαν σε γενικούς φόρους και σε ειδικούς ή διαφορετικούς τουριστικούς φόρους. Οι γενικοί φόροι για τον τουρισμό είναι αυτοί που επιβάλλονται γενικά στην παροχή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, στα έσοδα που προέρχονται από τουριστικές επιχειρήσεις και στους μισθούς των υπαλλήλων των τουριστικών επιχειρήσεων. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και πιο ειδικοί φόροι που αφορούν αποκλειστικά σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Τέτοια παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, όπως είναι για παράδειγμα, οι τουριστικοί φόροι που ορισμένες χώρες επιβάλλουν στους τουρίστες.

Επιπλέον, μια ευρέως αποδεκτή ερμηνεία της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού παρουσιάστηκε από τους Ritchie & Crouch (2003), σύμφωνα με τους οποίους η έννοια αναφέρεται στο να το δραστηριοποιείται κανείς με κερδοφόρο τρόπο στον τουρισμό, ενισχύοντας παράλληλα την ευημερία των κατοίκων προορισμού και διατηρώντας τις φυσικές ιδιαιτερότητες και τον πλούτο του προορισμού για τις μελλοντικές γενιές. Σύμφωνα με αυτό, η εκτίμησή κάποιου για την ανταγωνιστικότητα θα πρέπει να εξετάζει όχι μόνο τον αντίκτυπο των φόρων στις επιχειρήσεις και τους τουρίστες, αλλά και τη συμβολή αυτών των φόρων στη χρηματοδότηση των υποδομών και των υπηρεσιών που απαιτούνται για να διασφαλιστεί ότι ο τουριστικός τομέας είναι και παραμένει ανταγωνιστικός.

Η ανταγωνιστικότητα των τιμών είναι ένα σημαντικό ζήτημα που αναφέρεται στη σχετική βιβλιογραφία για την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού. Η οικονομική θεωρία υποδηλώνει ότι εάν η τουριστική ζήτηση είναι σχετικά ελαστική ως προς την τιμή, η μείωση του φορολογικού συντελεστή σε αγαθά και υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό (όπως είναι για παράδειγμα οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε

ξενοδοχεία και εστιατόρια) θα οδηγήσει σε αύξηση της τουριστικής ζήτησης και αντίστροφα αποτελέσματα θα προκύψουν αν λάβει χώρα μια αύξηση του φόρου στα τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες (Craigwell, 2007).

Ωστόσο, αυτό βασίζεται στο κόστος ή την εξοικονόμηση του κόστους που προκύπτει εξαιτίας της μεταβολής του φορολογικού συντελεστή που «μετακυλιέται» στον καταναλωτή, επηρεάζοντας την τιμή που αυτός/η αντιμετωπίζει. Λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία της τουριστικής ζήτησης για πολλές κυβερνήσεις, πραγματοποιήθηκαν ορισμένες μελέτες που διερεύνησαν τον πιθανό αντίκτυπο των αλλαγών στη φορολογία του τουρισμού. Μερικοί από τους ερευνητές θεώρησαν επίσης το ζήτημα της μετακύλισης, ως το πρώτο και σημαντικότερο βήμα της ανάλυσής τους (Craigwell, 2007).

Οι Dwyer et al. (2000) εξετάζουν την ανταγωνιστικότητα των τιμών των ταξιδιών και του τουρισμού σε 19 χώρες προορισμού, χρησιμοποιώντας την αποδοτικότητα και την παραγωγικότητα ως μέτρα της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των χωρών προορισμού. Λαμβάνοντας υπόψη τις τιμές της Αγοραστικής Ισοδυναμίας Purchasing Power Parity (PPP) και χρησιμοποιώντας την Αυστραλία ως χώρα βάσης, η έρευνα συγκρίνει τις τιμές μιας δέσμης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε μια σειρά ανταγωνιστικών προορισμών, μέσω της δημιουργίας δεικτών διεθνούς ανταγωνιστικότητας τιμών. Η μελέτη παρέχει μια μέθοδο για την ποσοτική αξιολόγηση του τρόπου με τον οποίο ένας προορισμός συγκρίνεται με την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών του τιμών με έναν άλλο.

Επιπλέον, το Υπουργείο Οικονομικών του Ηνωμένου Βασιλείου προέβη σε μια αξιολόγηση των επιπτώσεων των μειωμένων συντελεστών ΦΠΑ στον βρετανικό τουρισμό και την ευρύτερη οικονομία, χρησιμοποιώντας τα μοντέλα Δυναμικής και Γενικής Ισορροπίας. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, αναμένεται να μετακυλιστούν στους τελικούς καταναλωτές ορισμένες ή όλες οι αλλαγές στο ύψος του ΦΠΑ. Οι συγγραφείς καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι περίπου το 60% της μείωσης του ΦΠΑ θα οδηγήσει σε χαμηλότερες τιμές, αν και η διαδικασία αναμένεται να διαρκέσει περίπου τέσσερα χρόνια (Cut Tourism VAT, 2012).

Προηγούμενη εργασία των συγγραφέων της ίδιας έκθεσης διαπίστωσε ότι η ελαστικότητα των τιμών για τον διεθνή τουρισμό στο Ηνωμένο Βασίλειο ήταν -1.28.

Με άλλα λόγια μια μείωση κατά 10% στην τιμή του τουρισμού αυξάνει τη ζήτηση του τουρισμού κατά 12,8% (Wason & Nevin, 2001).

Σε άλλες χώρες του ΟΟΣΑ, μια παρόμοια ανάλυση διαπίστωσε ότι η ελαστικότητα του τουρισμού ήταν -1,2, τιμή που βρίσκεται πολύ κοντά σε αυτήν που υπολογίστηκε προηγουμένως για το Ηνωμένο Βασίλειο. Και πάλι όμως, οι συγγραφείς δείχνουν ότι η προσαρμογή δεν είναι άμεση και οι προσομοιώσεις τους διαπιστώνουν ότι θα χρειαστούν 2 χρόνια για να πραγματοποιηθεί το 80% του αντίκτυπου της αλλαγής των τιμών (Nevin et al., 2011).

Η έρευνα του Ihalanayake (2011) αναλύει τις οικονομικές επιπτώσεις των τουριστικών αλλαγών στη Αυστραλία. Ο συγγραφέας χρησιμοποιεί ένα μοντέλο ανάλυσης της φορολογίας του τουρισμού και ένα υπολογιστικό μοντέλο γενικής ισορροπίας (CGE) για να προσομοιώσει την επίδραση της κατάργησης των τουριστικών φόρων και τη χρηματοδότησή τους μέσω αύξησης του φόρου αγαθών και υπηρεσιών. Όπως ίσως θα περίμενε κανείς, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι ο τουριστικός τομέας πράγματι επεκτείνεται ως αποτέλεσμα της κατάργησης του φόρου, ενώ οι άλλοι τομείς συρρικνώνονται. Η αύξηση του φόρου αγαθών και υπηρεσιών οδηγεί σε αύξηση των τιμών των βασικών προϊόντων που οδηγεί με την σειρά του, σε μείωση του ΑΕΠ.

Η Έκθεση Ανταγωνιστικότητας των Ταξιδιών και του Τουρισμού του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ παρέχει ένα μέτρο της συνολικής ανταγωνιστικότητας των τουριστικών τομέων 136 οικονομιών. Αυτός ο Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού αποτελείται από πολλούς επιμέρους δείκτες, μερικοί από τους οποίους σχετίζονται περισσότερο με τη φορολογία και το επιχειρηματικό περιβάλλον, σε σχέση με κάποιους άλλους. Μεταξύ των 90 μεμονωμένων δεικτών ανταγωνιστικότητας, τέσσερις σχετίζονται με την ανταγωνιστικότητα των τιμών. Η Ευρώπη, με έξι οικονομίες στην πρώτη δεκάδα (Ισπανία, Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία και Ελβετία) κυριαρχεί σταθερά στην κατάταξη του WEF, η οποία δημοσιεύονται ανά διετία (WEF, 2017)

Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι οι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτήν την επιτυχία είναι ο πολιτιστικός πλούτος της Ευρώπης, οι τουριστικές υπηρεσίες παγκόσμιας κλάσης που παρέχονται, οι άριστες συνθήκες υγείας και υγιεινής και η απλούστευση της εισόδου των τουριστών στις χώρες Σένγκεν, αλλά και ο υψηλός

βαθμός διεθνούς ανοίγματος των χωρών παράλληλα με την ασφάλεια, παρά τις ελαφρώς διαφορετικές δικλίδες ασφαλείας στη Δυτική και Νότια Ευρώπη. Από την άλλη πλευρά, οι ευρωπαϊκές οικονομίες τείνουν να έχουν πολύ κακή απόδοση στους δείκτες ανταγωνιστικότητας των τιμών (WEF, 2017).

Ο φόρος είναι σημαντικός για την επίδρασή του στους άλλους, πέραν της τιμής, προσδιοριστικούς παράγοντες της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, διότι παρέχει τα απαραίτητα έσοδα, ώστε αυτά να δαπανηθούν για άλλους παράγοντες που συμβάλλουν στην ανταγωνιστικότητα του τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα, οι υποδομές, η ασφάλεια, η διαφάνεια, οι τεχνολογικές μεταβολές, η κοινωνική ανάπτυξη και η προστασία του περιβάλλοντος. Σε πολλές περιπτώσεις, οι φόροι επί του κλάδου είναι σχετικά υψηλότεροι από τους άλλους τομείς. Για παράδειγμα, το 2013, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) ερεύνησε το ποσοστό της φορολογίας που καταβάλλει ο τομέας στις ΗΠΑ σε σύγκριση με άλλους τομείς, και διαπίστωσε ότι η αμερικανική ταξιδιωτική βιομηχανία φορολογείται με υψηλότερο συντελεστή από άλλους τομείς. Οι άμεσοι φόροι ταξιδιού και τουρισμού στις ΗΠΑ αντιπροσώπευαν το 3,2% όλων των φόρων που εισπράχθηκαν το 2012, ενώ η συνεισφορά του κλάδου στο ΑΕΠ ήταν μόλις 2,7% (World Travel and Tourism Council, 2013).

Πολλά κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης εφαρμόζουν μειωμένους συντελεστές ΦΠΑ για τους παρόχους καταλύματος, αν και αυτό δεν μεταφράζεται απαραίτητα σε ανάλογες διαφορές τιμών. Η Copenhagen Economics (2007) διαπίστωσε ότι ο φόρος στον τομέα της φιλοξενίας μετακυλιέται σε μεγάλο βαθμό στις χώρες και στα διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες φιλοξενίας. Για παράδειγμα, διαπιστώνεται ότι η μετακύλιση του φόρου στα εστιατόρια στην Πορτογαλία είναι μόνο 25% ενώ η μετακύλιση του φόρου στα ξενοδοχεία στη Φινλανδία φτάνει το 100%.

Υποστηρίζεται στην έρευνα αυτή ότι αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό σε συγκεκριμένους παράγοντες και κυρίως στην δυνατότητα των επιχειρήσεων και της αγοράς εν γένει να πραγματοποιήσουν αυτήν την μετακύλιση τόσο βραχυπρόθεσμα, όσο και μεσοπρόθεσμα. Η έκθεση προτείνει ότι οι χαμηλότεροι συντελεστές ΦΠΑ ενδέχεται να επεκτείνουν τόσο την εγχώρια ζήτηση στον τομέα της φιλοξενίας όσο και να προσελκύσουν περισσότερους εισερχόμενους τουρίστες, αν και δεν υπάρχουν

στοιχεία που να παρουσιάζονται σχετικά με τις αλλαγές στη ζήτηση (Copenhagen Economics, 2007).

Άλλες, πιο συγκεκριμένες, μελέτες έχουν λάβει χώρα με στόχο να εκτιμηθεί ο αντίκτυπος της συγκεκριμένης μεταβολής του ΦΠΑ. Για παράδειγμα, η ΕΥ (2015) ολοκλήρωσε μια αξιολόγηση της επίδρασης μιας πιθανής αύξησης του συντελεστή ΦΠΑ στα ελληνικά ξενοδοχεία το 2013. Η μελέτη εκτιμά ότι ένα σημαντικό μέρος της μεταβολής του ΦΠΑ θα μετακλιστεί σταδιακά στις τιμές των καταλυμάτων, μέσα σε μια περίοδο δύο χρόνων. Κατέληξε επίσης στο συμπέρασμα ότι η ζήτηση θα μειωθεί σημαντικά με τις δαπάνες για τα ξενοδοχεία να αναμένεται να μειωθούν μεταξύ 290 και 480 εκατομμυρίων ευρώ τον πρώτο χρόνο.

Το Travel Agents' Margin Scheme (TAMS) για τον ΦΠΑ είναι το πιο αξιοσημείωτο φορολογικό στοιχείο για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και τους ταξιδιωτικούς πράκτορες σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Στην ουσία, είναι ένας υποχρεωτικός μηχανισμός απλοποίησης του ΦΠΑ για κάθε προμηθευτή που ασχολείται με πελάτες με την διαδικασία του πληρεξούσιου και χρησιμοποιεί παραδόσεις αγαθών ή υπηρεσίες που παρέχονται από άλλους υποκείμενους στον φόρο, στην παροχή ταξιδιωτικών εγκαταστάσεων (ΕΥ, 2015).

Περαιτέρω, το TAMS είναι ένας απλοποιητικός μηχανισμός για τις επιχειρήσεις του κλάδου και δεν επηρεάζει το φορολογικό κόστος που βαρύνει τον καταναλωτή όσον αφορά την υποκείμενη προσφορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν διατίθεται πίστωση φόρου εισροών στον ταξιδιωτικό πράκτορα για τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες που αγοράζονται και επαναφέρονται στους πελάτες τους βάσει του TAMS. Επομένως, εκτός εάν ο πράκτορας ή ο εκάστοτε χειριστής αντισταθμίσει αυτό το κόστος στη συνολική τους τιμή, το κόστος ΦΠΑ στην υποκείμενη προσφορά μεταφέρεται στην τιμή που καταβάλλει ο ταξιδιώτης (European Commission, 2017).

Το TAMS επιτρέπει αποτελεσματικά στις χώρες στις οποίες πραγματοποιούνται οι υποκείμενες ταξιδιωτικές υπηρεσίες να εισπράττουν τον ΦΠΑ που οφείλεται σε αυτές τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται, ενώ οι χώρες στις οποίες είναι εγκατεστημένοι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες εισπράττουν τον ΦΠΑ στα περιθώρια των πράξεων που κάνουν αυτές οι επιχειρήσεις. Αυτό το σύστημα κατανέμει

αποτελεσματικά τα έσοδα ΦΠΑ μεταξύ των χωρών προορισμού και αναχώρησης (European Commission, 2017).

Εκτός από το σύστημα αυτό, ωστόσο, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες υπόκεινται στο ίδιο φορολογικό καθεστώς με άλλες επιχειρήσεις στις οικονομίες των περισσότερων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, η σχετική βιβλιογραφία ειδικά για το πώς οι τουριστικοί φόροι επηρεάζουν τους ταξιδιωτικούς πράκτορες είναι εξαιρετικά περιορισμένη.

4. Βιβλιογραφική επισκόπηση της επίδρασης του φόρου στον τουρισμό

4.1 Η σημασία των τουριστικών φόρων μέσα από εμπειρικές έρευνες

Η τουριστική δραστηριότητα έχει χρησιμοποιηθεί ως φορολογητέο στοιχείο σύμφωνα με ένα ευρύ φάσμα τύπων και περιστάσεων. Ωστόσο, κανένας από αυτούς τους τύπους δεν μπορεί να περιγραφεί αυστηρά ως τουριστικός φόρος, καθώς σχεδόν όλα τα αγαθά και οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες (ξενοδοχεία, εστιατόρια, πτήσεις, ενοικίαση αυτοκινήτων κ.λπ.) χρησιμοποιούνται επίσης από μη τουρίστες. Το φορολογητέο στοιχείο δεν θα πρέπει, έτσι, να είναι ο ίδιος ο τουρισμός, αλλά μια φορολογική βάση που συνδέεται κατά προσέγγιση με αυτόν, έτσι ώστε κάθε φορολογικό μέτρο που απευθύνεται σε τουριστικές δραστηριότητες αναμένεται να έχει επίσης επιπτώσεις και στους μη τουρίστες. Κατά συνέπεια, όταν αναφέρεται κανείς στη φορολογία του τουρισμού, αναφέρεται στην ουσία σε φόρους που επηρεάζουν τις τουριστικές δραστηριότητες.

Ένας τουριστικός φόρος στρεβλώνει την καταναλωτική συμπεριφορά όταν η ζήτηση είναι σχετικά ελαστική, καθώς η διαφορά τιμής που προκαλείται από τον φόρο οδηγεί σε σημαντική τροποποίηση της συμπεριφοράς. Παραδοσιακά, θεωρείται ότι πολλοί τουριστικοί προορισμοί δεν έχουν σαφή υποκατάστατα (για συγκεκριμένους γεωγραφικούς ή κλιματολογικούς λόγους, απόσταση, ποιότητα κ.λπ.), πράγμα που σημαίνει ότι η ελαστικότητα των τιμών είναι χαμηλή και οι μεταβολές δεν είναι πολύ σχετικές.

Αυτή φαίνεται να είναι η κατάσταση σε ορισμένες χώρες, οι οποίες ωστόσο φαίνεται να μην ακολουθούν τον κανόνα του Ramsey και συνεπώς δεν φορολογούν με μεγαλύτερη ένταση τις λιγότερο ελαστικές απαιτήσεις (Bird, 1992). Τέλος, τα τελευταία χρόνια η ελαστικότητα έχει αυξηθεί σε ορισμένες τουριστικές περιοχές, λόγω της δημιουργίας νέων χωρών στις τουριστικές αγορές. Αυτό θα μπορούσε να είναι η περίπτωση της περιοχής της Μεσογείου, όπου χώρες όπως η Ισπανία, η Ιταλία,

η Ελλάδα, η Κροατία, η Τουρκία, η Αίγυπτος, η Τύνιδα ή το Μαρόκο, ανταγωνίζονται σήμερα στην ίδια αγορά ενεργώντας σαν υποκατάστατα.

Αλλά ακόμη και όταν υπάρχουν κάποιες στρεβλώσεις στη συμπεριφορά, εάν η φορολογική επίπτωση πέφτει κυρίως στον τουρίστα (όχι στο συμβαλλόμενο μέρος που προσφέρει την τουριστική υπηρεσία) και ο τουρίστας δεν είναι κάτοικος (δηλαδή, υπάρχει δυνατότητα εξαγωγής φόρου), η υπερβολική επιβάρυνση δεν αποτελεί μεγάλο πρόβλημα στο σκεπτικό των πολιτικών υπευθύνων λήψης αποφάσεων (Googoochurn & Sinclair, 1992).

Σύμφωνα με τα εμπειρικά στοιχεία, και οι δύο υποθέσεις είναι εύλογες στην πραγματικότητα και η φορολογία του τουρισμού γίνεται επομένως πιο ελκυστική όσον αφορά τη δημοσιονομική μεταρρύθμιση (Fuji et al., 1985). Ωστόσο, αυτό θα ισχύει μόνο εάν οι τουρίστες δεν διαμένουν στον τόπο της Αρχής που επιβάλλει τον φόρο. Αυτό σημαίνει ότι η δυνατότητα εξαγωγής των κεντρικών φόρων λειτουργεί μόνο εάν οι τουρίστες είναι ξένοι, ενώ για τους περιφερειακούς φόρους αρκεί εάν οι τουρίστες προέρχονται από χώρες εκτός της περιοχής.

Ένας δεύτερος λόγος για τη χρήση αυτού του τύπου φόρου είναι η ειδική χρηματοδότηση των υπερβολικών εξόδων που σχετίζονται με τον τουρισμό που παράγονται από την παροχή δημόσιων αγαθών και υπηρεσιών (για παράδειγμα, περισσότερη ανάγκη για υπηρεσίες ασφάλειας των πολιτών). Εδώ ο φόρος θα λειτουργούσε ως τιμή θεωρητικά καθοδηγούμενη από την αρχή του οφέλους και, εάν δεν καλυφθεί το προαναφερθέν επιπλέον κόστος, θα προκαλούσε επιπλέον φορολογική επιβάρυνση για τους μη τουρίστες.

Για παράδειγμα, η εντατική τουριστική δραστηριότητα μπορεί να οδηγήσει στην ανάγκη μεγαλύτερων υποδομών, των οποίων το κόστος ενδέχεται να μην καλύπτεται από φόρους που καταβάλλουν οι τουρίστες. Αλλά σε λιγότερο εντατικές τουριστικές περιοχές είναι πιθανό ότι δεν απαιτούνται πρόσθετες υποδομές, επομένως μπορεί να ισχύει το αντίθετο: τα έσοδα των φόρων που καταβάλλουν οι τουρίστες μπορεί να είναι υψηλότερα από το κόστος των λίγων δημόσιων υπηρεσιών που χρησιμοποιούν.

Τέλος, το εξωτερικό κόστος που προκύπτει από την τουριστική δραστηριότητα είναι σημαντικό (Green et al., 1990). Βασικά, αυτή η περιοχή περιλαμβάνει το

περιβαλλοντικό κόστος και συμφόρηση, τα οποία δεν είναι μόνο ένα υποπροϊόν του τουριστικού τομέα, αλλά και μια συνεισφορά της παραγωγικής του λειτουργίας. Επομένως, η δημόσια παρέμβαση είναι ιδιαίτερα επείγουσα και μπορεί να επιτευχθεί μέσω της φορολογίας (Clarke & Ng, 1993).

Εάν ένας διορθωτικός φόρος οδηγεί στη συμπερίληψη των περιβαλλοντικών δαπανών και του κόστους συμφόρησης στην τελική τιμή του τουριστικού πακέτου, μέσω ενός φόρου Ρίγου, η οικονομική αποδοτικότητα θα αποκατασταθεί. Επιπλέον, η επίδρασή της στην ποιότητα της τουριστικής προσφοράς μπορεί να είναι σημαντική και αυτό επηρεάζει άμεσα την προθυμία των τουριστών να πληρώσουν και, συνεπώς, το μέγεθος της προστιθέμενης αξίας του τομέα. Επιπλέον, ο φόρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί με μεταβλητό χρονοδιάγραμμα, προκειμένου να αποφευχθούν οι αιχμές συμφόρησης και η εποχιακή τουριστική δραστηριότητα. Ωστόσο, βρίσκουμε και πάλι την αδυναμία άμεσης φορολόγησης του τουρισμού, οπότε οποιοδήποτε διορθωτικό μέτρο θα επηρεάσει και άλλους φορολογούμενους και οικονομικούς τομείς.

Έτσι, καθώς η δημιουργία φορολογικών εσόδων από τον τουρισμό γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής σε πολλές χώρες, δεδομένου ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται ως σημαντική πηγή οικονομικής ανάπτυξης και η φορολόγηση του τουρισμού είναι σχετικά λιγότερο αντιφατική από πολιτική άποψη, καθώς οι τουρίστες δεν είναι φορολογούμενοι πολίτες της χώρας που επισκέπτονται. Η αυξανόμενη σημασία της φορολογίας του τουρισμού απαιτεί οι τουριστικές πολιτικές να είναι συνεπείς με τις μακροοικονομικές πολιτικές της οικονομίας, όπως η αποτελεσματική δημιουργία εσόδων και η κατανομή εισοδήματος.

4.2 Η επίδραση της φορολογίας στον τουρισμό μέσα από εμπειρικές μελέτες

Υπάρχουν πολύ λίγες θεωρητικές μελέτες για τη φορολογία του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων των μελετών από τους Bird (1992), των Forsyth & Dwyer (2002), και των Clarke & Ng (1993). Τόσο οι Forsyth & Dwyer (2002), όσο και ο Bird (1992) δεν έχουν επίσημο μοντέλο, αλλά παρέχουν πολύ σημαντικές πληροφορίες για την έννοια της τουριστικής φορολογίας. Οι Forsyth & Dwyer (2002) δείχνουν πώς οι χώρες μπορούν να χρησιμοποιήσουν την ισχύ της αγοράς για να εξαγάγουν το μέγιστο

φορολογικό έσοδο από τον τουρισμό, ενώ ο Bird (1992) περιγράφει τους οικονομικούς περιορισμούς για το σχεδιασμό της βέλτιστης τουριστικής φορολογίας και εξετάζει τα φορολογικά μέσα που χρησιμοποιούν οι αναπτυσσόμενες χώρες για τη φορολογία του τουρισμού.

Οι Clarke & Ng (1993) παρέχουν ένα επίσημο μοντέλο για την απεικόνιση της σχέσης μεταξύ της τουριστικής φορολογίας και της ευημερίας. Η κύρια επίσημη ανάλυση του τουρισμού είναι αυτή που λαμβάνει χώρα στις έρευνες των Copeland (1991) και Chen & Devereux (1999). Ωστόσο, ο κύριος στόχος αυτών των εργασιών είναι η επέκταση του τουριστικού τομέα. Η Copeland (1991) διαπιστώνει ότι η επέκταση του τουρισμού είναι πιο επωφελής με την παρουσία εγχώριων τουριστικών φόρων, ενώ οι Chen & Devereux (1999) υποστηρίζουν ότι η επέκταση του τουρισμού είναι πιο επωφελής βάσει ενός καθεστώτος εισαγωγικών δασμών και εξαγωγικών επιδοτήσεων. Οι περισσότερες από τις εμπειρικές οικονομικές έρευνες για τη φορολογία του τουρισμού έχουν αναπτυχθεί σε πλαίσιο μερικής ισορροπίας, αναλύοντας την επίπτωση του φόρου και τις επιπτώσεις στην τουριστική ζήτηση. Εξαιρέσεις είναι οι Blake (2000) και Jensen & Wanhill (2002) που διερευνούν τις επιπτώσεις του φόρου στον τουρισμό σύμφωνα με ένα γενικό πλαίσιο ισορροπίας χρησιμοποιώντας ένα μοντέλο γενικής ισορροπίας (CGE) και ανάλυση εισροών-εξόδων, αντίστοιχα.

4.3. Εμπειρικές έρευνες μελέτης επίδρασης της μείωσης του ΦΠΑ στην εστίαση

Οι Hysi & Kociu (2015) στην έρευνά τους δείχνουν κάποια συσχέτιση μεταξύ ΦΠΑ και απασχόλησης. Σημειώνουν ότι τη μείωση του συντελεστή ΦΠΑ στις υπηρεσίες εστιατορίου από το 19,6% στο 5,5% τον Ιούλιο του 2009 ακολούθησε η δημιουργία περίπου 50.000 θέσεων εργασίας στον τομέα των εστιατορίων μεταξύ του 2009 και του 2011.

Αν και αυτό δεν αποδεικνύει την αιτιώδη σχέση, καθώς θα μπορούσε να υπάρχει ένας αριθμός παραγόντων που οδηγούν στην αύξηση της απασχόλησης εκτός από τη μείωση των συντελεστών ΦΠΑ, οι ερευνητές σημειώνουν ότι αυτή η αύξηση της απασχόλησης ήρθε σε μια εποχή που γενικά, τα ποσοστά απασχόλησης έπεφταν στην υπόλοιπη οικονομία. Ωστόσο, μια έκθεση του Γαλλικού Ελεγκτικού Συνεδρίου σημειώνει ότι ο αντίκτυπος της μείωσης του ΦΠΑ στην απασχόληση ήταν

χαμηλότερος από το αναμενόμενο και κόστισε στο κράτος κατά μέσο όρο 2,6 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως (Les Echos, 2015).

Στη Γερμανία, εισήχθη μειωμένος συντελεστής ΦΠΑ στα ξενοδοχεία το 2010, μειώνοντας τον φόρο από τον κανονικό συντελεστή 19% σε 7%. Η ανάλυση των Deloitte et al. (2011) έδειξε ότι οι επιδόσεις της Accor, του μεγαλύτερου ξενοδοχειακού ομίλου στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τους πρώτους 6 μήνες μετά την αλλαγή βελτιώθηκαν κατά 11,6% για τα πολυτελή και τα μεσαίου επιπέδου ξενοδοχεία στη Γερμανία και κατά 10,5% για τα οικονομικά ξενοδοχεία.

5. Μεθοδολογία έρευνας

5.1. Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Η παρούσα έρευνα στηρίχτηκε στην έρευνα της εταιρίας Deloitte που δημοσιεύτηκε το 2011 και αφορούσε στην επίδραση του ΦΠΑ στον τουρισμό της Βρετανίας. Η έρευνα αυτή αποτελεί μια πιο απλή προσπάθεια ερμηνείας της επίδρασης του ΦΠΑ στον τουρισμό, καθώς δεν περιλαμβάνει μοντέλα είτε γενικής, είτε μερικής ισορροπίας.

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι ο προσδιορισμός της συσχέτισης των βασικών μακροοικονομικών μεγεθών της Ελλάδας με τα βασικά στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό και της επίδρασης των τελευταίων στα πρώτα. Για τον λόγο αυτό, οι επιμέρους στόχοι της έρευνας ταυτίζονται με την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων, τα οποία σημειώνονται στην συνέχεια.

5.2. Τα ερευνητικά ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι δυνατόν να διατυπωθούν ως εξής.

1. Ποια είναι η διαχρονική εξέλιξη των σημαντικότερων μακροοικονομικών μεταβλητών της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια;
2. Ποια είναι η διαχρονική εξέλιξη των σημαντικότερων μεγεθών του τουρισμού της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια;

Τα ερωτήματα αυτά αποτελούν στην ουσία, περιγραφικά ερωτήματα, η απάντηση των οποίων θα δώσει στον αναγνώστη μια ικανοποιητική εικόνα σχετικά με την μεταβολή των μεγεθών αυτών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Τόσο η έρευνα της Deloitte (2011), όσο και πολλές ακόμη έρευνες στηρίζουν τις ερευνητικές τους υποθέσεις αρχικά σε περιγραφικά ερωτήματα, ώστε στην συνέχεια να προκύψουν τα επαγωγικά συμπεράσματα.

3. Υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στις μακροοικονομικές μεταβλητές και τα βασικά στοιχεία του τουρισμού της Ελλάδας;

Το ερευνητικό ερώτημα αυτό είναι απαραίτητο ώστε να προσδιοριστεί ο τρόπος με τον οποίο συσχετίζονται τα φορολογικά και τα τουριστικά μεγέθη, καθώς στην περίπτωση που δεν παρατηρείται συσχέτιση, δεν είναι δυνατόν να προκύψει προβλεπτική σύνδεση των μεγεθών. Η ανάλυση συσχέτισης περιλαμβάνεται στις περισσότερες έρευνες, όπως για παράδειγμα σε αυτές των Bonham et al. (1992) και Hiemstra & Ismail (1993) στις οποίες έγινε αναφορά νωρίτερα, στην παρούσα διπλωματική εργασία.

4. Επιδρούν οι φορολογικές μεταβλητές στα μεγέθη του τουρισμού;

Το ερώτημα αυτό αποτελεί τον τελικό στόχο της εργασίας καθώς σύμφωνα με τις έρευνες που παρουσιάστηκαν νωρίτερα, έχει διαπιστωθεί η επίδραση των φόρων στο μέγεθος του τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρεται η έρευνα των Wason & Nevin (2001), αλλά και η έρευνα του Ihalanayake (2011) που αναλύει τις οικονομικές επιπτώσεις των τουριστικών αλλαγών στη Αυστραλία

5.3. Επιλογή δεδομένων

Τα δεδομένα επιλέχθηκαν από τον επίσημο διαδικτυακό τόπο της Eurostat και από τον επίσημο διαδικτυακό τόπο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), ο οποίος παρέχει αναλυτική πληροφόρηση για την εξέλιξη των μεγεθών του τουρισμού. Οι μεταβλητές που επιλέχθηκαν είναι οι εξής

- ✓ Ο Φόρος Εισοδήματος Φυσικών προσώπων ως ποσοστό του ΑΕΠ
- ✓ Ο Φόρος Εισοδήματος των εταιριών ως ποσοστό του ΑΕΠ
- ✓ Τα έσοδα των Φόρων Κατανάλωσης ως ποσοστό του ΑΕΠ
- ✓ Τα έσοδα των Φόρων στην Εργασία ως ποσοστό του ΑΕΠ
- ✓ Τα έσοδα των Φόρων στο Κεφάλαιο ως ποσοστό του ΑΕΠ
- ✓ Οι φορολογικοί συντελεστές στην Κατανάλωση
- ✓ Οι φορολογικοί συντελεστές στην Εργασία

Από την άλλη πλευρά, οι μεταβλητές του τουρισμού είναι οι εξής

- ✓ Συμμετοχή (του τουρισμού) στο ΑΕΠ
- ✓ Συμμετοχή (του τουρισμού) στην Απασχόληση
- ✓ Συνολική Απασχόληση σε χιλιάδες
- ✓ Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό (σε δις. ευρώ)

- ✓ Αφίξεις μη κατοίκων (σε εκατομμύρια ευρώ)
- ✓ Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη (τουριστών, σε ευρώ)

5.4. Στατιστική επεξεργασία δεδομένων

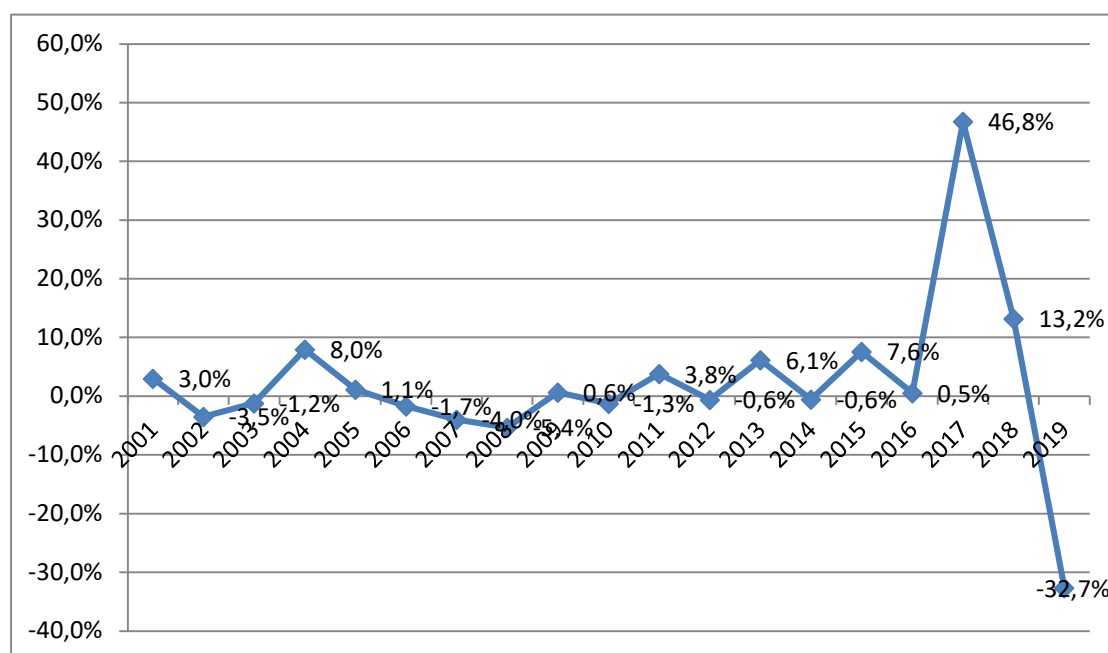
Τα δεδομένα συλλέχτηκαν από τις επίσημες πηγές που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη παράγραφο. Μετά την συλλογή τους, τα δεδομένα, μετά την κατάλληλη κωδικοποίηση τους εισήχθησαν στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS v.26. Προκειμένου να παρουσιαστούν με κατάλληλο τρόπο τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής, χρησιμοποιήθηκαν πίνακες και διαγράμματα, τα οποία περιείχαν απόλυτες και σχετικές συχνότητες, αλλά και άλλα μέσα περιγραφικής στατιστικής, όπως η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση. Επιπρόσθετα, έλαβε χώρα και ο έλεγχος συσχέτισης Pearson, ο οποίος δίνει τιμές από το -1 μέχρι το 1, ανάλογα με το αν διαπιστώνει θετική ή αρνητική συσχέτιση. Όσο πιο κοντά είναι η τιμή του δείκτη στην απόλυτη τιμή της μονάδας, τόσο πιο έντονη θεωρείται η συσχέτιση, ενώ θα πρέπει να παίρνει τιμές τουλάχιστον ίσες με την απόλυτη τιμή του 0,5 για να θεωρείται ότι υπάρχει μια μέτριας έντασης συσχέτιση ανάμεσα στο δυο εξεταζόμενα μεγέθη. Η ανάλυση παλινδρόμησης έγινε με βάση την μέθοδο stepwise του SPSS. Τέλος, το επίπεδο σημαντικότητας ορίστηκε να είναι το $\alpha=0,05$ ή $\alpha=0,01$, όπως αναφέρεται.

6. Δεδομένα και αποτελέσματα της έρευνας

6.1. Διαχρονικά στοιχεία για τον ελληνικό τουρισμό

Στην παράγραφο αυτή παρουσιάζονται αναλυτικά στοιχεία σχετικά με κάποια βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού. Αρχικά παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ για την περίοδο από το 2000 μέχρι και το 2019. Η συμμετοχή του τουρισμού κυμαίνεται μεταξύ του 15,8% το 2010 μέχρι το σχεδόν διπλάσιο 30,9% του 2018. Ωστόσο, η μέση τιμή διαμορφώνεται περίπου στο 18%, όπως δείχνει η τελευταία γραμμή του πίνακα. Εξάλλου, στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται ο ρυθμός μεταβολής του εν λόγω μεγέθους, ενώ ο πίνακας με τα απόλυτα μεγέθη παρουσιάζεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

Διάγραμμα 6. Ο ρυθμός μεταβολής της συμμετοχής του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ για την περίοδο 2001- 2019.

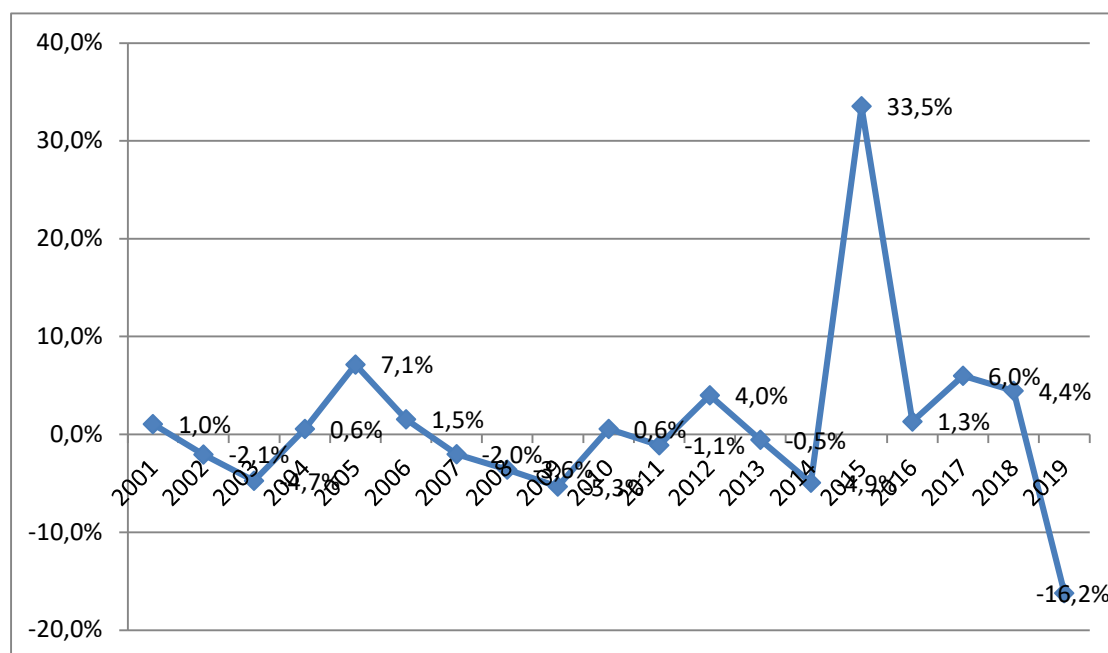


Πηγή: Υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στην συνέχεια, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής του ελληνικού τουρισμού στην Απασχόληση για την περίοδο από το 2000 μέχρι και το 2019. Σύμφωνα με τα στοιχεία, η συμμετοχή του τουρισμού κυμαίνεται μεταξύ του 17,3% το 2014 μέχρι το 25,9% του 2018. Ωστόσο, η μέση τιμή διαμορφώνεται περίπου στο 20%, όπως δείχνει η τελευταία γραμμή του πίνακα. Θα πρέπει να σημειωθεί

εξάλλου, ότι η συμμετοχή στην Απασχόληση έχει μικρότερο εύρος σε σχέση με την συμμετοχή στο ΑΕΠ που παρουσιάστηκε προηγουμένως. Εξάλλου, στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται ο ρυθμός μεταβολής του εν λόγω μεγέθους ενώ ο πίνακας με τα απόλυτα μεγέθη παρουσιάζεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

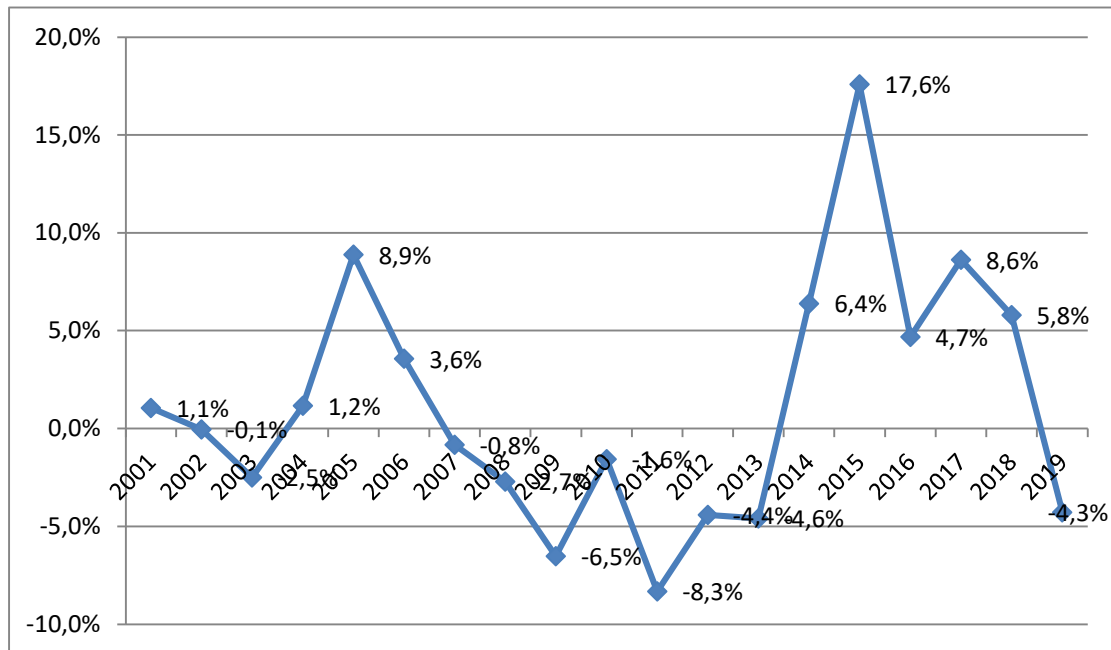
Διάγραμμα 7. Ο ρυθμός μεταβολής της συμμετοχής του ελληνικού τουρισμού στην Απασχόληση για την περίοδο 2001- 2019.



Πηγή: Υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στην συνέχεια, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της Απασχόλησης στον ελληνικό τουρισμό σε απόλυτα μεγέθη, για την περίοδο από το 2000 μέχρι και το 2019. Σύμφωνα με τα στοιχεία, ο τουρισμός απασχολεί από 657 χιλιάδες άτομα (το 2013) μέχρι 989 χιλιάδες άτομα το 2018. Ωστόσο, η μέση τιμή διαμορφώνεται περίπου στις 815 χιλιάδες όπως δείχνει η τελευταία γραμμή του πίνακα. Εξάλλου, στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται ο ρυθμός μεταβολής του εν λόγω μεγέθους ενώ ο πίνακας με τα απόλυτα μεγέθη παρουσιάζεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

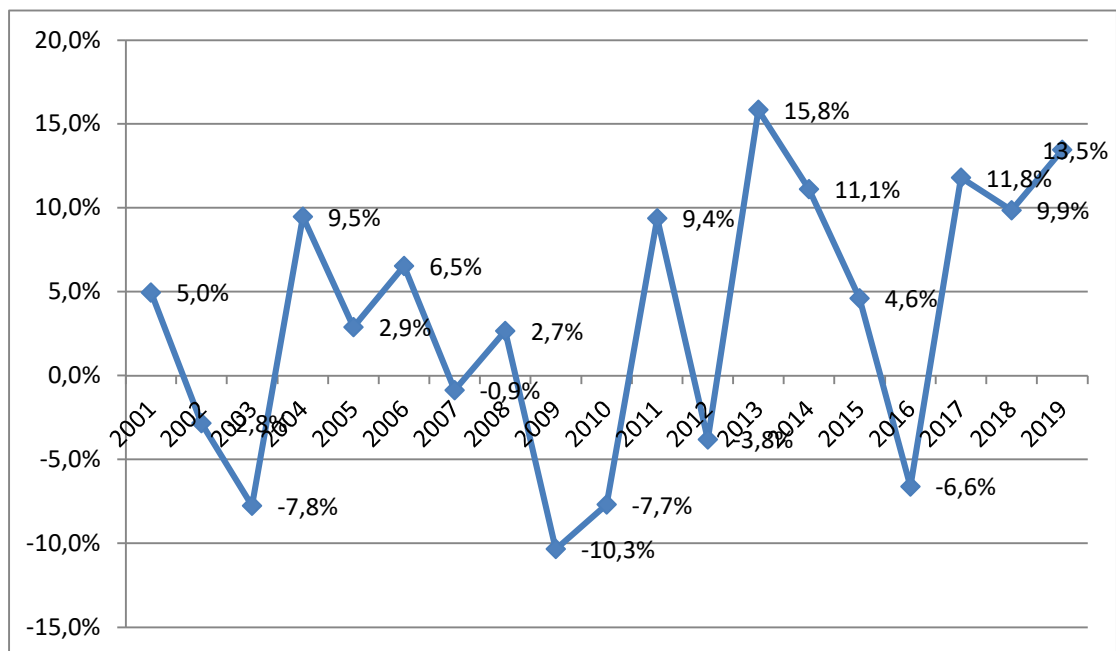
Διάγραμμα 8. Ο ρυθμός μεταβολής της απασχόλησης στον ελληνικό τουρισμό για την περίοδο 2001- 2019.



Πηγή: Υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στην συνέχεια, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των συνολικών εσόδων από τον ελληνικό τουρισμό σε απόλυτα μεγέθη, για την περίοδο από το 2000 μέχρι και το 2019. Σύμφωνα με τα στοιχεία, ο τουρισμός δημιουργεί έσοδα γύρω στα 10 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως μέχρι το 2012, ενώ στην συνέχεια αυτά αυξάνονται και διαμορφώνονται για τα επόμενα χρόνια γύρω στα 15 δισεκατομμύρια, χωρίς να συνυπολογιστούν σε αυτά τα έσοδα από την κρουαζιέρα. Έτσι, η μέση τιμή διαμορφώνεται περίπου στις 11,75 δισεκατομμύρια όπως δείχνει η τελευταία γραμμή του πίνακα. Εξάλλου, στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται ο ρυθμός μεταβολής του εν λόγω μεγέθους ενώ ο πίνακας με τα απόλυτα μεγέθη παρουσιάζεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

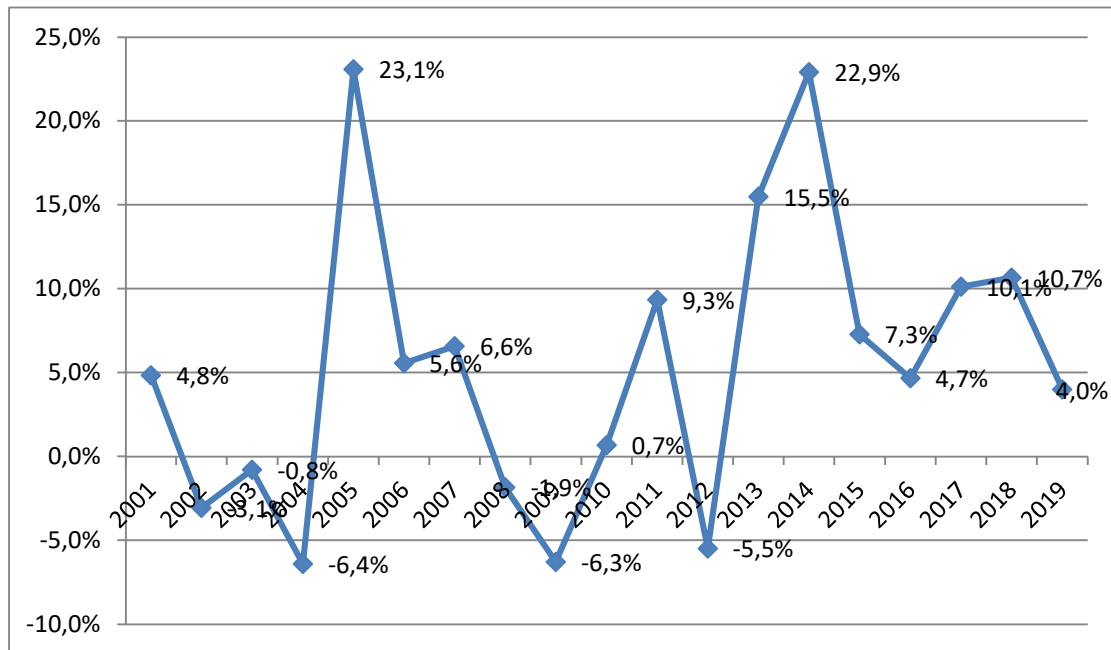
Διάγραμμα 9. Ο ρυθμός μεταβολής των συνολικών εσόδων του ελληνικού τουρισμού για την περίοδο 2001- 2019.



Πηγή: Υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στην συνέχεια, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των συνολικών αφίξεων των μη κατοίκων σε απόλυτα μεγέθη, για την περίοδο από το 2000 μέχρι και το 2019. Σύμφωνα με τα στοιχεία, ο συνολικός αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα σχεδόν τριπλασιάστηκε τα τελευταία είκοσι χρόνια. Έτσι, η μέση τιμή διαμορφώνεται περίπου στα 18 εκατομμύρια επισκέψεις όπως δείχνει η τελευταία γραμμή του πίνακα. Εξάλλου, στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται ο ρυθμός μεταβολής του εν λόγω μεγέθους ενώ ο πίνακας με τα απόλυτα μεγέθη παρουσιάζεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

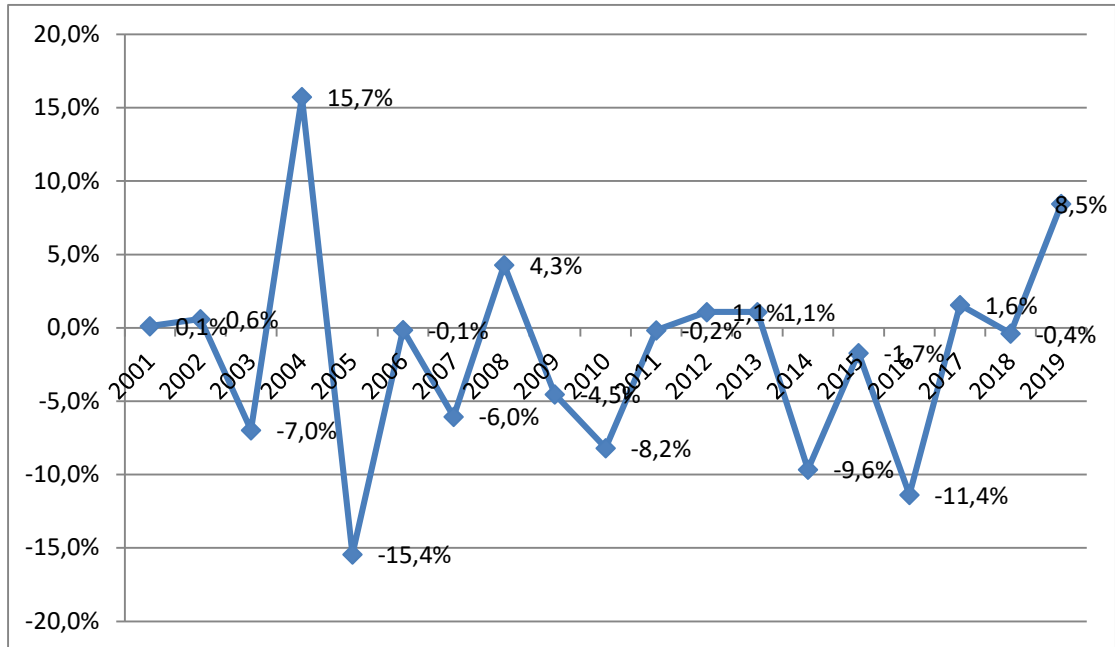
Διάγραμμα 10. Ο ρυθμός μεταβολής των συνολικών αφίξεων των μη κατοίκων για την περίοδο 2001- 2019.



Πηγή: Υπολογισμοί του συγγραφέα.

Τέλος, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης των μη κατοίκων σε απόλυτα μεγέθη, για την περίοδο από το 2000 μέχρι και το 2019. Σύμφωνα με τα στοιχεία, η δαπάνη αυτή βαίνει μειούμενη τα τελευταία είκοσι χρόνια, με αποτέλεσμα να χάνει πάνω από το 30% της αξίας της στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Έτσι, η μέση τιμή διαμορφώνεται περίπου στα 679 ευρώ ανά τουρίστα όπως δείχνει η τελευταία γραμμή του πίνακα. Εξάλλου, στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται ο ρυθμός μεταβολής του εν λόγω μεγέθους ενώ ο πίνακας με τα απόλυτα μεγέθη παρουσιάζεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας.

Διάγραμμα 11. Ο ρυθμός μεταβολής της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης των μη κατοίκων για την περίοδο 2001- 2019.



Πηγή: Υπολογισμοί του συγγραφέα.

6.2. Διαχρονικά φορολογικά στοιχεία για την Ελλάδα

Στην παράγραφο αυτή παρουσιάζονται αναλυτικά στοιχεία σχετικά με κάποια βασικά φορολογικά μεγέθη της ελληνικής οικονομίας. Σημειώνεται ότι τα περισσότερα από τα μεγέθη αυτά μελετήθηκαν ως έσοδα εκφρασμένα στο σύνολο του ΑΕΠ για κάθε χρονιά και όχι ως συντελεστές, καθώς σπάνια οι συντελεστές μεταβάλλονται από έτος σε έτος. Ωστόσο, τα δυο τελευταία μεγέθη που παρουσιάζονται συγκεντρώνουν την συνολική επιβάρυνση από μια σειρά από φόρους κατ' έτος και για τον λόγο αυτό παρουσιάζονται ως τελικοί συντελεστές στην κατανάλωση και την εργασία. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι δυστυχώς, τα διαθέσιμα δεδομένα από την Ευρωπαϊκή Ένωση περιορίζονται στην περίοδο 2006- 2018 οπότε, όπως είναι εύλογο, οι συσχετίσεις που ακολουθούν στην επόμενη παράγραφο, περιορίζονται και αυτές στο εν λόγω χρονικό διάστημα.

Ο πρώτος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων του ΦΠΑ αυξάνεται διαχρονικά από το 6,7 στο 8,3% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο, γεγονός το οποίο οφείλεται τόσο στην αύξηση του συντελεστή, αλλά και στην μείωση του ΑΕΠ τα χρόνια της κρίσης. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση της συμμετοχής του ΦΠΑ στο ΑΕΠ έφτασε το 22% για την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 5. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2006	6,77
2007	7,10
2008	7,02
2009	6,26
2010	7,06
2011	7,26
2012	7,17
2013	6,97
2014	7,10
2015	7,27
2016	8,12
2017	8,12
2018	8,28

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο δεύτερος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων των έμμεσων φόρων, εκτός του ΦΠΑ και των φόρων εισαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων αυτών των φόρων αυξάνεται διαχρονικά από το 4,8 στο 5,2% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση της συμμετοχής των εσόδων αυτών των φόρων στο ΑΕΠ έφτασε το 9,4% για την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 6. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των έμμεσων φόρων, εκτός του ΦΠΑ και των φόρων εισαγωγών, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006-2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2006	4,77
2007	4,79
2008	4,54
2009	4,29
2010	4,62
2011	4,98
2012	4,86
2013	5,17
2014	5,20
2015	5,00
2016	5,24
2017	4,97
2018	5,22

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο τρίτος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων αυτών των φόρων αυξάνεται διαχρονικά από το 4,3 στο 6,2% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση της συμμετοχής των εσόδων αυτών των φόρων στο ΑΕΠ έφτασε το 42.6% για την εν λόγω χρονική περίοδο, γεγονός που δείχνει την τεράστια αύξηση των φορολογικών βαρών για τους πολίτες του κράτους την τελευταία δεκαπενταετία.

Πίνακας 7. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2006	4,34
2007	4,51
2008	4,54

2009	4,45
2010	3,96
2011	4,74
2012	6,93
2013	5,92
2014	5,86
2015	5,67
2016	5,79
2017	6,19
2018	6,19

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο τέταρτος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων του εταιρικού φόρου εισοδήματος ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων αυτών των φόρων μειώθηκε διαχρονικά από το 2,6 στο 2,2% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική μείωση της συμμετοχής των εσόδων αυτών των φόρων στο ΑΕΠ έφτασε το 15,3% για την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 8. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων του εταιρικού φόρου εισοδήματος, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2006	2,55
2007	2,28
2008	2,14
2009	2,51
2010	2,53
2011	2,07
2012	1,09
2013	1,15
2014	1,87
2015	2,14

<i>2016</i>	2,49
<i>2017</i>	1,95
<i>2018</i>	2,16

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο πέμπτος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων των φόρων στην Κατανάλωση ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων αυτών των φόρων μειώθηκε διαχρονικά από το 11,1 στο 14,6% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση της συμμετοχής των εσόδων αυτών των φόρων στο ΑΕΠ έφτασε το 31,6% για την εν λόγω χρονική περίοδο, γεγονός που και σε αυτήν την περίοδο δείχνει την μεγάλη επιβάρυνση που δέχτηκαν οι καταναλωτές την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 9. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των φόρων στην Κατανάλωση, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
<i>2006</i>	11,07
<i>2007</i>	11,34
<i>2008</i>	11,14
<i>2009</i>	10,44
<i>2010</i>	11,90
<i>2011</i>	12,59
<i>2012</i>	12,74
<i>2013</i>	13,18
<i>2014</i>	13,36
<i>2015</i>	13,40
<i>2016</i>	14,49
<i>2017</i>	14,48
<i>2018</i>	14,57

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο έκτος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων των φόρων στην Εργασία ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων αυτών των φόρων μειώθηκε διαχρονικά από το 13,1 στο 16,1% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση της συμμετοχής των εσόδων αυτών των φόρων στο ΑΕΠ έφτασε το 23,6% για την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 10. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των φόρων στην Εργασία, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2006	13,06
2007	13,67
2008	13,68
2009	13,18
2010	13,63
2011	13,56
2012	15,65
2013	14,63
2014	14,45
2015	14,62
2016	15,14
2017	15,98
2018	16,14

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο έβδομος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη της συμμετοχής των εσόδων των φόρων στο Κεφάλαιο ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, η συμμετοχή των εσόδων αυτών των φόρων μειώθηκε διαχρονικά από το 6,9 στο 8,2% του ΑΕΠ μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση της συμμετοχής των εσόδων αυτών των φόρων στο ΑΕΠ έφτασε το 18,6% για την εν λόγω χρονική περίοδο, αύξηση η οποία είναι κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες μικρότερη από την

συνολική φορολογική επιβάρυνση της εργασίας, που παρουσιάστηκε στον προηγούμενο πίνακα.

Πίνακας 11. Η διαχρονική συμμετοχή των εσόδων των φόρων στο Κεφάλαιο, ως ποσοστό του ΑΕΠ για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2006	6,92
2007	6,78
2008	6,98
2009	7,14
2010	6,51
2011	7,49
2012	7,42
2013	7,93
2014	8,19
2015	8,38
2016	8,74
2017	8,16
2018	8,21

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο όγδοος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Κατανάλωση για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, ο Μέσος φορολογικός συντελεστής στην Κατανάλωση αυξήθηκε διαχρονικά από το 14,3 στο 17,6% μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση του εν λόγω συντελεστή έφτασε το 23% για την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 12. Η διαχρονική εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Κατανάλωση, για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Μέσος φορολογικός συντελεστής στην Κατανάλωση
2006	14,29
2007	14,53

2008	13,89
2009	12,77
2010	14,43
2011	15,16
2012	15,29
2013	15,54
2014	15,79
2015	15,87
2016	17,36
2017	17,31
2018	17,57

Πηγή: eurostat, 2020.

Ο ένατος και τελευταίος πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει την διαχρονική εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Εργασία για την περίοδο 2006- 2018. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα αυτού, ο Μέσος φορολογικός συντελεστής στην Εργασία αυξήθηκε διαχρονικά από το 39,9 στο 43,2% μέσα στην υπό μελέτη χρονική περίοδο. Σημειώνεται ότι η σωρευτική αύξηση του εν λόγω συντελεστή έφτασε το 17,1% για την εν λόγω χρονική περίοδο.

Πίνακας 13. Η διαχρονική εξέλιξη των φορολογικών συντελεστών στην Εργασία, για την περίοδο 2006- 2018.

Έτος	Μέσος φορολογικός συντελεστής στην Εργασία
2006	36,87
2007	38,25
2008	37,54
2009	34,43
2010	35,19
2011	35,84
2012	40,83
2013	40,28
2014	39,13

2015	39,84
2016	41,02
2017	43,25
2018	43,17

Πηγή: eurostat, 2020.

6.3 Συσχετίσεις φορολογικών στοιχείων με τα στοιχεία του τουρισμού

Τέλος, στην παρούσα παράγραφο παρατίθενται τα αποτελέσματα της ανάλυσης συσχέτισης που διενεργήθηκε μεταξύ των φορολογικών μεγεθών και των μεγεθών που αφορούν στον τουρισμό. Ο πρώτος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των εσόδων του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ και όλων των μεγεθών του τουρισμού, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά μη σημαντική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 14. Η συσχέτιση των εσόδων του ΦΠΑ ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	ΦΠΑ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ΦΠΑ	1		13
συμ_ΑΕΠ	,783**	0,002	13
συμ_Εργ	,831**	0	13
Απασχόληση	0,521	0,068	13
Έσοδα	,727**	0,005	13
Αφίξεις	,859**	0	13
κ.κ.δαπάνη	-,854**	0	13

Ο δεύτερος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των έμμεσων φόρων πλην του ΦΠΑ και των φόρων εισαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών

δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά σημαντική θετική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 15. Η συσχέτιση των έμμεσων φόρων πλην του ΦΠΑ και των φόρων εισαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	Έμμεσοι φόροι		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
έμμεσοι	1		13
συμ_ΑΕΠ	0,449	0,124	13
συμ_Εργ	0,46	0,114	13
Απασχόληση	-0,034	0,911	13
Έσοδα	,624*	0,023	13
Αφίξεις	,687**	0,009	13
κ.κ.δαπάνη	-,709**	0,007	13

Ο τρίτος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ του Φόρου Εισοδήματος Φυσικών προσώπων ως ποσοστό του ΑΕΠ ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά σημαντική θετική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση, μικρότερης όμως έντασης.

Πίνακας 16. Η συσχέτιση του Φόρου Εισοδήματος Φυσικών προσώπων ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	ΦΕΦΠ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ΦΕΦΠ	1		13
συμ_ΑΕΠ	0,482	0,095	13
συμ_Εργ	0,44	0,132	13

Απασχόληση	-0,112	0,714	13
Έσοδα	0,524	0,066	13
Αφίξεις	,604*	0,029	13
κ.κ.δαπάνη	-,648*	0,017	13

Ο τέταρτος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ του Φόρου Εισοδήματος των εταιριών ως ποσοστό του ΑΕΠ ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά σημαντική μέτριας έντασης, θετική σχέση.

Πίνακας 17. Η συσχέτιση του Φόρου Εισοδήματος των εταιριών ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	ΦΕΝΠ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
ΦΕΝΠ	1		13
συμ_ΑΕΠ	0,007	0,983	13
συμ_Εργ	0,18	0,556	13
Απασχόληση	,595*	0,032	13
Έσοδα	0,013	0,966	13
Αφίξεις	0,01	0,975	13
κ.κ.δαπάνη	0,073	0,813	13

Ο πέμπτος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των εσόδων των Φόρων Κατανάλωσης ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση των φόρων αυτών ως ποσοστό του ΑΕΠ και όλων των μεγεθών του τουρισμού, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά μη σημαντική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 18. Η συσχέτιση των εσόδων των Φόρων Κατανάλωσης ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	Φ_καταν.		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Φ_καταν.	1		13
συμ_ΑΕΠ	,681*	0,01	13
συμ_Εργ	,696**	0,008	13
Απασχόληση	0,161	0,599	13
Έσοδα	,732**	0,004	13
Αφίξεις	,876**	0,000	13
κ.κ.δαπάνη	-,942**	0,000	13

Ο έκτος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των εσόδων των Φόρων στην Εργασία ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση των φόρων αυτών ως ποσοστό του ΑΕΠ και όλων των μεγεθών του τουρισμού, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά μη σημαντική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 19. Η συσχέτιση των εσόδων των Φόρων στην Εργασία ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	Φ_εργ.		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Φ_εργ.	1		13
συμ_ΑΕΠ	,737**	0,004	13
συμ_Εργ	,691**	0,009	13
Απασχόληση	0,219	0,473	13
Έσοδα	,668*	0,013	13
Αφίξεις	,787**	0,001	13
κ.κ.δαπάνη	-,809**	0,001	13

Ο έβδομος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των εσόδων των Φόρων στο Κεφάλαιο ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο

2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση των φόρων αυτών ως ποσοστό του ΑΕΠ και όλων των μεγεθών του τουρισμού, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά μη σημαντική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 20. Η συσχέτιση των εσόδων των Φόρων στο Κεφάλαιο ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	Φ_Κεφ.		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Φ_Κεφ.	1		13
συμ_ΑΕΠ	0,502	0,08	13
συμ_Εργ	,616*	0,025	13
Απασχόληση	0,067	0,829	13
Έσοδα	,740**	0,004	13
Αφίξεις	,821**	0,001	13
κ.κ.δαπάνη	-,831**	0,001	13

Ο όγδοος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των φορολογικών συντελεστών στην Κατανάλωση ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση των συντελεστών των φόρων αυτών και όλων των μεγεθών του τουρισμού, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά μη σημαντική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 21. Η συσχέτιση των φορολογικών συντελεστών στην Κατανάλωση και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	Συντ.Κατ.		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Συντ.Κατ.	1		13
συμ_ΑΕΠ	,742**	0,004	13
συμ_Εργ	,775**	0,002	13

Απασχόληση	0,314	0,296	13
Έσοδα	,774**	0,002	13
Αφίξεις	,895**	0,001	13
κ.κ.δαπάνη	-,909**	0,000	13

Ο ένατος και τελευταίος πίνακας παρουσιάζει τις συσχετίσεις μεταξύ των φορολογικών συντελεστών στην Εργασία ως ποσοστό του ΑΕΠ και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα αυτού, γίνεται εμφανές ότι παρατηρείται μια στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση των συντελεστών των φόρων αυτών και όλων των μεγεθών του τουρισμού, πλην της απασχόλησης –που παρατηρείται στατιστικά μη σημαντική σχέση- και της κατά κεφαλήν δαπάνης που παρατηρείται μια αρνητική συσχέτιση.

Πίνακας 22. Η συσχέτιση των φορολογικών συντελεστών στην Εργασία και των τουριστικών δεδομένων για την περίοδο 2006-2018.

	Συντ.Εργ.		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Συντ.Εργ.	1		13
συμ_ΑΕΠ	,747**	0,003	13
συμ_Εργ	,754**	0,003	13
Απασχόληση	0,321	0,284	13
Έσοδα	,779**	0,002	13
Αφίξεις	,813**	0,001	13
κ.κ.δαπάνη	-,724**	0,005	13

6.4. Ανάλυση παλινδρόμησης. Οι φορολογικές μεταβλητές ως προβλεπτικοί παράγοντες των μεγεθών του τουρισμού.

Τέλος, στην παράγραφο αυτή λαμβάνει χώρα η ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένες μεταβλητές τα μεγέθη του τουρισμού που παρουσιάστηκαν στις προηγούμενες παραγράφους και ανεξάρτητες, τα στοιχεία που αφορούν τα φορολογικά μεγέθη, προκειμένου, ουσιαστικά να απαντηθεί το τελευταίο ερευνητικό ερώτημα που

μελετά την επίδραση της φορολογίας στον τουρισμό. Σημειώνεται ότι πριν την επιλογή των ανεξάρτητων μεταβλητών μελετήθηκαν οι πίνακες συσχέτισης της προηγούμενης παραγράφου, ώστε να επιλεχθούν εκείνες οι μεταβλητές που παρουσίασαν στατιστικά σημαντική συσχέτιση με τις μεταβλητές του τουρισμού.

Έτσι, αρχικά μελετήθηκε η επίδραση των φορολογικών μεταβλητών στον τουρισμό, ως ποσοστό του ΑΕΠ. Σημειώνεται ωστόσο ότι αν και στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις παρουσίασε το εν λόγω μέγεθος με μια σειρά από φορολογικές μεταβλητές, όπως είναι ο ΦΠΑ, ο φόρος κατανάλωσης, ο φόρος στην εργασία και οι φορολογικοί συντελεστές στην κατανάλωση και την εργασία, στο μοντέλο παλινδρόμησης που έτρεξε ο γράφων με την μέθοδο *stepwise* του SPSS, μόνο η μεταβλητή του ΦΠΑ τελικά εισήλθε στο τελικό μοντέλο, τα βασικά χαρακτηριστικά του οποίου παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες που προήλθαν μέσα από το SPSS.

Αρχικά, θα πρέπει να σημειωθεί ότι το μοντέλο ήταν στατιστικά σημαντικό και επιπλέον, σύμφωνα με τον πίνακα που δείχνει τον συντελεστή προσδιορισμού και που παρατίθεται στο παράρτημα της εργασίας, το 61,3% της διακύμανσης της μεταβλητής του τουρισμού ως ποσοστό του ΑΕΠ ερμηνεύεται από την μεταβλητή του ΦΠΑ. Επιπλέον, με βάση τα στοιχεία του πίνακα που παρατίθεται στην συνέχεια, τόσο ο σταθερός όρος, όσο και ο συντελεστής της μεταβλητής του ΦΠΑ είναι στατιστικά σημαντικοί, κάτι που σημαίνει ότι ο ΦΠΑ μπορεί να αποτελέσει ισχυρό προβλεπτικό παράγοντα της εξαρτημένης μεταβλητής, με θετικό μάλιστα πρόσημο. Η σημασία του ΦΠΑ στην συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ φαίνεται και από την υψηλή τιμή του τυποποιημένου συντελεστή β (0,783) γεγονός που δείχνει ότι όταν αλλάζει (αυξάνεται) ο ΦΠΑ κατά μία τυπική απόκλιση, η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ αναμένεται να αλλάξει (αυξάνεται) κατά 0,783 τυπικές αποκλίσεις. Το συμπέρασμα αυτό είναι δυνατόν να συσχετιστεί με το αντίστοιχο συμπέρασμα της έρευνας Cut Tourism (VAT, 2012), η οποία αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο και σύμφωνα με την οποία, περίπου το 60% της μείωσης του ΦΠΑ θα οδηγήσει σε χαμηλότερες τιμές.

Πίνακας 23. Η ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή το μέγεθος του τουρισμού ως ποσοστό του ΑΕΠ και ανεξάρτητες, τις φορολογικές μεταβλητές

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150,508	1	150,508	17,423	,002 ^b
	Residual	95,023	11	8,638		
	Total	245,531	12			
a. Dependent Variable: συμ_AΕΠ						
b. Predictors: (Constant), ΦΠΑ						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-25,853	10,714		-2,413	,034
	ΦΠΑ	6,134	1,470	,783	4,174	,002

Στην συνέχεια, μελετήθηκε η επίδραση των φορολογικών μεταβλητών στον τουρισμό, ως ποσοστό της συνολικής εργασίας. Σημειώνεται ωστόσο ότι αν και στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις παρουσίασε το εν λόγω μέγεθος με μια σειρά από φορολογικές μεταβλητές, όπως είναι ο ΦΠΑ, ο φόρος κατανάλωσης, ο φόρος στην εργασία, ο φόρος στο κεφάλαιο και οι φορολογικοί συντελεστές στην κατανάλωση και την εργασία, στο μοντέλο παλινδρόμησης που έτρεξε ο γράφων με την μέθοδο stepwise του SPSS, μόνο η μεταβλητή του ΦΠΑ τελικά εισήλθε στο τελικό μοντέλο, τα βασικά χαρακτηριστικά του οποίου παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες που προήλθαν μέσα από το SPSS.

Αρχικά, θα πρέπει να σημειωθεί ότι το μοντέλο ήταν στατιστικά σημαντικό και επιπλέον, σύμφωνα με τον πίνακα που δείχνει τον συντελεστή προσδιορισμού και που παρατίθεται στο παράρτημα της εργασίας, το 69% της διακύμανσης της μεταβλητής της συμμετοχής του τουρισμού στην εργασία ερμηνεύεται από την μεταβλητή του ΦΠΑ. Επιπλέον, με βάση τα στοιχεία του πίνακα που παρατίθεται στην συνέχεια, τόσο ο σταθερός όρος, όσο και ο συντελεστής της μεταβλητής του ΦΠΑ είναι στατιστικά σημαντικοί, κάτι που σημαίνει ότι ο ΦΠΑ μπορεί να αποτελέσει ισχυρό προβλεπτικό παράγοντα της εξαρτημένης μεταβλητής, με θετικό μάλιστα πρόσημο. Η σημασία του ΦΠΑ στην συμμετοχή του τουρισμού στην εργασία φαίνεται και από την υψηλή τιμή του τυποποιημένου συντελεστή β (0,831) γεγονός που δείχνει ότι όταν αλλάζει (αυξάνεται) ο ΦΠΑ κατά μία τυπική απόκλιση, η συμμετοχή του τουρισμού στην

εργασία αναμένεται να αλλάξει (αυξάνεται) κατά 0,7831 τυπικές αποκλίσεις. Ωστόσο, το συμπέρασμα αυτό φαίνεται να έρχεται σε αντίθεση, - με έμμεσο τρόπο- με άλλες έρευνες, όπως για παράδειγμα η έρευνα των Wason & Nevin (2001), οι οποίοι έδειξαν ότι η μείωση στην τελική τιμή του τουρισμού αυξάνει την ζήτηση και ως εκ τούτου, αν ισχύει και το αντίστροφο, η αύξηση της τιμής του τουρισμού – μέσω της αύξησης του ΦΠΑ- θα αναμένονταν να μειώσει το τουρισμό και ως εκ τούτου και την εργασία σε αυτόν. Ωστόσο, μια άλλη ερμηνεία θα μπορούσε να είναι το γεγονός ότι η αύξηση του ΦΠΑ ίσως να έχει ως αποτέλεσμα την στροφή των εργαζόμενων σε άλλους κλάδους στον τουρισμό και με αυτό το αποτέλεσμα της υποκατάστασης των εργασιών, να είναι εύλογο να ερμηνευθεί αυτό το αποτέλεσμα.

Πίνακας 24. Η ανάλυση παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την συμμετοχή του τουρισμού στην συνολική εργασία και ανεξάρτητες, τις φορολογικές μεταβλητές

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76,005	1	76,005	24,513	,000 ^b
	Residual	34,107	11	3,101		
	Total	110,112	12			
a. Dependent Variable: συμ_Εργ						
b. Predictors: (Constant), ΦΠΑ						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,534	6,419		-1,797	,001
	ΦΠΑ	4,359	,880	,831	4,951	,000

7. Συμπεράσματα

Η τουριστική βιομηχανία γνώρισε δραματική ανάπτυξη σε πολλά μέρη του κόσμου τα τελευταία χρόνια, αλλά παρά την αυξανόμενη κατανόηση ότι συχνά προκαλεί δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις στους προορισμούς, πολύ συχνά η έμφαση εξακολουθεί να δίνεται στην επέκταση του όγκου των επισκεπτών παρά στην προστιθέμενη αξία για τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτός ο κανόνας φαίνεται να επιβεβαιώνεται και στην περίπτωση της Ελλάδας, η οποία είδε τα τελευταία είκοσι χρόνια σχεδόν να τριπλασιάζεται η τουριστική της κίνηση στους χώρους προορισμού της, χωρίς ωστόσο, ανάλογη αύξηση των μεγεθών οικονομικής ανάπτυξης που συνδέονται με τον τουρισμό.

Είναι χαρακτηριστικό ότι η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία (αν και αδιαμφισβήτητη, καθώς αποτελεί ίσως την σημαντικότερη συνιστώσα της) αυξήθηκε μόλις κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες από το 2000 μέχρι το 2019, ενώ η αύξηση στην απασχόληση στον τουρισμό ήταν ακόμη μικρότερη, καθώς ήταν οριακή στις 2 ποσοστιαίες μονάδες. Αντίστοιχα, παρατηρήθηκε μια εντυπωσιακή μείωση της κατά κεφαλήν δαπάνης των τουριστών, η οποία άγγιξε το 60%. Αυτά τα στοιχεία δείχνουν ενδιαφέροντα πράγματα σε δεύτερο επίπεδο ανάλυσης, σχετικά με το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας. Πολλά από αυτά δεν αποτέλεσαν αντικείμενο της παρούσας εργασίας, η οποία επικεντρώθηκε στην μελέτη της σχέσης της φορολογίας και του τουριστικού προϊόντος.

Εάν μελετήσει κανείς τα δεδομένα, σε πολλές χώρες που ασχολούνται συστηματικά με τον τουρισμό, αυξάνονται οι φόροι στις υπηρεσίες που συνδέονται με αυτόν. Σε αυτό το πλαίσιο και η Ελλάδα, η οποία ωστόσο ειδικά τα τελευταία χρόνια βίωσε μια από τις σημαντικότερες οικονομικές κρίσεις στην ιστορία της, αύξησε σε σημαντικό βαθμό πολλούς φόρους, ενώ παρατηρήθηκε και η εισαγωγή νέων φόρων.

Είναι χαρακτηριστικό, με βάση τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, ότι τα έσοδα από όλες τις κατηγορίες φόρων που παρουσιάστηκαν, σημείωσαν αύξηση η οποία κυμάνθηκε από 20 μέχρι 35%, όταν μετρήθηκαν ως ποσοστό του ΑΕΠ για κάθε έτος. Βέβαια, θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι αυτή η αύξηση ίσως υπερτιμάται για την περίοδο ειδικά μεταξύ του 2010

και του 2014, καθώς ειδικά αυτά τα έτη σημειώθηκε μια εντυπωσιακή μείωση του ΑΕΠ της χώρας, η οποία σωρευτικά προσέγγισε το 25%.

Σε κάθε όμως περίπτωση, αυτό δεν εξαφανίζει, αν και μετριάζει κάπως την τάση αύξησης των φορολογικών εσόδων, η οποία επιτεύχθηκε κυρίως μέσα από την αύξηση του φορολογικού συντελεστή και όχι τόσο εξαιτίας της μεγέθυνσης της φορολογικής βάσης, κάτι που προκύπτει και από την μελέτη της διαχρονικής εξέλιξης της πορείας των φορολογικών συντελεστών στο σύνολο της εργασίας και της κατανάλωσης. Είναι χαρακτηριστικό ότι η αύξηση αυτή είναι της τάξης του 17% στην εργασία και του 23% στην κατανάλωση την περίοδο από το 2006 μέχρι και το 2018. Τα αντίστοιχα ποσοστά στην αύξηση των εσόδων από τους φόρους στην εργασία την ίδια περίοδο είναι 23,6% και στην κατανάλωση 31,6%.

Τέλος, αναφορικά με τα αποτελέσματα της συσχέτισης των φορολογικών μεγεθών και των μεγεθών του τουρισμού, θα πρέπει να σημειωθεί ότι παρατηρήθηκε μια στατιστικά σημαντική συσχέτιση των περισσότερων φορολογικών μεγεθών με τα περισσότερα στοιχεία του τουρισμού. Αναλυτικότερα, παρατηρήθηκε με θετική συσχέτιση ανάμεσα στον ΦΠΑ, των φόρων κατανάλωσης, των φόρων εργασίας και των φόρων στο κεφάλαιο, αλλά και των φορολογικών συντελεστών στην εργασία και την κατανάλωση, με τις περισσότερες πτυχές του τουριστικού προϊόντος και αναλυτικότερα, με το ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ, με την συμμετοχή του στην εργασία, με τα έσοδα και με τις αφίξεις.

Αρχικά θα πρέπει να σημειωθεί ότι αρκετά από τα φορολογικά μεγέθη, όπως για παράδειγμα ο Φπα και ο φόρος στην κατανάλωση περιλαμβάνουν το ένα στο άλλο, με αποτέλεσμα να φαίνεται αυτή η παρόμοια πορεία τους. Επίσης, καθώς μελετώνται δεδομένα από την ίδια χρονιά, η συσχέτιση δείχνει μόνο την πορεία των μεγεθών που στις περιπτώσεις αυτές είναι προς την ίδια κατεύθυνση. Ίσως σε μια μελλοντική έρευνα, η αναλυτικότερη μελέτη της επίδρασης του χρόνου θα ήταν σε θέση να ανακαλύψει μεγαλύτερες λεπτομέρειες σχετικά με την πορεία της σχέσης. Ωστόσο, η εφαρμογή ενός μοντέλου μερικής ή γενικής ισορροπίας ξεπερνούσε τις δυνατότητες του γράφοντος και ίσως αυτό να αποτελεί και τον μεγαλύτερο περιορισμό της εν λόγω έρευνας.

Ωστόσο, από τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, αυτό που αναφέρεται στην αρνητική συσχέτιση των φορολογικών εσόδων και της κατά κεφαλήν δαπάνης των τουριστών είναι δυνατόν να σημειωθεί και στην έρευνα των Deloitte & Touche (1998), η οποία αφενός έδειξε ότι η υψηλότερη φορολογική επιβάρυνση μειώνει τα έσοδα για τα ξενοδοχεία και το τουρισμό, ενώ η αύξηση ή μείωση του φορολογικού συντελεστή επηρεάζει σημαντικά τις αποφάσεις των τουριστών σχετικά με τον προορισμό ενός ταξιδιού και τον τρόπο και τα μέσα διαμονής τους. Ωστόσο σε γενικές γραμμές, τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας τείνουν να συμφωνούν με το συμπέρασμα των Bonham et al., (1992), σύμφωνα με τα οποία ο αντίκτυπος των τουριστικών φόρων είναι ασήμαντος στη ζήτηση.

Σε κάθε περίπτωση, η μελέτη της επίδρασης των φόρων στο τουριστικό προϊόν αποτελεί ένα ιδιαίτερα απαιτητικό ερευνητικό πεδίο, στο οποίο μόνο σύνθετες οικονομετρικές προσεγγίσεις είναι δυνατόν να αποφέρουν κάποιο σχετικά απτό αποτέλεσμα, το οποίο, ωστόσο, όπως έδειξε και η εκτεταμένη βιβλιογραφική επισκόπηση που έλαβε χώρα στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, δεν είναι τελικά, καθώς υπάρχουν αρκετές αντικρουόμενες απόψεις. Αυτό βέβαια καθιστά το θέμα ειδικό για περαιτέρω αναλύσεις και εμβάθυνση.

Βιβλιογραφία

- Aguilo, E., Riera, A., Rosselló, J. (2005). The Short-Term Price Effect of a Tourist Tax through a Dynamic Demand Model: The Case of the Balearic Islands. *Tourism Management*. 26: 359–365.
- Anderson, W. (2009). Promoting ecotourism through networks: Case studies from the Balearic Islands. *Journal of Ecotourism*. 8:51-69.
- Arnold, M., Brys, B., Heady, C., Johansson, A., Vartia, L. (2008). Tax Policy for Economic Recovery and Growth. Available at: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/50575/1/619013052.pdf>. [29/11/2020].
- Barrios, S., Huizinga, H., Laeven, L., Nicodeme, G. (2012). International taxation and multinational firm location decisions. *Journal of Public Economics*. 96(11/12):946-958.
- Bird, R. (1992). Taxing tourism in developing countries. *World Development*. 20: 1145-1158.
- Bird, R., JMartinez-Vazquez, J., Torgler, B. (2006). Societal Institutions and Tax Effort in Developing Countries. In: J., Alm, J., Martinez-Vazquez, M., Rider (eds.). *The Challenges of Tax Reform in a Global Economy*. New York: Springe.
- Blake, A. (2000). The Economic Effects of Tourism in Spain. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.5367/000000009789036576>. [15/12/2020].
- Bonham, C., Fujii, E., Im, E., Mak, J. (1992). The Impact of Hotel Room Tax: An Interrupted Time Series Approach. *National Tax Journal*. 45:433–442.
- Camilleri, A. (2018). *The Tourism Industry: An Overview*. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (pp. 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Chen, L., Devereux, J. (1999). Tourism and Welfare in Sub-Saharan Africa: A Theoretical Analysis. *Journal of African Economies*. (8):209-227.

Clarke, H., NG, Y. (1993). Tourism, economic welfare and efficient pricing. *Annals of Tourism Research*. 20: 613-632.

Copeland, R. (1991). Tourism, Welfare and De-industrialization in a Small Open Economy. *Economica*. 58:515-529.

Copenhagen Economics. (2007). Study on reduced VAT applied to the goods and services in the Member States of the European Union. Available at: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/gen_info/economic_analysis/tax_papers/taxation_paper_13_en.pdf. [19/12/2020].

Council of the European Union. (2020). Tax Policies in the European Union: 2020 Survey. Available at: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/tax-good-governance/european-semester/tax-policies-european-union-survey_en. [23/11/2020].

Craigwell, R. (2007). Tourism competitiveness in Small Island Developing States. Available at: <https://ideas.repec.org/p/unu/wpaper/rp2007-19.html>. [8/12/2020].

Crouch, G. (1994). Price Elasticities in International Tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 17(3): 643-664.

Cut Tourism VAT. (2012). The Impact of Reduced VAT Rates on British Visitor Accommodation, Attractions and the Wider Economy. Available at: <http://www.cuttourismvat.co.uk/wp-content/uploads/2013/08/Cut-Tourism-VAT-HMT-discussion-SUMMARY-report-04dec12.pdf>. [14/12/2020].

Deloitte & Touche (1998). The economic effects of changing VAT rates on the British tourism and leisure industry. British Tourist Authority, London

Deloitte. (2013). Analysis of the Impact of the VAT Reduction on Irish Tourism & Tourism Employment. Available at: <http://www.failteireland.ie/FailteIreland/files/44/448f3a52-cc33-4e21-9793-4d82fbe4725c.pdf>. [4/12/2020]

Devereux, M. (2007). The Impact of Taxation on the Location of Capital, Firms and Profit: a Survey of Empirical Evidence. Available at: <https://ideas.repec.org/p/btx/wpaper/0702.html>. [28/11/2020].

Dwyer, L., Forsyth, P., Rao, P. (2000). Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations. Available at: https://www.researchgate.net/publication/263218239_The_Price_Competitiveness_of_Travel_and_Tourism_A_Comparison_of_19_Destinations. [17/12/2020].

Ernst, F., Young, R. (2013). The Hospitality Sector in Europe: An assessment of the economic contribution of the hospitality sector across 31 countries. Available at: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_Hospitality_Sector_in_Europe/\\$FILE/EY_The_Hospitality_Sector_in_Europe.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_Hospitality_Sector_in_Europe/$FILE/EY_The_Hospitality_Sector_in_Europe.pdf). [4/12/2020].

European Commission. (2017). VAT rates applied in Member States of the European Union. Available at: http://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf. [15/12/2020].

European Commission. (2020). Taxation Trends in the European Union. Data for the EU Member States, Iceland and Norway. Available at: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/taxation_trends_report_2020.pdf. [15/11/2020].

Eurostat. (2013). Tourism Satellite Accounts in Europe. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-working-papers/-/KS-TC-13-006>. [2/12/2020].

Forsyth, P., Dwyer, L. (2002). Market Power and the Taxation of Domestic and International Tourism. *Tourism Economics*. 8(4):377-399.

Forsyth, P., Dwyer, L. (2002). Market Power and the Taxation of Domestic and International Tourism. *Tourism Economics*. 8:377-399.

Fujii, E., Khaled, M., Mak, J. (1985). The exportability of hotel occupancy and other tourist taxes. *National Tax Journal*. 38:169-177.

- George, R. (2004). *Marketing South African Tourism and Hospitality*. Oxford:Oxford University Press.
- Gooroochurn, N., Sinclair, T. (2003). The welfare effects of tourism taxation. Discussion Paper 2003/2, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Nottingham University.
- Gooroochurn, N., Sinclair, T. (2005). Economics of tourism taxation: Evidence from Mauritius. *Annals of Tourism Research*. 32:478-498.
- Gooroochurn, N., Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*. 11(1):45-56.
- Green, H., Hunter, C., Moore, B. (1990). Application of the Delphi technique in tourism. *Annals of Tourism Research*. 17:270-279.
- Green, H., Hunter, C., Moore, B. (1990). Assessing the environmental impact of tourism development. *Tourism Management*. 11:111-120.
- Heady, C. (2004) Taxation Policy in Low-income Countries. In: T., Addison and A., Roe, (eds.) *Fiscal Policy for Development: Poverty, Reconstruction and Growth*. London: Palgrave.
- Hicks, R. (1932). Marginal productivity and the principle of variation. *Economica*. 35:79-88.
- Hiemstra, S., Ismail, J. (1993). Incidence of the Impacts of Room Taxes on Lodging Industry. *Journal of Travel Research*. 31:22–26.
- Holloway, C. (2004). *Marketing for Tourism*. New York: Prentice Hall.
- Ihalanayake, R. (2011). Economic Effects of Tourism Tax Changes in Australia: Empirical Evidence from a Computable General Equilibrium Model. *Tourism Economics*. 18(1):181-202.
- Jensen, C., Wanhill, S. (2002). Tourism's Taxing Times: Value Added Tax in Europe and Denmark. *Tourism Management*. 23:67-79.

Kozak, M., Martin,, D. (2012). Tourism Life Cycle and Sustainability Analysis: Profit-Focused Strategies for Mature Destinations. *Tourism Management*. 33: 188–194.

Les Echos. (2015). La Baisse de TVA dans le restauration jugée couetuce et peu effiace. Available at: https://www.lesechos.fr/16/12/2015/lesechos.fr/021562953760_la-baisse-de-tva-dans-la-restauration-jugee-couteuse-et-peu-efficace.htm. [13/12/2020].

Litvin, S., Crofts, J., Blackwell, C., Styles, A. (2006). Expenditures of Accommodations Tax Revenue: A South Carolina Study. *Journal of Travel Research*. 45:150–157.

March, G., Woodside, G. (2005). *Tourism Behavior: Travelers' Decisions and Actions*. Cambridge: CABI Publishing.

Masberg, A. (1998). Defining the tourist: Is it possible? A view from the Convention and Visitors Bureau. *Journal of Travel Research*. 37: 67–70.

McAler, M., Shareef, R., Da Veiga, B. (2005). Risk management of daily tourist tax revenues for the Maldives. Available at: https://www.feem.it/m/publications_pages/NDL2005-137.pdf. [15/12/2020].

Nevin, K., Wason, W., Deloitte. (2011). Tourism Sector VAT analysis: A Report on the Impact of Reduced VAT Rates on British Visitor Accommodation, Attractions and the Wider Economy. Available at: <http://docplayer.net/43868500-Tourism-sector-vat-analysis.html>. [16/12/2020].

OECD. (2020). Tourism Trends and Policies 2020. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>. [25/11/2020].

Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integral Marketing Communication Approach*. Amsterdam: Butterworth- Heinemann.

Prideaux, B. (2005). Factors affecting bilateral tourism flows. *Annals of Tourism Research*. 32(3):780–801.

PwC. (2017). Tax summaries, Cyprus. Available at: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Cyprus-Corporate-Income-determination>. [7/12/2020].

PwC. (2017). Tax summaries, France, 2017, Available at: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/France-Corporate-Taxes-on-corporate-income>. [8/12/2020].

PwC. (2020). Personal income tax (PIT) rates. Available at: <https://taxsummaries.pwc.com/quick-charts/personal-income-tax-pit-rates>. [6/12/2020].

PwC. (2020). Taxes on Corporate - Other taxes. Available at: <https://taxsummaries.pwc.com/corporate/other-taxes>. [7/12/2020].

PwC. (2020). Taxes on Corporate Income. Available at: <https://taxsummaries.pwc.com/quick-charts/corporate-income-tax-cit-rates>. [5/12/2020].

Ritchie, J., Crouch, G. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. *Tourism Management*. 21(1):1-7.

Saayman, M. (2006). *Marketing Tourism Products and Destinations: Getting Back To Basics*. Potchefstroom: Leisure C Publications.

Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society*. New York: Routledge.

Smith, S. (1999). How far is far enough? Operationalizing the concept of “usual environment” in tourism definitions. *Tourism Analysis*. 4:137–143.

Tridimas, G., Winer, S. (2004). The Political Economy of Government Size. *European Journal of Political Economy*. 21(3): 643-666.

United Nations Conference on Trade and Development. (2020). Covid Response. Assessing the economic consequences. Available at: <https://unctad.org/programme/covid-19-response>. [19/11/2020].

United Nations world tourism Organization. (1994). *Recommendations on tourism statistics*. New York: United Nations Department for Economic and Social Information and Policy Analysis.

United Nations world tourism Organization. (2008). International recommendations for tourism statistics 2008. Available at: [statistics.unwto.org](https://www.unwto.org/statistics). [15/11/2020].

UNWTO, 2020. 100% of Global Destinations Now Have COVID-19 Travel Restrictions, UNWTO Reports. Available at: <https://www.unwto.org/news/covid-19-travel-restrictions>. [22/11/2020].

Valle, P., Pintassilgo, P., Matias, A., André, F. (2012). Tourist Attitudes towards an Accommodation Tax Earmarked for Environmental Protection: A Survey in the Algarve. *Tourism Management*. 33: 1408–1416.

Varela, M. (2011). Taxation of tourism activities: Evidence from Portugal. Available at: <https://ideas.repec.org/p/ekd/002625/3048.html>. [1/12/2020].

Venkatesh, U. (2006). Leisure: Meaning and Impact On Leisure Travel Behavior. *Journal of Services Research*. 6(1):87-108.

Wilson, S., Fesenmaier, D., Fesenmaier, J., Van Es, J. (2001). Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*. 40: 132–38.

World Economic Forum. (2017) Ranking, 2017, Available at: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/ranking/#series=TTGOVEXP>. [16/12/2020].

World Tourism Organization. (1998). *Tourism Taxation: Striking a Fair Deal*. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284402489>. [14/12/2020].

World Tourism Organization. (2016). International tourism trends in EU-28 member states – Current situation and forecast for 2020-2025-2030. Available at: http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8828&lang=en. [3/12/2020].

World Travel and Tourism Council, 2017c

World Travel and Tourism Council. (2016). Travel & Tourism: Economic Impact 2016- European Union LCU. Available at: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions%202016/europeanunionlcu2016.pdf>. [12/12/2020].

World Travel and Tourism Council. (2017). Country Reports. Available at: <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/countryreports/#undefined>. [1/12/2020].

WTTC Taxation Policy Task Force Case Studies. (2004). Principles of Intelligent Taxation. Available at: traveltax.msu.edu/taskforce/case3_principals.htm. [1/12/2020].

Παράρτημα

Πίνακας 25. Η διαχρονική συμμετοχή του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ για την περίοδο 2000- 2019.

Έτος	Συμμετοχή στο ΑΕΠ
2000	16,6
2001	17,1
2002	16,5
2003	16,3
2004	17,6
2005	17,8
2006	17,5
2007	16,8
2008	15,9
2009	16,0
2010	15,8
2011	16,4
2012	16,3
2013	17,3
2014	17,2
2015	18,5
2016	18,6
2017	27,3
2018	30
2019	20,8
Μέση τιμή	18,23%

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2020.

Πίνακας 26. Η διαχρονική συμμετοχή του ελληνικού τουρισμού στην Απασχόληση για την περίοδο 2004- 2019.

Έτος	Συμμετοχή στην Απασχόληση
2000	19,2
2001	19,4
2002	19
2003	18,1
2004	18,2
2005	19,5
2006	19,8
2007	19,4
2008	18,7
2009	17,7
2010	17,8
2011	17,6
2012	18,3
2013	18,2
2014	17,3
2015	23,1
2016	23,4
2017	24,8
2018	25,9
2019	21,7
<i>Μέση τιμή</i>	<i>19.86%</i>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2020.

Πίνακας 27. Η διαχρονική συνολική απασχόληση στον ελληνικό τουρισμό για την περίοδο 2004- 2019.

Έτος	Συνολική Απασχόληση σε χιλιάδες
2000	788
2001	796
2002	796
2003	776
2004	785
2005	855
2006	885
2007	878
2008	854
2009	798
2010	786
2011	720
2012	688
2013	657
2014	699
2015	821
2016	860
2017	934
2018	988
2019	946
<i>Μέση τιμή</i>	<i>815.881</i>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2020.

Πίνακας 28. Τα διαχρονικά συνολικά έσοδα από τον ελληνικό τουρισμό για την περίοδο 2004- 2019.

Έτος	Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό (σε δις. ευρώ)
2000	10,1
2001	10,6
2002	10,3
2003	9,5
2004	10,4
2005	10,7
2006	11,4
2007	11,3
2008	11,6
2009	10,4
2010	9,6
2011	10,5
2012	10,1
2013	11,7
2014	13,0
2015	13,6
2016	12,7
2017	14,2
2018	15,6
2019	17,7
<i>Μέση τιμή</i>	<i>11.75</i>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2020.

Πίνακας 29. Η διαχρονική εξέλιξη των αφίξεων των μη κατοίκων για την περίοδο 2004- 2019.

Έτος	Αφίξεις μη κατοίκων (σε εκατομμύρια ευρώ)
<i>2000</i>	12,4
<i>2001</i>	13
<i>2002</i>	12,6
<i>2003</i>	12,5
<i>2004</i>	11,7
<i>2005</i>	14,4
<i>2006</i>	15,2
<i>2007</i>	16,2
<i>2008</i>	15,9
<i>2009</i>	14,9
<i>2010</i>	15,0
<i>2011</i>	16,4
<i>2012</i>	15,5
<i>2013</i>	17,9
<i>2014</i>	22,0
<i>2015</i>	23,6
<i>2016</i>	24,7
<i>2017</i>	27,2
<i>2018</i>	30,1
<i>2019</i>	31,3
<i>Μέση τιμή</i>	<i>18.13</i>

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2020.

Πίνακας 30. Η διαχρονική εξέλιξη της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης για την περίοδο 2004- 2019.

Έτος	Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη (σε ευρώ)
-------------	---

<i>2000</i>	813
<i>2001</i>	814
<i>2002</i>	819
<i>2003</i>	762
<i>2004</i>	882
<i>2005</i>	746
<i>2006</i>	745
<i>2007</i>	700
<i>2008</i>	730
<i>2009</i>	697
<i>2010</i>	640
<i>2011</i>	639
<i>2012</i>	646
<i>2013</i>	653
<i>2014</i>	590
<i>2015</i>	580
<i>2016</i>	514
<i>2017</i>	522
<i>2018</i>	520
<i>2019</i>	564
<i>Μέση τιμή</i>	678.8

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2020.