



Πάντειο Πανεπιστήμιο

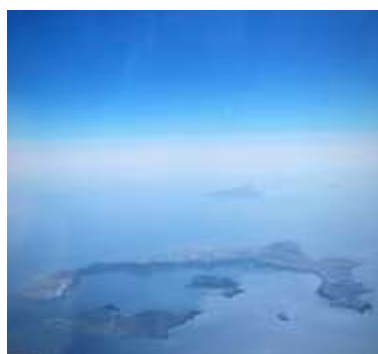
Τμήμα Οικονομικής & Περιφερειακής Ανάπτυξης

ΠΜΣ Εφαρμοσμένων Οικονομικών &
Περιφερειακής Ανάπτυξης

Κατεύθυνση: Αστικής & Περιφερειακής Ανάπτυξης

Ειδίκευση: Οικονομικά της Αγοράς Ακινήτων

Η Χωρική Εγκατάσταση των Ξενοδοχείων
ως Προσδιοριστικός Παράγοντας
της Οικονομικής Αποδοτικότητας του Κλάδου



Αθήνα, 2021

Ευστάθιος Κανσίζογλου (ΑΜ: 0818Μ064)

Επιβλέπων Καθηγητής

Αναστάσιος Καραγάνης

Επίκουρος Καθηγητής του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του
Παντείου Πανεπιστημίου και Διευθυντής Τομέα Περιφερειακής Ανάπτυξης

Εξεταστική Επιτροπή

Αντώνιος Ροβολής

Καθηγητής του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου
Πανεπιστημίου και Διευθυντής Π.Μ.Σ. του Τμήματος

Άγγελος Μιμής

Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του
Παντείου Πανεπιστημίου

Copyright ©, **Ευστάθιος Κανσίζογλου, Σεπτέμβριος 2021**

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα.

Οι απόψεις και θέσεις που περιέχονται σε αυτήν την εργασία εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Παντείου Πανεπιστημίου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η προσέγγιση του θέματος της οικονομικής αποδοτικότητας των ξενοδοχείων σε σχέση με τον τόπο εγκατάστασής τους. Κάνοντας την αντίστροφη ανάγνωση της παραπάνω σχέσης μπορούμε να πούμε ότι επιχειρείται να εξεταστεί το ζήτημα θέματος της επιλογής τόπου εγκατάστασης για τα ξενοδοχεία με κριτήριο τα αποτελέσματά τους.

Αλλά σε ποια ακριβώς αποδοτικότητα αναφερόμαστε; Στη βιβλιογραφία, συνήθως η εν λόγω αναφορά εμπεριέχει αποκλειστικά την οικονομική διάσταση των αποτελεσμάτων. Αντίθετα, εμείς θα επιχειρήσουμε να συνεκτιμήσουμε παραμέτρους που συνδέονται με τα περιβαλλοντικά οικονομικά, την κοινωνική οικονομία και τους παράγοντες ESG, δηλαδή παράγοντες που σχετίζονται με το περιβάλλον, την κοινωνία και την εταιρική διακυβέρνηση. Αποτελεί ένα θέμα τόσο ενδιαφέρον όσο και επίκαιρο, σε μια εποχή που επιχειρείται να επανακαθοριστούν οι στόχοι και οι προτεραιότητες στον κόσμο της επιχειρηματικότητας, για ένα μέλλον φιλικότερο προς το περιβάλλον αλλά και τον άνθρωπο.

Η ανάλυσή μας βασίζεται στην κατασκευή ενός γεωγραφικά σταθμισμένου οικονομετρικού μοντέλου (Μοντέλο Χωρικής Υστέρησης) και στη χωρική ανάλυση μέσω διαγραμμάτων του προγράμματος GeoDa. Για λόγους απλούστευσης και εξασφάλισης επάρκειας δεδομένων για το μοντέλο μας, θα κινηθούμε στη λογική της μελέτης περίπτωσης εστιάζοντας στο νησί της Σαντορίνης.

Εξαρχής αποτέλεσε ένα εγχείρημα με εγγενείς δυσκολίες και προκλήσεις, καθώς δεν υπάρχουν πολλές ανάλογες μελέτες. Είναι σαφές πως υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης, αλλά παράλληλα εξήχθησαν και κάποια ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Ο σκοπός που θα μπορούσε να επιτελέσει η παρούσα εργασία, λοιπόν, είναι να αποτελέσει πηγή προβληματισμού για μελλοντικούς ερευνητές και ενδεχομένως, το έναυσμα για προσεχείς μελέτες με ανάλογες επιδιώξεις.

Λέξεις Κλειδιά: Βιωσιμότητα (Επενδύσεων), Βιώσιμος Τουρισμός, Οικονομική του Περιβάλλοντος, Κοινωνική Οικονομική, Παράγοντες ESG, Επιλογή Τόπου Εγκατάστασης, Χωρική Οικονομετρία, Μοντέλο Χωρικής Υστέρησης, Χωρική Ανάλυση, Πρόγραμμα GeoDa

ABSTRACT

The aim of this master thesis is to approach the issue of economic efficiency of hotels in relation to their location. Reading the above relation conversely, we could say that it is an attempt to approach the issue of choosing hotel location based on their results.

But which results do we refer to? In the literature, this reference usually contains only the economic dimension of the results. Instead of that, we will try to take into account parameters related to environmental economics, socio-economics and ESG factors - that is factors related to the environment, society and governance. It is a topic that is both interesting and topical, at a time when attempts are being made to redefine goals and priorities in the world of entrepreneurship for an environmentally friendly and human-friendly future.

Our analysis is based on the construction of a geographically weighted econometric model (Spatial Lag Model) and on the spatial analysis through diagrams of the GeoDa program. For the sake of simplification and in order to ensure data adequacy for our model, we will proceed with the case study method of research, focusing on the island of Santorini.

From the beginning, it was a project with inherent difficulties and challenges as there are not many similar studies like this one. It is clear that there is room for improvement, but at the same time some interesting conclusions were drawn. Therefore, the purpose that this work could serve is to be a source of reflection for future researchers and, hopefully, the trigger for future studies with similar aspirations.

Key Words: Sustainable Finance and Investment, Sustainable Tourism, Green/Environmental Economics, Social/Socio-Economics, ESG Factors, Hotel Location, Spatial Econometrics, Spatial Lag Model, Spatial Analysis, GeoDa

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Θα ήθελα να αφιερώσω το παρόν έργο στους γονείς μου Παναγιώτη και Ελένη, στα αδέρφια μου Γιάννη, Βαγγέλη και Άννα, αλλά και στη Σεμέλη, που με υπομονή και αγάπη εκφράζουν τη στήριξή τους σε κάθε μου βήμα.

“ Προς τ’ άστρα έλκεται ο θνητός

Εκεί μετρά το βήμα

Μ’ αφήνει τη φωλιά του ευκαιρώς

Τη γης ψηφά σα κτήμα

Να υποθηκεύει μέγα κρίμα

Τη μέλλουσα σπορά ο γονιός

Προς τ’ άστρα έλκεται ο θνητός ”

✧ B.K. ✧

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	ii
Abstract.....	iii
Αφιέρωση.....	iv
Ευρετήριο Σχεδιαγραμμάτων	vii
Ευρετήριο Εικόνων.....	viii
Ευρετήριο Συντομογραφιών.....	xi
Ευχαριστίες.....	xii
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΩΤΗ: Σκοπός & Σπουδαιότητα Διπλωματικής Εργασίας	1
Κεφάλαιο 1ο : Αντικείμενο & Στόχος της Διπλωματικής Εργασίας.....	1
ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΕΥΤΕΡΗ : Βιβλιογραφική Επισκόπηση.....	3
Κεφάλαιο 2ο : Γενικές Πληροφορίες για τον Τουρισμό	3
2.1 Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού.....	3
2.1.1 Ορισμός του Τουρισμού	3
2.1.2 Βασικές Μορφές Τουρισμού	8
2.1.3 Τουριστικά Κίνητρα.....	11
2.1.4 Είδη - Κατηγορίες του Τουρισμού Ανάλογα με τον Σκοπό	14
2.2 Τουριστικό Προϊόν	17
2.2.1 Ιδιαιτερότητες του Τουριστικού Προϊόντος.....	17
2.2.2 Το Τουριστικό Προϊόν και τι Περιλαμβάνει	19
2.3 Διαμονή - Ξενοδοχειακός Τομέας.....	23
Κεφάλαιο 3ο : Στατιστικά Στοιχεία.....	27
3.1 Παγκοσμίως	27
3.2 Ελλάδα	30
3.3 Μελέτη Περίπτωσης: Σαντορίνη-Περιφέρεια Ν. Αιγαίου	40
Κεφάλαιο 4ο : Επιπτώσεις Τουριστικής Δραστηριότητας	46
4.1 Οι Διαστάσεις των Επιπτώσεων του Τουρισμού	46
4.1.1 Επιπτώσεις στον Οικονομικό τομέα	47
4.1.2 Επιπτώσεις στον Κοινωνικό τομέα	48

4.1.3	Επιπτώσεις στο Περιβάλλον.....	50
4.2	Αιτίες Αρνητικών Επιπτώσεων του Τουρισμού	51
4.2.1	Ανάλυση Αρνητικών Επιπτώσεων του Τουρισμού	51
4.2.2	Αιτίες Εντάσεως των Αρνητικών Επιπτώσεων του Τουρισμού	55
4.2.3	Τουριστική Φέρουσα Ικανότητα	58
Κεφάλαιο 5° : Η Βιώσιμη Ανάπτυξη στον Τομέα του Τουρισμού.....		63
5.1	Τουρισμός και Βιωσιμότητα.....	63
5.2	Μαζικός και Ειδικές Μορφές Τουρισμού	64
5.3	Εναλλακτικός Τουρισμός και οι Κυριότερες Μορφές του.....	67
Κεφάλαιο 6° : Χωρική Εγκατάσταση και Οικονομική Αποδοτικότητα.....		72
Κεφάλαιο 7° : Σύγχρονες Τάσεις του Τουρισμού.....		75
ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΡΙΤΗ : Μέθοδος και Εργαλεία		79
Κεφάλαιο 8° : Χωρική Οικονομετρία		79
ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΕΤΑΡΤΗ : Ευρήματα.....		90
Κεφάλαιο 9° : Οικονομετρική Ανάλυση		90
9.1	Εκτίμηση Οικονομετρικού Υποδείγματος και Ελεγχος.....	90
9.2	Οικονομετρική Ανάλυση μέσω Διαγραμμάτων του GeoDa	105
ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΜΠΤΗ : Συζήτηση		111
Κεφάλαιο 10° : Συμπεράσματα Οικονομετρικής Ανάλυσης.....		111
Βιβλιογραφία		118

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1: Κατηγοριοποίηση των Ορισμών του Τουρισμού	6
Σχεδιάγραμμα 2: Κατηγοριοποίηση του Τουρισμού Βάσει του Τόπου Προέλευσης των Τουριστών και του Τόπου Προορισμού	9
Σχεδιάγραμμα 3: Ταξινόμηση των Τουριστικών Ταξιδιών Ανάλογα με τον Κύριο Σκοπό τους	14
Σχεδιάγραμμα 4: Συστατικά του Τουριστικού Προϊόντος	19
Σχεδιάγραμμα 5: Το Τουριστικό Σύνθετο	23
Σχεδιάγραμμα 6: Βαθμολογία και Κατάταξη της Ελλάδας σύμφωνα με τον TTCI	39
Σχεδιάγραμμα 7 : Τύποι τουριστών σύμφωνα με τον Smith (1978)	60
Σχεδιάγραμμα 8: Οι Κυριότερες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού	67

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Σύσταση του Δείκτη TTCI (2019)	28
Εικόνα 2: Κατάσταση της Παγκόσμιας Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (TTCI 2019)	28
Εικόνα 3: Top10 Χωρών βάσει της Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας Παγκοσμίως (TTCI 2019).	29
Εικόνα 4: Top10 των πιο Βελτιωμένων Χωρών (TTCI 2017-2019)	29
Εικόνα 5: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (2019)	30
Εικόνα 6: Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας (2017-2018)	32
Εικόνα 7: Τουριστικές Αφίξεις στην Ελλάδα (2017-2018)	32
Εικόνα 8: Κατανομή Εσόδων από τον Εισερχόμενο Τουρισμό στην Ελλάδα (2018)	33
Εικόνα 9: Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχειακών Δωματίων ανά Περιφέρεια (2018)	33
Εικόνα 10: Ποσοστιαία Κατανομή των Αφίξεων σε Ξενοδοχειακά Καταλύματα ανά Περιφέρεια (2018)	34
Εικόνα 11: Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ των Περιφερειών της Ελλάδας (2018)	35
Εικόνα 12: Εποχικότητα Τουρισμού στην Ελλάδα (2017-2018)	35
Εικόνα 13: Εξέλιξη των Ξενοδοχειακών Δωματίων στο Σύνολο της Ελλάδας 2010-2018, (έτος βάσης: 2010 = 100)	36
Εικόνα 14: Κατανομή Ξενοδοχειακών Μονάδων Δωματίων και Κλινών ανά Κατηγορία Αστεριών στην Ελλάδα (2018)	37
Εικόνα 15: Ετήσιες Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις & Εισπράξεις στην Ελλάδα (2005 - 2019)	37
Εικόνα 16: ΜΚΔ, ΜΔΔ & ΜΔΠ Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα (2005 - 2019)	38
Εικόνα 17: Επισκόπηση της Επίδοσης της Ελλάδας (TTCI 2019)	39
Εικόνα 18: Επίδοση της Ελλάδας σε Σχέση με τις Άμεσες Ανταγωνίστριες Χώρες (TTCI 2019)	40
Εικόνα 19: Γεωγραφική Αποτύπωση Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου	41
Εικόνα 20: Μονάδες, Δωμάτια και Κλίνες ανά 1.000 Κατοίκους (2019)	42
Εικόνα 21: Μονάδες, Δωμάτια και Κλίνες ανά 1.000 τ. χλμ. (2019)	42
Εικόνα 22: Επισκέψεις, Διανυκτερεύσεις και Έσοδα ανά Κάτοικο (2019)	43
Εικόνα 23: Επισκέψεις, Διανυκτερεύσεις και Έσοδα ανά τ. χλμ. (2019)	43
Εικόνα 24: Μοντέλο του Alonso (Αριστερά) – Προτεινόμενο Προσαρμοσμένο Μοντέλο για Τουριστικούς Προορισμούς (Δεξιά)	54
Εικόνα 25: Κύκλος Ζωής Τουριστικών Προορισμών	62
Εικόνα 26: Μοντέλο του Weaver (Αστικού Τουριστικού Χώρου)	73

Εικόνα 27: Οικονομικό Σύστημα και Περιβάλλον	80
Εικόνα 28: Διάγραμμα Διασποράς για Οικονομίες Κλίμακας	89
Εικόνα 29: Απεικόνιση των Παρατηρήσεων στον Χάρτη (GeoDa).....	90
Εικόνα 30: Αποτελέσματα Απλής Παλινδρόμησης (EBIT/Op. Exp.)	91
Εικόνα 31: Αποτελέσματα Απλής Παλινδρόμησης (EBITDA/Op. Exp.)	92
Εικόνα 32: Απεικόνιση των Γειτονικών Παρατηρήσεων στον Χάρτη (GeoDa)	93
Εικόνα 33: Λεπτομέρειες Γεωγραφικής Στάθμισης (W) - Ιστόγραμμα Συχνοτήτων	93
Εικόνα 34: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBIT/Op. Exp.)	94
Εικόνα 35: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBITDA/Op. Exp.)	95
Εικόνα 36: Απεικόνιση των Γειτονικών Παρατηρήσεων στον Χάρτη (GeoDa)	96
Εικόνα 37: Λεπτομέρειες Γεωγραφικής Στάθμισης (W) - Ιστόγραμμα Συχνοτήτων.....	96
Εικόνα 38: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBIT/Op. Exp.)	97
Εικόνα 39: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBITDA/Op. Exp.)	98
Εικόνα 40: Κατάλοιπα Παλινδρόμησης με Βάση το Κριτήριο Distance	99
Εικόνα 41: Διάρθρωση Όλων των Όρων με το Τετράγωνο των Καταλοίπων	100
Εικόνα 42: Παλινδρόμηση μετά τη Διόρθωση της Ετεροσκεδαστικότητας - Κριτήριο Distance .	101
Εικόνα 43: Κατάλοιπα Παλινδρόμησης με Βάση το Κριτήριο k=4 Neighbors	102
Εικόνα 44: Διάρθρωση Όλων των Όρων με το Τετράγωνο των Καταλοίπων	103
Εικόνα 45: Παλινδρόμηση μετά τη Διόρθωση της Ετεροσκεδαστικότητας - Κριτήριο k=4 Neighbors	104
Εικόνα 46: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων 5άστερων Ξενοδοχείων και Μη	105
Εικόνα 47: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων Εποχικής και Συνεχούς Λειτουργίας	106
Εικόνα 48: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Πισίνα και Χωρίς ..	106
Εικόνα 49: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Jacuzzi και Χωρίς ..	107
Εικόνα 50: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Spa και Χωρίς	107
Εικόνα 51: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Εστιατόριο και Χωρίς	108
Εικόνα 52: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Κουζίνα και Χωρίς	108
Εικόνα 53: Ιστόγραμμα και Θηκόγραμμα των Αποτελεσμάτων (EBIT/Op. Exp.) των Ξενοδοχείων	109

Εικόνα 54: Χάρτης Συγκεντρώσεων των Ξενοδοχείων	109
Εικόνα 55: Χάρτης Απεικόνισης της Ανάλυσης του Τοπικού Δείκτη Στατιστικής Συσχέτισης (Κριτήριο Distance)	110
Εικόνα 56: Χάρτης Απεικόνισης της Ανάλυσης του Τοπικού Δείκτη Στατιστικής Συσχέτισης (Κριτήριο K-Neighbors)	110

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

Οι παρακάτω επεξηγήσεις παρατίθενται για λόγους σαφήνειας, καθώς και για τη διευκόλυνση του αναγνώστη που δεν είναι εξοικειωμένος με τις συντομογραφίες και τους όρους που χρησιμοποιούνται στο σώμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Π.Μ.Σ.	Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
Ο.Η.Ε. – UN	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (United Nations)
Ε.Ο.Τ.	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Ξ.Ε.Ε.	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΜΗ.Τ.Ε.	Μητρώο Τουριστικών Επιχειρήσεων
Ο.Ο.Σ.Α. – OECD	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Organisation for Economic Cooperation and Development)
Π.Ο.Τ. – UNWTO	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization)
ΙΝΣΕΤΕ	Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
UNESCO	Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation)
ΕΕΔΔ	Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια – διαμερίσματα
Α.Ε.Π. – GDP	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Gross Domestic Product)
WACC	Σταθμισμένο Κόστος Κεφαλαίων
IRR	Εσωτερικός Ρυθμός Απόδοσης
NPV (Net Present Value)	Καθαρή Παρούσα Αξία
ROE (Return on Equity)	Απόδοση Ιδίων Κεφαλαίων
ROI (Return on Investment)	Απόδοση Επένδυσης
EBIT	Earnings Before Interest & Tax
EBITDA	Earnings Before Interest, Tax, Depreciation & Amortization
ESG (factors)	Environmental, Social & Governance
GIT – IIT	Group Inclusive Tours
ATH	All-Time High
Α.Π.Ε.	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
Ε.Λ.Π.	Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα
Φ.Π.Α.	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
ΕΝ.Φ.Ι.Α.	Ενιαίος Φόρος Ιδιοκτησίας Ακινήτων

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Καραγάνη Αναστάσιο, χωρίς την καθοδήγηση και την αρωγή του οποίου δεν θα ήταν δυνατό να τελεσφορήσει το εγχείρημα της προσέγγισης του εν λόγω θέματος με τον τρόπο που πραγματοποιείται στην παρούσα μελέτη.

Επιπλέον, ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στον συνάδελφο Ευαγγελίδα Πασχάλη, η διπλωματική εργασία - για το ίδιο Π.Μ.Σ. - του οποίου αποτέλεσε πηγή έμπνευσης και πληροφοριών για περαιτέρω διερεύνηση των θεμάτων της χωρικής ανάλυσης, ενώ ταυτόχρονα παρείχε αποτελέσματα τα οποία ήταν ιδιαίτερα χρήσιμα για αντιπαραβολή, ώστε να εξαχθούν ενδιαφέροντα συμπεράσματα.

Τέλος, θα ήταν παράλειψη να μην ευχαριστήσω τον συνάδελφο Παναγιωτίδη Παναγιώτη, για την ανέλπιστα αλλά και καθοριστική συμβολή του στην ολοκλήρωση αυτού του έργου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο : ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ & ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η εκπόνηση κάθε διπλωματικής εργασίας είναι μία επίπονη και χρονοβόρα διαδικασία που απαιτεί ζήλο, υπομονή κι επιμονή, από την οποία όμως ο συγγραφέας της κομίζει πολλαπλά οφέλη. Ενδεικτικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τον ενστερνισμό του τρόπου μελέτης που απαιτείται, της σύνθεσης δεδομένων και πληροφοριών, όπως επίσης και της δομημένης και σαφούς παρουσίασης ενός έργου, την πολύπλευρη και εμπειριστατωμένη γνώση που αποκτάται επί του αντικειμένου του οποίου άπτεται η έρευνα και τελικά τη δυνατότητα να αποκρυσταλλώσει μια άποψη επ' αυτού.

Συνήθως αποτελεί μια προσπάθεια οργάνωσης και ταξινόμησης της υφιστάμενης γνώσης ή αφού προηγηθεί η μελέτη της προϋπάρχουσας βιβλιογραφίας, επιχειρείται από τον ερευνητή να προσθέσει ένα λιθαράκι στην επιστήμη του, μέσω νέων αποτελεσμάτων ή ερμηνειών που θα προκύψουν έπειτα από την εφαρμογή της μεθοδολογίας στα δεδομένα που έχει επιλέξει. Φυσικά, ανάλογα με τη φύση της κάθε επιστήμης και τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει κάθε θέμα μπορεί να υφίστανται διαφοροποιήσεις.

Η στόχευση του συγκεκριμένου Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, έχοντας ως βάση την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, είναι η αγορά των ακινήτων. Έχοντας ως επίδιωξη την ενασχόληση με το θέμα του τουρισμού, που αποτελεί μια από τις κύριες - αν όχι την κυρίαρχη - επιχειρηματικές δραστηριότητες στη σύγχρονη Ελλάδα, η μελέτη μας επικεντρώνεται στα ξενοδοχεία, την κυριότερη και πιο δημοφιλή επιχειρηματική κατηγορία ακινήτων που σχετίζεται με τον τουρισμό.

Η ανθρωπότητα ασχολήθηκε εντονότερα με τον τουρισμό σχετικά πρόσφατα, γιατί ενώ υφίσταται σαν έννοια από τους αρχαίους χρόνους, δεν ήταν πολλοί εκείνοι που είχαν την ευχέρεια να την υλοποιήσουν. Τα δεδομένα άλλαξαν με την εξέλιξη της τεχνολογίας που βελτίωσε σημαντικά τα μέσα μεταφοράς, γεγονός που κατέστησε τα ταξίδια λιγότερο επικίνδυνα και χρονοβόρα, άρα και πιο προσιτά στον μέσο άνθρωπο. Με τη διόγκωσή του, δηλαδή όχι νωρίτερα από τα μέσα του προηγούμενου αιώνα, το φαινόμενο προσέελκυσε το ενδιαφέρον της ακαδημαϊκής κοινότητας. Σε πρώτη φάση, οι επιστήμονες προσπάθησαν να τον προσδιορίσουν εννοιολογικά και να περιγράψουν τα χαρακτηριστικά του. Αργότερα, παρατηρήθηκε ότι οι περιοχές που αναπτύσσονταν τουριστικά ή γίνονταν σταδιακά πόλοι έλξης για τους τουρίστες, για διαφορετικούς λόγους και με διαφορετικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα η καθεμία, γνώριζαν οικονομική άνθιση. Επομένως, οι μελετητές προσπάθησαν να ερμηνεύσουν αυτό το φαινόμενο και να διερευνήσουν την ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ τουρισμού και οικονομικής ανάπτυξης. Στις μέρες μας, ο τουρισμός γνώρισε την κορύφωσή του ως τάση και δραστηριότητα των ανθρώπων, και μάλιστα βρισκόταν στο απόγειό του κατά το χρόνο συγγραφής του παρόντος έργου, δηλαδή τα έτη 2019-2020, τουλάχιστον μέχρι την εξάπλωση της πανδημίας του Covid-19 και τη λήψη περιοριστικών μέτρων

για τον περιορισμό της εξάπλωσής του. Κατ' αντιστοιχία, η επιστημονική κοινότητα με την πάροδο των ετών ασχολείται με όλο και πιο σύνθετα ζητήματα, πολλά εκ των οποίων προκύπτουν από τα βιώματα είτε των ατόμων που καταναλώνουν το τουριστικό προϊόν, είτε των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στον τουριστικό κλάδο ή των ατόμων που ανήκουν στους τόπους υποδοχής τουριστών.

Κάποιες σχετικές κατευθύνσεις που έκαναν την εμφάνισή τους τα τελευταία χρόνια έχουν να κάνουν με τη διερεύνηση της συσχέτισης του τουρισμού με τον χώρο και - στο πλαίσιο της γενικότερης τάσης και αναζήτησης για αειφόρο ανάπτυξη που επικρατεί αυτή την εποχή - με την ανάγκη διερεύνησης των αρνητικών συνεπειών που μπορεί να επιφέρει ο τουρισμός στο περιβάλλον του και τη δυνατότητα ανάπτυξης του λεγόμενου βιώσιμου τουρισμού. Κατά την άποψη του γράφοντος αποτελούν θέματα ιδιαίτερα σημαντικά και επίκαιρα, τα οποία πιθανότατα θα απασχολήσουν την επιστημονική και όχι μόνο κοινότητα εντονότερα τα επόμενα χρόνια. Μάλιστα, λόγω του γεγονότος ότι κατά καιρούς έρχονται στην επιφάνεια της επικαιρότητας ζητήματα που άπτονται των θεμάτων αυτών, ευκαταίω θα ήταν να υφίσταται επιστημονικός λόγος και τεκμηριωμένη άποψη επ' αυτών, ώστε να αποφεύγονται φαινόμενα παρερμηνειών, λανθασμένης υιοθέτησης όρων, παραπλάνησης, εξαπάτησης ή σε ορισμένες περιπτώσεις ακόμα και λαϊκισμού και προπαγάνδας.

Σχετικά με τα προαναφερθέντα ζητήματα έχουν εκπονηθεί λιγοστά επιστημονικά έργα, καθώς οι αντίστοιχοι κλάδοι βρίσκονται ακόμα σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης, ενώ τα πλείστα εκ των υφιστάμενων έργων περιγράφουν μια περισσότερο θεωρητική προσέγγιση, μέσω της παρατήρησης, της ανάλυσης και των λογικών συμπερασμάτων στα οποία καταλήγουν. Ως εκ τούτου, εκείνα που περιέχουν μια άποψη ή κάποιο συμπέρασμα που να βασίζεται σε αριθμητικά αποτελέσματα είναι ελάχιστα και συνήθως δυσνόητα για τον μέσο αναγνώστη, καθώς λόγω της ιδιαίτερης φύσης τους απαιτούν πιο σύνθετη μαθηματική ανάλυση και μοντέλα.

Στην παρούσα μελέτη θα προσπαθήσουμε να αναδείξουμε την πολύπλευρη σημασία του τουρισμού ως ανθρώπινη δραστηριότητα, τη σπουδαιότητα του χώρου και της επίδρασης που ασκεί στα εμπλεκόμενα μέρη, όπως επίσης και τη σκοπιμότητα της βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού. Επίσης, αφού τονιστεί η σημασία της μαθηματικής αποτύπωσης των παραπάνω, θα επιχειρήσουμε να προχωρήσουμε σε μια τέτοια αποτύπωση, ούτως ώστε να εξάγουμε κάποια αποτελέσματα βάσει των δεδομένων μας και να καταλήξουμε σε ορισμένα συμπεράσματα. Ο πυρήνας της μελέτης μας θα είναι η διερεύνηση - μέσω ενός οικονομετρικού μοντέλου - της σχέσης του οικονομικού αποτελέσματος και της επιβάρυνσης ή διατάραξης που επιφέρουν στο περιβάλλον τους τα ξενοδοχεία και να εξετάσουμε πιθανούς παράγοντες που μπορεί να επηρεάζουν τη σχέση αυτή. Αποτελεί μια πρώτη προσπάθεια να εξεταστεί μαθηματικά η συσχέτιση κάποιων παραγόντων που δεν έχουν συνδυαστεί ξανά, οπότε θα επιχειρήσουμε να ερμηνεύσουμε τα ευρήματα που θα προκύψουν σύμφωνα με την υφιστάμενη θεωρία και να καταλήξουμε σε ορισμένα συμπεράσματα.

2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**2.1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο διεθνής όρος *τουρισμός* σχετίζεται ετυμολογικά με τη λέξη *tour*, η οποία στα γαλλικά σημαίνει γύρος, περιοδεία, ταξίδι και από την οποία προέρχεται η αγγλική λέξη *touring*, που εμπεριέχει την έννοια της επίσκεψης των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα (Παππάς Νικόλαος, 2008), της οποίας η ρίζα είναι η λατινική λέξη *tornare*, που με τη σειρά της προέρχεται από τα αρχαία ελληνικά και τον *τόρνο*.

Ο τουρισμός, με την έννοια της περιήγησης, συναντάται από την αρχαιότητα ακόμα. Ο Ηρόδοτος, που χαρακτηρίζεται ως ο «Πατέρας της Ιστορίας», και ο Πausanias, του οποίου το έργο «*Ελλάδος περιήγησις*» αποτελεί έναν «τουριστικό οδηγό» της Αρχαίας Ελλάδας, μπορούν να θεωρηθούν τουρίστες της εποχής τους, δηλαδή «θεωροί» όπως ονομάζονταν εκείνοι που ταξίδευαν με σκοπό να γνωρίσουν άλλους τόπους και ανθρώπους (el.wiktionary.org). Στις περισσότερες πόλεις-κράτη της Αρχαίας Ελλάδας το να υποδέχονται και να περιποιούνται τους ξένους στο σπίτι τους ήταν θεσμός. Πίστευαν ιδιαίτερα στην ιδέα της φιλοξενίας και τη θεωρούσαν ηθικό χρέος και ιερό κανόνα των θεών (*Ξένιος Ζεύς*). Ως εκ τούτου οι ξένοι, ως σταλμένοι από τους θεούς, θεωρούνταν πρόσωπα ιερά και σεβαστά. Ο τουρισμός με τη σύγχρονη έννοια εμφανίστηκε αρκετά αργότερα, ενώ πατέρας του θεωρείται ο Thomas Cook (1808-1892). Το πρώτο οργανωμένο ταξίδι που διεξήγαγε, στις 5 Ιουλίου του 1841, ήταν μια ημερήσια εκδρομή με τρένο από το Leicester στο Loughborough, ενώ το 1855 διοργάνωσε την πρώτη περιοδεία στην Ευρώπη. Ήταν αυτός που εισήγαγε για πρώτη φορά το είδος του μαζικού τουρισμού το οποίο έμελλε να επικρατήσει τα χρόνια που θα ακολουθούσαν. Παρά τις αρχαίες καταβολές του, ο τουρισμός γνώρισε άνθιση, αρχικά στην Ευρώπη, μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, με αποκορύφωμα την έξαρση που παρατηρείται σε παγκόσμιο επίπεδο τις τελευταίες δεκαετίες. Αυτό οφείλεται στο άνοιγμα των συνόρων, στη σταδιακή απελευθέρωση των κοινωνιών, στην άνοδο των εισοδημάτων της πλειοψηφίας του πληθυσμού μετά τη βιομηχανική επανάσταση και στην πρόοδο της τεχνολογίας· στοιχεία που επέφεραν την ύπαρξη ελεύθερου χρόνου και τη μείωση του κόστους και του χρόνου μεταφοράς.

Παρά τις επανειλημμένες προσπάθειες που έχουν γίνει από την ακαδημαϊκή κοινότητα για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του τουρισμού, αν ανατρέξει κανείς στη βιβλιογραφία θα διαπιστώσει πως υπάρχει μια πληθώρα ορισμών που προσπαθούν να τον περιγράψουν, γεγονός που καταδεικνύει την πολυπλοκότητά του ως φαινόμενο. Γίνεται επίσης κατανοητό, ότι καθώς αποτελεί ένα πολυδιάστατο πολιτισμικό, κοινωνικό και ταυτόχρονα οικονομικό φαινόμενο με το οποίο έχουν ασχοληθεί πολλές επιστήμες, το πρίσμα υπό το οποίο τον εξετάζει ο εκάστοτε επιστήμονας σχετίζεται άμεσα με το ακαδημαϊκό του υπόβαθρο. Ως αποτέλεσμα, έχουμε ποικίλες

εννοιολογικές προσεγγίσεις του φαινομένου, καθώς κάθε φορά τονίζονται διαφορετικά χαρακτηριστικά γνωρίσματά του. Για να μπορέσουμε, όμως, να προχωρήσουμε στη μέτρηση ενός φαινομένου θα πρέπει να έχει προηγηθεί ο προσδιορισμός του. Επομένως, θα προσπαθήσουμε μέσω των ορισμών που παρατίθενται στη συνέχεια να κατανοήσουμε τον όρο και να αποσαφηνίσουμε το περιεχόμενό του.

Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να προσδιοριστεί ο ορισμός του τουρισμού όσο το δυνατόν ακριβέστερα και ο οποίος έτυχε μεγάλης αποδοχής, ήταν το 1941, όταν οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη ότι ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί ως *«το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό διαφορετικό από εκείνον της μόνιμης κατοικίας τους, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή στον προορισμό και δεν συνδέονται με κερδοσκοπική δραστηριότητα»* (Hunziker Walter, 1942). Στη συνέχεια ο ορισμός αυτός υιοθετήθηκε και από τη Διεθνή Ένωση Επιστημόνων Τουρισμού (International Association of Scientific Experts on Tourism - Aiest) (Γεωργίου Στεφανία Ιωαννίδου Κυριακή & Πασόη Μελομένη, 2017). Καθίσταται σαφές, ότι δεν αναφέρεται μόνο στα οικονομικά αποτελέσματα που επιφέρει ο τουρισμός, αλλά ταυτόχρονα στην αλληλεπίδραση μεταξύ των τουριστών με τον τόπο υποδοχής και τον τοπικό πληθυσμό. Δηλαδή εμπεριέχει τα φαινόμενα, όπως για παράδειγμα την επίδραση στο περιβάλλον, και τις σχέσεις, όπως τις κοινωνικές, που δημιουργούνται από τη μετακίνηση και την πρόσκαιρη παραμονή ενός ατόμου σε χώρους πέρα από τη μόνιμη κατοικία του.

Με την πάροδο των χρόνων, παράλληλα με τη γιγάντωση του φαινομένου του τουρισμού αυξανόταν και το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον γύρω από αυτό, με αποτέλεσμα να προκύψει μια πληθώρα ορισμών. Οι Burkart και Medlik (1981) προχώρησαν σε έναν διαχωρισμό των διάφορων αυτών ορισμών σε δύο κύριες κατηγορίες (Χατζιωαννίδης Γεώργιος, 2014):

- Εννοιολογικοί ορισμοί, που επιχειρούν να δώσουν το θεωρητικό πλαίσιο με βάση τα χαρακτηριστικά του τουριστικού φαινομένου, αλλά και τα στοιχεία που το διαφοροποιούν σε σχέση με άλλα συγγενή φαινόμενα.
- Τεχνικοί ορισμοί, που προσδιορίζουν τα στοιχεία για την ανάλυση του τουριστικού φαινομένου από στατιστική σκοπιά.

Προς την κατεύθυνση των τεχνικών ορισμών που προαναφέραμε κινείται και η τάση της προσέγγισης του τουρισμού ως μιας ιδιαίτερα διαμορφούμενης ιδιωτικής κατανάλωσης, που κυριαρχεί από τις δεκαετίες του '80 και του '90. Η θέση αυτή υιοθετείται για την καταγραφή των Εθνικών Λογαριασμών και των πινάκων εισροών - εκροών από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD) και τη στατιστική υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Eurostat). Η παραπάνω προσέγγιση δίνει έμφαση στην

οικονομική διάσταση του τουρισμού και στις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του για το σύνολο της οικονομίας της χώρας υποδοχής, δεδομένου ότι στη διαχείρισή του συμμετέχουν πολλαπλοί τομείς του κράτους, της κοινωνίας και των κλάδων της παραγωγικής διαδικασίας. (Βουμβουλάκη Αικατερίνη, 2007).

Ο επίσημος φορέας του κλάδου διεθνώς, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) εκδίδει σε συνεργασία με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (UN) ένα τεύχος όπου εμπεριέχονται προτάσεις για τη στατιστική απεικόνιση του τουρισμού διεθνώς (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010), σύμφωνα με το οποίο:

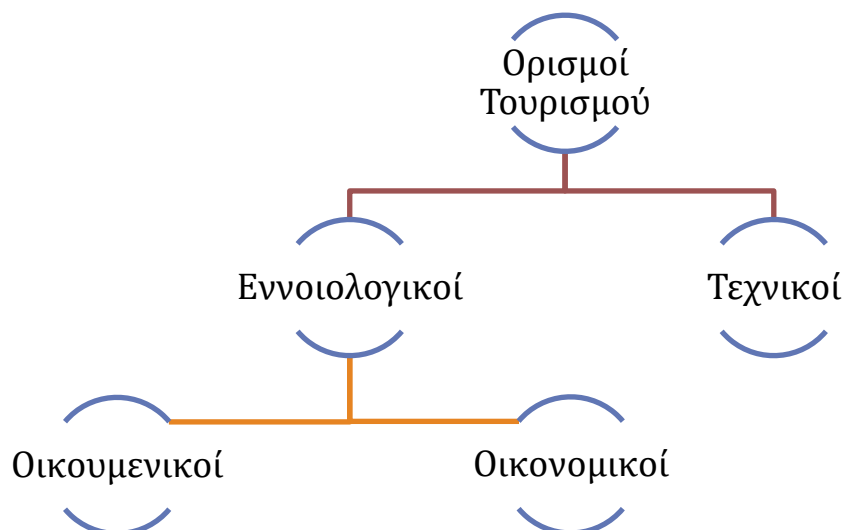
- Το *ταξίδι* αναφέρεται στην δραστηριότητα των *ταξιδιωτών*. *Ταξιδιώτης* είναι κάποιος που κινείται μεταξύ δύο γεωγραφικών τοποθεσιών για οποιοδήποτε λόγο και για οποιαδήποτε χρονική διάρκεια.
- Ο *τουρισμός* αναφέρεται στην δραστηριότητα των *επισκεπτών*. *Επισκέπτης* είναι ο ταξιδιώτης που κάνει ένα ταξίδι προς έναν κύριο προορισμό εκτός του συνήθους περιβάλλοντός του, για χρονικό διάστημα μικρότερο από ένα έτος, για οποιοδήποτε κύριο σκοπό, συμπεριλαμβανομένης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, της ανάπαυσης ή άλλου προσωπικού λόγου, με εξαίρεση την απασχόληση από οντότητα εγκατεστημένη στον τόπο της επίσκεψης.
- Ο τουρισμός είναι υποσύνολο των ταξιδιών και οι επισκέπτες υποσύνολο των ταξιδιωτών.
- Οι επισκέπτες διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:
 - *Τουρίστες (overnight visitors/tourists)*: άτομα των οποίων η επίσκεψη και διαμονή διαρκεί τουλάχιστον ένα 24ωρο, δηλαδή περιλαμβάνει τουλάχιστον μία διανυκτέρευση.
 - *Εκδρομείς (same-day visitors/excursionists)*: τα άτομα των οποίων η επίσκεψη και διαμονή διαρκεί λιγότερο από ένα 24ωρο, δηλαδή δεν περιλαμβάνει διανυκτέρευση. Σε αυτούς συγκαταλέγονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν αυθημερόν χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα των πλοίων, αεροπλάνων κ.λπ..

Τονίζεται ότι ο διαχωρισμός των παραπάνω όρων είναι κρίσιμης σημασίας για την αξιοπιστία της στατιστικής απεικόνισης των μεγεθών και των δεδομένων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Επίσης, διευκρινίζεται ότι ο όρος «σύνηθες περιβάλλον» χρησιμοποιείται για να εξαιρεθούν από τον ορισμό του τουρισμού τα συχνά ή τακτικά ταξίδια εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής και της εργασίας ή άλλα ταξίδια ρουτίνας (Ποδηματάς Δημήτριος, 2008).

Αναφορικά με τους εννοιολογικούς ορισμούς του τουρισμού, ο (Κούτουλας Δ., 2001) διατύπωσε μια διαφορετική άποψη για την κατηγοριοποίησή τους βάσει της οποίας θα μπορούσαμε να πούμε ότι διακρίνονται σε δύο υποκατηγορίες, όπως φαίνεται και στο (Σχεδιάγραμμα 1):

- Οικουμενικοί ορισμοί, που αναδεικνύουν τον πολυσύνθετο χαρακτήρα του τουρισμού, που συνδέεται σχεδόν με όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας.
- Οικονομικοί ορισμοί, που επικεντρώνονται στις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού, πεδίο που προσέλκυσε την προσοχή των μελετητών από τα τέλη του περασμένου αιώνα.

Σχεδιάγραμμα 1: Κατηγοριοποίηση των Ορισμών του Τουρισμού



Στην γενικότερη, λοιπόν, κατηγορία των εννοιολογικών προσεγγίσεων του τουρισμού, η ύπαρξη τόσο πολλών ορισμών που προσπαθούν να τον ορίσουν και να τον ερμηνεύσουν καθιστά τη στεγνή παράθεσή τους ανούσια, καθώς θα είχε ως αποτέλεσμα μάλλον τη σύγχυση και την αύξηση της πολυπλοκότητας του ζητήματος παρά την αποσαφήνιση και κατανόηση του όρου. Αντ' αυτού, θα αναφερθούμε στα κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού που προκύπτουν από τις διάφορες αυτές προσεγγίσεις (Γεωργούλη Στ., 2019):

- Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού ως οικονομικής δραστηριότητας αποτελεί η ύπαρξη χρηματικών πόρων και ελεύθερου χρόνου.

- Ο τουρισμός είναι το αποτέλεσμα της μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και της διαμονής τους σε αυτούς, με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους επιθυμιών και αναγκών.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται ποικίλους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους διάφορους από εκείνους της επαγγελματικής τους απασχόλησης ή της μόνιμης διαμονής τους.
- Κύριος σκοπός της συμμετοχής των ανθρώπων στον τουρισμό είναι η ξεκούραση, η αναψυχή, η ψυχαγωγία, η διασκέδαση, η αποδέσμευση από τις συνθήκες ρουτίνας και η απόδραση από την καθημερινότητα με τα προβλήματα και τις μέριμνες που τη συνοδεύουν.
- Το ταξίδι και η διαμονή (στην οποία συμπεριλαμβάνεται και η διατροφή) στον τουριστικό προορισμό είναι τα απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία σε οποιαδήποτε μορφή τουρισμού.
- Οι άνθρωποι, που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους, ταξιδεύουν και διαμένουν εκτός του τόπου συνήθους διαμονής τους.
- Η μετακίνηση και επιχειρήσεων, τόπων φιλοξενίας και διοικήσεων των τόπων φιλοξενίας κατά τη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών (τουριστών και εκδρομέων) (Ηγουμενάκης Ν., Τουριστική Οικονομία, 1991).η διαμονή σε τουριστικούς προορισμούς έχει προσωρινό και βραχυχρόνιο χαρακτήρα, που σημαίνει ότι οι ταξιδιώτες προτίθενται να επιστρέψουν στο τόπο μόνιμης διαμονής τους σε μικρό χρονικό διάστημα, δηλαδή σε λίγες μέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Με τον τουρισμό προκύπτει ένα σύνολο φαινομένων και σχέσεων μέσω της αλληλεπίδρασης τουριστών, τουριστικών

Σαν κατακλείδα αυτής της εννοιολογικής αναζήτησης, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο τουρισμός αποτελείται από ένα σύνολο δραστηριοτήτων, αγαθών, υπηρεσιών και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική ή ταξιδιωτική εμπειρία σε άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν στον τουριστικό προορισμό που έχουν επιλέξει με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους (Ηγουμενάκης Ν., Τουριστική Οικονομία, 1991).

2.1.2 ΒΑΣΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

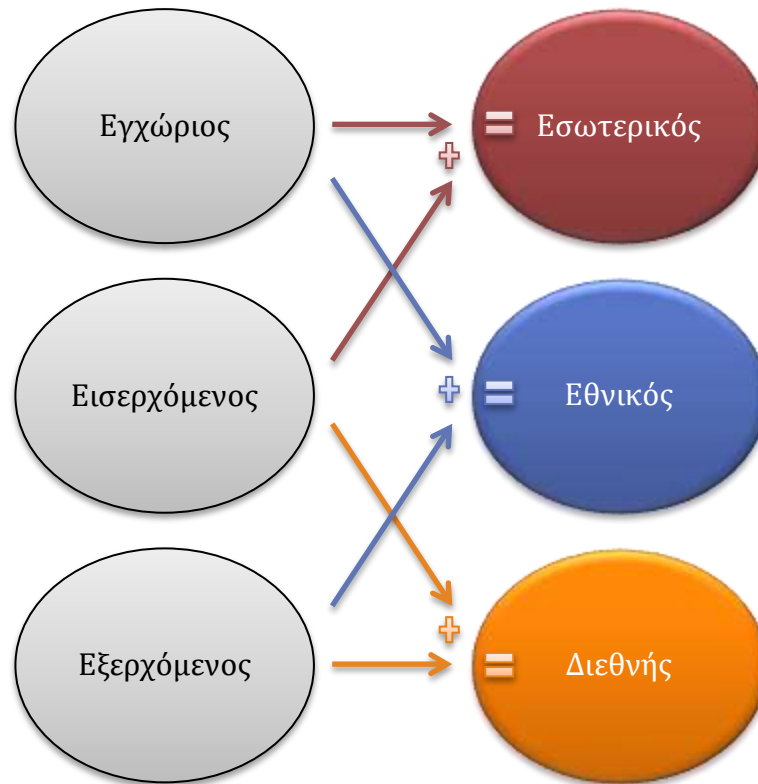
Με την πάροδο των χρόνων και τη συστηματική παρακολούθηση του φαινομένου του τουρισμού, προέκυψαν κάποιοι βασικοί διαχωρισμοί που είναι ευρέως αποδεκτοί. Για λόγους ορθής απεικόνισης των στατιστικών στοιχείων που έχουν άμεση ή έμμεση συσχέτιση με τον τουρισμό, έχει επικρατήσει η διάκρισή του σε τρεις κατηγορίες βάσει του τόπου προέλευσης των τουριστών και του τόπου προορισμού (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010):

- *Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism)*: ο τουρισμός των κατοίκων της χώρας όταν ταξιδεύουν στο εσωτερικό της (π.χ. ένας Αθηναίος που ταξιδεύει στη Θεσσαλονίκη).
- *Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism)*: που αναφέρεται στην επίσκεψη της χώρας από κατοίκους άλλων χωρών (π.χ. ένας Γάλλος που ταξιδεύει στην Ελλάδα).
- *Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism)*: αφορά στους μόνιμους κατοίκους της χώρας αυτής, οι οποίοι επισκέπτονται μία άλλη χώρα (π.χ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία).

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τον παραπάνω διαχωρισμό προκύπτουν οι κάτωθι κατηγορίες (Ηγουμενάκης Ν. και Κραβαναρίτης Κ., 2004):

- *Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism)*: το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού. Υποδηλώνει δηλαδή το σύνολο του τουρισμού για τον οποίο η χώρα λειτουργεί ως τόπος υποδοχής, ανεξαρτήτως τόπου (χώρας) προέλευσης.
- *Εθνικός τουρισμός: (national tourism)*: το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού. Αντιπροσωπεύει, δηλαδή, το συνολικό τουριστικό προϊόν που καταναλώνεται από τους κατοίκους μιας χώρας, ανεξάρτητα από τον τόπο που αποτελεί τον προορισμό τους.
- *Διεθνής τουρισμός (international tourism)*: το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού, που χαρακτηρίζονται ως ενεργητικός και παθητικός διεθνής τουρισμός αντίστοιχα, λόγω της εισροής ή εκροής κεφαλαίων και συναλλάγματος κατά περίπτωση. Αποτελεί το σύνολο του τουρισμού που περιλαμβάνει διέλευση των συνόρων της χώρας, είτε προέρχεται από μια άλλη χώρα με προορισμό τη χώρα αναφοράς είτε το αντίστροφο. (Σχεδιάγραμμα 2)

Σχεδιάγραμμα 2: Κατηγοριοποίηση του Τουρισμού Βάσει του Τόπου Προέλευσης των Τουριστών και του Τόπου Προορισμού



Ο δεύτερος διαχωρισμός του τουρισμού γίνεται με κριτήριο τον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών, που επιδρά όμως ταυτόχρονα και στην χωρική κατανομή τους, δηλαδή μεταφράζεται και σε συγκέντρωση ή μη των τουριστών στους τόπους της πρόσκαιρης διαμονής τους (Ηγουμενάκης Ν. και Κραβαναρίτης Κ., 2004):

- *Μαζικός τουρισμός:* χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί το σύστημα GIT (*group inclusive tours*), που προσφέρει αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες, δηλαδή τουριστικά πακέτα, τα οποία στην απλούστερή τους μορφή περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και το πρόγευμα, ενώ κατά περίπτωση μπορεί να συμπεριλαμβάνουν επιπλέον παροχές ή και να είναι all-inclusive. Συνήθως ο τουρίστας εντάσσεται σε ομάδες - 10 ατόμων και άνω - περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα ελάχιστο επίπεδο ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση εκ μέρους των εταιρειών πακέτων διακοπών (*tour operators*) και η εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους ενός ξεναγού (*tour guide*).

- *Ατομικός τουρισμός*: χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών. Μπορεί να συνδυάζεται με τη χρήση ατομικών-ιδιωτικών μέσων μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχήσπιτα, τα σκάφη κ.λπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά τη διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα του τουριστικού του προορισμού ή και όχι. Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού βασίστηκε στο σύστημα ΙΤ (*individual inclusive tours*), το οποίο όπως και στην περίπτωση του συστήματος GIT, προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερή τους μορφή περιλαμβάνουν, τον προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και το πρόγευμα. Η διαφορά μεταξύ των δύο αυτών συστημάτων έγκειται στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό που επιθυμεί να επισκεφτεί. Συγκεκριμένα, με το σύστημα GIT ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του ομαδικά, ενώ με το σύστημα ΙΤ μεμονωμένα.

Τα τελευταία χρόνια ωστόσο, με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και τη διάδοση της χρήσης του ίντερνετ και του ηλεκτρονικού διατραπεζικού συστήματος, επήλθε μια επανάσταση στις κρατήσεις των διακοπών. Πλέον ολοένα και μεγαλύτερο μέρος του αγοραστικού κοινού έχει τη δυνατότητα να διαπραγματευτεί και να αναζητήσει απευθείας την καλύτερη δυνατή προσφορά μεταξύ των εταιρειών που προσφέρουν τις διάφορες παροχές και υπηρεσίες που επιθυμεί να απολαύσει ο καθένας, μέσω των ηλεκτρονικών συστημάτων κρατήσεων ή κάποιων ιστοσελίδων που έχουν στηθεί για να παρέχουν ακριβώς αυτή τη δυνατότητα. Κερδισμένες από αυτή την εξέλιξη είναι οι εταιρίες των οποίων οι πελάτες κάνουν αναζήτηση και κράτηση κυρίως μέσω του διαδικτύου (Ryanair, EasyJet, Airbnb, Booking, Trivago). Οι εταιρίες πακέτων διακοπών είναι οι μεγάλοι χαμένοι αυτής της στροφής των καταναλωτών, καθώς συνήθως συνάπτουν συμφωνίες με ακριβές ξενοδοχειακές αλυσίδες με αποτέλεσμα τα πακέτα τους να μην είναι πλέον ανταγωνιστικά παρά τις αναλογικά χαμηλές τιμές που εξασφαλίζουν, ενώ η πρόταση διακοπών τους είναι τις περισσότερες φορές μονόπλευρη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο πάλαι ποτέ κολοσσός του χώρου, η εταιρεία Thomas Cook, που κήρυξε πρόσφατα πτώχευση. Είναι χαρακτηριστικό πως, σύμφωνα με το ταξιδιωτικό πρακτορείο ABTA, μόνο ένας στους επτά ταξιδιώτες απευθύνεται πλέον σε ταξιδιωτικό πρακτορείο υψηλού επιπέδου, και μάλιστα στην πλειοψηφία τους είναι άνω των 65 ετών.

Η τελευταία κατηγοριοποίηση στην οποία θα αναφερθούμε διεξοδικά, σχετίζεται με το χρόνο που λαμβάνει χώρα η κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος και τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν τότε. Έχουμε λοιπόν την εξής διάκριση (Ηγουμενάκης Ν. και Κραβαναρίτης Κ., 2004):

- *Συνεχής τουρισμός*: διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι οι δραστηριότητές του δεν επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν και ότι είναι ανεξάρτητος από τις εποχές του χρόνου. Αντιπροσωπευτικές περιπτώσεις

συνεχούς τουρισμού είναι όταν σχετίζεται με κάποιο συνέδριο ή έκθεση, με μια επιμόρφωση, με επαγγελματικούς σκοπούς κ.λπ..

- *Εποχικός τουρισμός.* Χαρακτηριστικό γνώρισμα του εποχικού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο, αλλά αντίθετα εμφανίζει έντονη εποχικότητα. Ο λόγος είναι ότι οι δραστηριότητές του επηρεάζονται σημαντικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές, με συνέπεια να αναστέλλονται για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, αλλά από την άλλη πλευρά κι ο τουρισμός που περιλαμβάνει χειμερινά σπορ όπως σκι κ.λπ..

Οι προαναφερθείσες κατηγοριοποιήσεις αποτελούν μόνο ορισμένες από αυτές που μπορούν να προκύψουν κατά τη διαδικασία τμηματοποίησης του φαινομένου του τουρισμού, διαδικασία που επιδέχεται πολλής συζήτησης και περαιτέρω ανάλυσης. Για παράδειγμα, υπάρχουν κι άλλοι διαχωρισμοί ανάλογα με τα χρησιμοποιούμενα μεταφορικά μέσα (αεροπορικός, χερσαίος κ.λπ.), ανάλογα με τα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και την οικογενειακή κατάσταση των τουριστών (νεανικός, υπερηλίκων, οικογενειακός κ.λπ.) , ανάλογα με κόστος του τουριστικού ταξιδιού (πολυτελείας, λαϊκός κ.λπ.) ή ακόμα και με το φορέα κάλυψης αυτού του κόστους (ιδιωτικός, κοινωνικός κ.λπ.). Τέτοιου είδους διακρίσεις, όμως, έχουν περιορισμένη χρήση και εξυπηρετούν συγκεκριμένους σκοπούς ανάλυσης, οπότε δε θα προχωρήσουμε σε περαιτέρω εμβάθυνση στο πλαίσιο αυτής της διπλωματικής εργασίας.

2.1.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Η όλη διαδικασία της αγοράς και της κατανάλωσης ενός τουριστικού προϊόντος ή μιας υπηρεσίας από τον επισκέπτη περιλαμβάνει τέσσερα στάδια: α) το ερέθισμα, την αναγνώριση της ανάγκης και την εμπλοκή του β) την εύρεση και αξιολόγηση των εναλλακτικών επιλογών γ) τη λήψη της απόφασης και την αγορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας και δ) τη συμπεριφορά μετά την αγορά (Τσάρτας Π. Λαγός Δ. Σταυρινούδης Θ. Πρωΐου Ε., 2014). Πότε όμως το άτομο εμπλέκεται σε αυτή τη διαδικασία και για ποιους λόγους;

Όπως είναι γνωστό από την πυραμίδα αναγκών του Maslow, μιας από τις πρωταρχικές θεωρίες στις οποίες στηρίζεται η οικονομική επιστήμη ως προς την ψυχολογία των ατόμων και την παρακίνησή τους, ο άνθρωπος αφού εξασφαλίσει την κάλυψη των βασικών του αναγκών, όπως διατροφή, ένδυση, διαμονή κ.τ.λ., αρχίζει σιγά σιγά να ανακαλύπτει την ύπαρξη άλλων αναγκών διαφορετικού επιπέδου ως προς την ιεράρχησή τους, οι οποίες μπορεί να μην είναι ζωτικής σημασίας για την επιβίωσή του αλλά δεν παύουν να είναι ουσιαστικές για την ομαλή ανάπτυξη και την ολοκλήρωσή του ως άτομο. Στην κατηγορία αυτών των αναγκών μπορεί να ενταχθεί και η ανάγκη ενός ατόμου να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι εκτός του τόπου διαμονής του, με σκοπό

τη χαλάρωση, την ξεκούραση, την αναψυχή, την εξερεύνηση μιας άλλης χώρας, την επαφή με έναν διαφορετικό πολιτισμό κ.λπ.. Επομένως, οι άνθρωποι που προσπαθούν να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για ταξίδι έχουν κάποιους σκοπούς - κίνητρα. Αυτά είναι η αιτία για τη δημιουργία των τουριστικών ροών και μόνο η ανάλυση και η κατανόησή τους μπορούν να καταστήσουν αντιληπτές τις κινητήριες δυνάμεις που δημιουργούν το φαινόμενο του τουρισμού.

Με τον όρο τουριστικά κίνητρα εννοούνται όλες εκείνες οι ψυχο-πνευματικές τάσεις που παρακινούν τους ανθρώπους να επισκεφτούν έναν τόπο για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών και μπορούν να διακριθούν σε τέσσερις βασικές κατηγορίες (Ηγουμενάκης Ν., Τουριστική Οικονομία, 1991):

- *Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα:* Στην κατηγορία αυτή τα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία (μορφολογία του εδάφους, βλάστηση, θάλασσα, ηλιοφάνεια, θερμοκρασία, κ.λπ.) ασκούν ισχυρή έλξη στους τουρίστες λόγω του ότι ανταποκρίνονται στις ψυχολογικές και βιολογικές ανάγκες των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων που αναζητούν την ξεκούραση, την ξενοιασιά και την αλλαγή παραστάσεων. Από τουριστικής άποψης παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη ορισμένων μορφών τουρισμού και ιδιαιτέρως αυτών που εμφανίζουν έντονη εποχικότητα, όπως όταν έχει να κάνει με τον ήλιο και τη θάλασσα, τα χειμερινά σπορ κ.λπ..
- *Πολιτιστικά κίνητρα:* Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην ευρύτερη μόρφωση και την παιδεία ενός ατόμου. Τα πολιτιστικά κίνητρα οδηγούν συνήθως σε ταξίδια περιήγησης με στόχο την απόκτηση εμπειριών και γνώσης του κόσμου, από άτομα που ταξιδεύουν σε διάφορες περιοχές του κόσμου και αποκτούν εμπειρίες από την επαφή τους με διαφορετικές κοινωνίες και πολιτισμούς. Τα πολιτιστικά κίνητρα οδηγούν επίσης και σε ταξίδια καθαρά πολιτιστικού περιεχομένου (επίσκεψη ενός διάσημου μνημείου, κ.ά.) ή για εκπαιδευτικούς σκοπούς (επίσκεψη σε διάσημες βιβλιοθήκες, παραμονή σε μια πόλη για μετεκπαίδευση ή επιμόρφωση). Η σταθερή ανάπτυξη των ταξιδιών διακοπών καλοκαιριού ή χειμώνα επηρεάζει τα χαρακτηριστικά των ταξιδιών με πολιτιστικό περιεχόμενο τα οποία μικραίνουν σε διάρκεια και περνούν σε δεύτερη μοίρα σε σχέση με τα ταξίδια διακοπών στο σύγχρονο κόσμο.
- *Οικονομικά κίνητρα:* Αφορούν όλα εκείνα τα οικονομικά στοιχεία που συνθέτουν το κόστος ζωής στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, το κόστος του τουριστικού πακέτου, το κόστος του ταξιδιού κ.λπ. τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση φτηνών τουριστικών πακέτων. Επηρεάζουν καθοριστικά τις μεγάλες μάζες τουριστών που ανήκουν κατά κανόνα στις μεσαίες εισοδηματικές τάξεις να επισκεφθούν ένα τουριστικό προορισμό. Για το λόγο αυτό προβάλλονται ιδιαίτερα στις διαφημιστικές καμπάνιες των χωρών υποδοχής τουριστών στο εξωτερικό με σκοπό να προσελκύσουν όχι μόνο τουρίστες αλλά και τουριστικά -

ταξιδιωτικά πρακτορεία και αεροπορικές εταιρίες που απευθύνονται σε τουρίστες που θέλουν να ταξιδέψουν μεμονωμένα αλλά και φτηνά. Επιπρόσθετα, τα οικονομικά κίνητρα οδηγούν κάποιες φορές και σε ταξίδια για καθαρά επαγγελματικούς σκοπούς, όπως είναι για παράδειγμα η συμμετοχή σε μια σύσκεψη, μια παρουσίαση ή μια έκθεση.

- *Ψυχολογικά κίνητρα*: η ψυχολογική ανάγκη του ατόμου για αλλαγή οδηγεί στην εσωτερική παρόρμησή του για αλλαγή προς το νέο και διαφορετικό και αποτελεί την αιτία για πραγματοποίηση του τουριστικού ταξιδιού. Από την άλλη πλευρά, ένα άτομο μπορεί να επιθυμεί να επισκεφθεί ένα οικείο προς αυτό περιβάλλον, όπως όταν έχει ως σκοπό την επιστροφή στις ρίζες του ή την επίσκεψη φιλικών ή συγγενικών προσώπων.

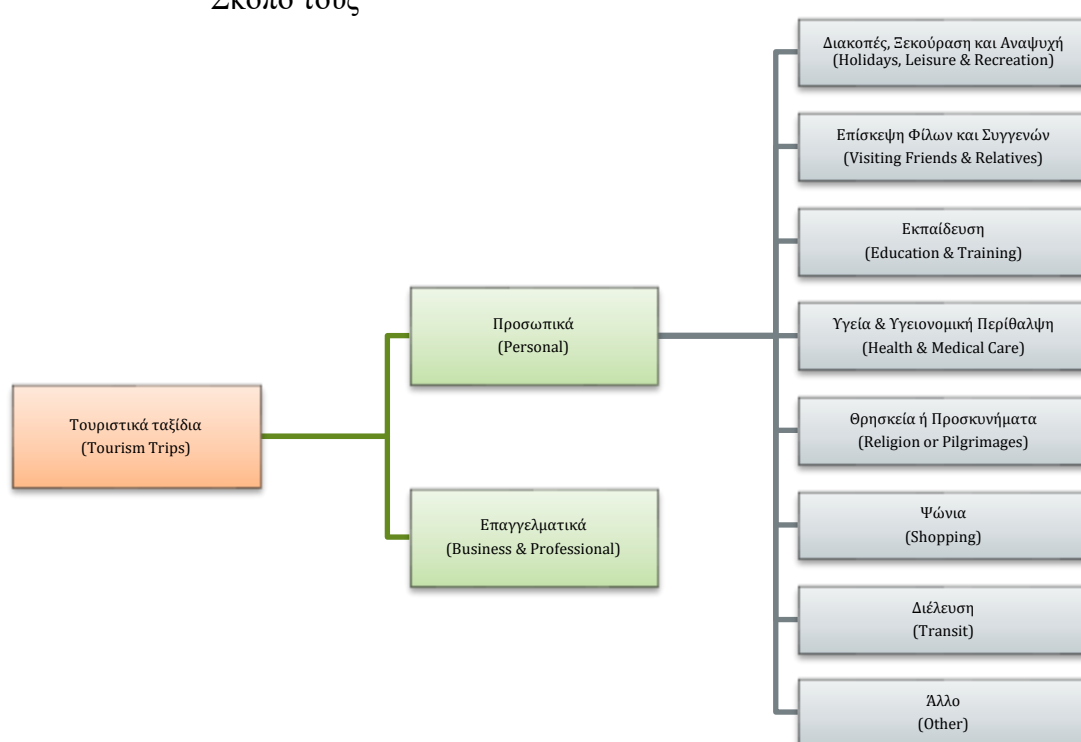
Τα κίνητρα αυτά δεν έχουν την ίδια επίδραση σε όλα τα άτομα, αλλά παρατηρούνται διαφοροποιήσεις ανάλογα με την ηλικία και το μορφωτικό τους επίπεδο. Η ηλικία του ατόμου παίζει σημαντικό ρόλο στον τύπο της τουριστικής εμπειρίας που το προσελκύει. Οι νέοι άνθρωποι είναι περισσότερο ανοιχτοί σε καινούργιους τύπους τουριστικών εμπειριών και ενδιαφέρονται για νέους τουριστικούς προορισμούς. Τα άτομα της μέσης ηλικίας, που συνήθως κατέχουν υψηλότερη θέση κοινωνικά, προτιμούν τις ανέσεις, ταξιδεύουν ομαδικά επιθυμώντας την παρέα κατά τη διάρκεια της τουριστικής τους μετακίνησης, ενώ αισθάνονται ασφάλεια και σιγουριά όταν υπάρχει και συνοδός στο γκρουπ. Τα άτομα προχωρημένης ηλικίας αποφεύγουν τις τουριστικές μετακινήσεις στο εξωτερικό και βαθμιαία προτιμούν τον εσωτερικό τουρισμό. Οι διαφορές στο μορφωτικό επίπεδο επηρεάζουν τον τύπο των τουριστικών εμπειριών που τα άτομα είναι πρόθυμα να βιώσουν. Τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο κερδίζουν συνήθως περισσότερα χρήματα, έχουν υψηλότερη κοινωνική θέση, κατέχουν κατά συχνότερα διοικητικές θέσεις σε επιχειρήσεις και είναι αναγκασμένα να ταξιδεύουν τακτικά στο εξωτερικό ή στο εσωτερικό για επαγγελματικούς λόγους (Γεωργούλη Στ., 2019).

Τα ψυχολογικά κίνητρα, η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων επηρεάζουν όλο και περισσότερο τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την επίσκεψη νέων τουριστικών προορισμών. Ως φραγμοί για την μετατροπή αυτών των κινήτρων σε τουριστική μετακίνηση μπορούν να λειτουργήσουν το κόστος, η έλλειψη χρόνου, οι περιορισμοί υγείας, η οικογενειακή κατάσταση, ο φόβος, η έλλειψη ενδιαφέροντος και πληροφόρησης (Ηγουμενάκης Ν. Κραβαρίτης Κ. & Λύτρας Π., Εισαγωγή στον Τουρισμό, 1999). Πέρα από τις βασικές κατηγορίες τουριστικών κινήτρων που προαναφέραμε μπορούν να αναζητηθούν πολύ πιο εξειδικευμένα κίνητρα, τα οποία αντανakλώνται και στις διάφορες κατηγορίες τουρισμού που έχουν προκύψει με την πάροδο των χρόνων με βάση το σκοπό πραγματοποίησης του τουριστικού ταξιδιού.

2.1.4 ΕΙΔΗ - ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟΝ ΣΚΟΠΟ

Ανάλογα με τις περιρρέουσες συνθήκες, την ιδιοσυγκρασία του και τα τουριστικά του κίνητρα, κάθε άτομο επιλέγει να κάνει ένα τουριστικό ταξίδι για κάποιο ή κάποιους λόγους. Παρά το γεγονός ότι ένας επισκέπτης ενδέχεται να καταπαιστεί και με δευτερεύουσες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, ο κύριος σκοπός για την εκτέλεση κάθε τουριστικού ταξιδιού είναι ένας και μοναδικός. Έτσι λοιπόν, προκύπτει σύμφωνα με το (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010) η εξής κατηγοριοποίηση με βάση τον κύριο σκοπό τους (Σχεδιάγραμμα 3):

Σχεδιάγραμμα 3: Ταξινόμηση των Τουριστικών Ταξιδιών Ανάλογα με τον Κύριο Σκοπό τους



Πηγή: (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010)

Η αρχική διάκριση είναι ανάμεσα σε προσωπικά και επαγγελματικά. Τα επαγγελματικά τουριστικά ταξίδια συμπεριλαμβάνουν τις δραστηριότητες αυτοαπασχολούμενων και εργαζομένων εφόσον δεν αντιστοιχούν σε σιωπηρή ή ρητή σχέση εργοδότη-εργαζομένου με έναν παραγωγό που κατοικεί στη χώρα ή στον τόπο που επισκέπτονται, είτε είναι επενδυτές είτε επιχειρηματίες κ.λπ.. Επίσης περιλαμβάνει ενδεικτικά: την παρακολούθηση συνεδριάσεων, συνεδρίων και εκθέσεων, το να δώσει κάποιος μια διάλεξη, συναυλία, παράσταση ή θεατρικό έργο, η προώθηση, πώληση ή αγορά αγαθών είτε υπηρεσιών εκ μέρους παραγωγών μη κατοίκων (της χώρας ή του τόπου που επισκέπτονται), η συμμετοχή σε κυβερνητικές αποστολές εξωτερικού ως προσωπικό διπλωματικών, στρατιωτικών ή διεθνών οργανισμών (εκτός εάν είναι τοποθετημένοι στη χώρα στην οποία πραγματοποιήθηκε

επίσκεψη), η συμμετοχή σε αποστολές μη κυβερνητικών οργανώσεων, η συμμετοχή σε επιστημονική ή ακαδημαϊκή έρευνα, ο προγραμματισμός τουριστικών ταξιδιών, συμβάσεων στέγασης και μεταφορικών υπηρεσιών, η εργασία ως οδηγοί, ξεναγοί ή άλλοι επαγγελματίες του τουρισμού για πρακτορεία που δεν βρίσκονται στη χώρα ή στον τόπο επίσκεψης, η συμμετοχή σε επαγγελματικές αθλητικές δραστηριότητες, η παρακολούθηση επίσημων ή ανεπίσημων μαθημάτων κατάρτισης για την εργασία τα οποία καλύπτονται από τον εργοδότη, η συμμετοχή σε πληρώματα με ιδιωτικό τρόπο μεταφοράς (π.χ. εταιρικό τζετ, γιοτ) κ.λπ..

Στα *προσωπικά* ανήκουν όλα τα υπόλοιπα τουριστικά ταξίδια, δηλαδή όσα δεν γίνονται για επαγγελματικούς λόγους, ενώ οι κύριοι σκοποί για την πραγματοποίησή τους χωρίζονται περαιτέρω σε υποκατηγορίες οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν ενδεικτικά τις εξής δραστηριότητες:

- *Διακοπές, Ξεκούραση και Αναψυχή*: περιήγηση σε αξιοθέατα, επίσκεψη φυσικών ή ανθρωπογενών τοποθεσιών, παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων ή πολιτιστικών εκδηλώσεων, εξάσκηση σε κάποιο σπορ ως μη επαγγελματική δραστηριότητα, χρήση κάποιας παραλίας, πισίνας ή οποιασδήποτε άλλης εγκατάστασης αναψυχής και ψυχαγωγίας, κρουαζιέρες, συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια σε κάποιο καζίνο, συμμετοχή σε παιδικές και νεανικές κατασκηνώσεις, ξεκούραση, ταξίδια του μέλιτος, απόλαυση εκλεκτών γευμάτων, επίσκεψη εγκαταστάσεων που ειδικεύονται στην ευεξία, προωθούν τη στροφή προς έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής ή εστιάζουν στη βελτίωση της φυσικής κατάστασης, εκτός από τις περιπτώσεις που εμπίπτουν στο πεδίο της ιατρικής περίθαλψης (οι οποίες συνιστούν ξεχωριστή κατηγορία που θα εξετάσουμε παρακάτω), διαμονή σε κάποια εξοχική κατοικία που ανήκει ή ενοικιάζεται από κάποιο νοικοκυριό.
- *Επίσκεψη Φίλων και Συγγενών*: επίσκεψη κάποιου φίλου ή συγγενή, παρουσία σε κάποιο σημαντικό οικογενειακό γεγονός ή κοινωνική εκδήλωση, όπως γάμοι, βαφτίσεις κ.τ.λ., βραχύχρονη περίθαλψη κάποιου αρρώστου ή ηλικιωμένου.
- *Εκπαίδευση*: βραχυχρόνια επιμορφωτικά προγράμματα είτε από τους εργαζόμενους (διαχωρίζοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τη συγκεκριμένη κατηγορία από εκείνα τα τουριστικά ταξίδια που πραγματοποιούνται για επαγγελματικούς σκοπούς), παρακολούθηση επίσημων ή ανεπίσημων προγραμμάτων σπουδών, απόκτηση εξειδικευμένων δεξιοτήτων μέσω μαθημάτων. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται μόνο βραχυχρόνιες εκπαιδεύσεις, καθώς αυτές που απαιτούν παραμονή μεγαλύτερη του ενός έτους δεν εντάσσονται στον τουρισμό.
- *Υγεία και Υγειονομική Περίθαλψη*: λήψη υπηρεσιών από ιδρύματα υγείας και κοινωνικά ιδρύματα, όπως ειδικότερα νοσοκομεία και κλινικές, η επίσκεψη σε θέρετρα θαλασσοθεραπείας, ιαματικών λουτρών, υγείας και σπα και άλλα μέρη όπου λαμβάνονται εξειδικευμένες ιατρικές θεραπείες, συμπεριλαμβανομένων των

εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται για πλαστική χειρουργική και αισθητικές επεμβάσεις. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται μόνο βραχυχρόνιες θεραπείες, καθώς αυτές που απαιτούν παραμονή μεγαλύτερη του ενός έτους δεν εντάσσονται στον τουρισμό.

- *Θρησκεία ή Προσκυνήματα*: η παρακολούθηση θρησκευτικών συναντήσεων, συναθροίσεων ή γεγονότων, τα προσκυνήματα, η επίσκεψη εκκλησιών, μοναστηριών και ιερών τόπων.
- *Ψώνια*: η αγορά καταναλωτικών προϊόντων για προσωπική χρήση ή ως δώρα, με εξαίρεση τις περιπτώσεις που τα προϊόντα αυτά θα μεταπωληθούν ή θα χρησιμοποιηθούν μελλοντικά σε κάποια παραγωγική διαδικασία (στις οποίες ο σκοπός θα ήταν επαγγελματικός οπότε και το ταξίδι θα ενέπιπτε στην αντίστοιχη κατηγορία).
- *Διέλευση*: η στάση σε κάποιο μέρος χωρίς κάποιον ιδιαίτερο ή συγκεκριμένο σκοπό εκτός του ότι αποτελεί μέρος της διαδρομής για έναν άλλο προορισμό.
- *Άλλο*: εθελοντισμός, εργασίες διερεύνησης και εξέτασης πιθανοτήτων μετανάστευσης, ανάληψη οποιασδήποτε άλλης προσωρινής δραστηριότητας χωρίς αμοιβή που δεν συμπεριλαμβάνεται στις παραπάνω κατηγορίες.

Γίνεται αντιληπτό ότι οι παραπάνω κατηγορίες μπορούν να χωριστούν σε περαιτέρω υποκατηγορίες αν θελήσουμε να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, ιδιαίτερος όσον αφορά στην κατηγορία *Διακοπές, Ξεκούραση και Αναψυχή*. Έτσι προκύπτουν κατηγορίες όπως γαστρονομικός τουρισμός, τουρισμός πόλεων (*city break*), τουρισμός ήλιου και θάλασσας (*sun-and-sand tourism*), ιαματικός τουρισμός, χειμερινός τουρισμός κ.λπ.. Κάποιος επίσημος προσδιορισμός ή καταμέτρηση των διάφορων αυτών υποδιαίρέσεων δεν υπάρχει, καθώς είναι πάρα πολλές ενώ ανάλογα με τις εξελίξεις δημιουργούνται συνεχώς νέες, ενώ η παράθεσή τους δεν αποτελεί αντικείμενο της παρούσας μελέτης. Στη συνέχεια θα αναφερθούμε σε κάποιες εξ αυτών, καθώς οι ποικίλες επιπτώσεις του τουρισμού, όπως θα δούμε στο Κεφάλαιο 4, έχουν προκαλέσει σκεπτικισμό απέναντι στο φαινόμενο και προβληματισμό για το είδος του τουρισμού που επιθυμούν οι τόποι και οι κοινωνίες υποδοχής, γεγονός που έχει οδηγήσει σε μια σχετικά πρόσφατη κατηγοριοποίηση του τουρισμού, την οποία θα εξετάσουμε αναλυτικά στο Κεφάλαιο 5, αφού αντιληφθούμε τους λόγους για τους οποίους προκλήθηκε αυτό το «αντιτουριστικό» ρεύμα.

2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

2.2.1 ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Καθώς ο όρος «τουριστικό προϊόν» δεν σχετίζεται με το περιεχόμενο της έννοιας του «προϊόντος» στα οικονομικά, τις περισσότερες φορές γίνεται χρήση του όρου από επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού (π.χ. τουριστικοί πράκτορες) ως εργαλεία προώθησης. Κι ενώ μιλούν για τουριστικό προϊόν, στην πραγματικότητα αναφέρονται είτε σε τουριστικά πακέτα με κάποιες παροχές είτε σε έναν προορισμό που προσφέρει κάποιες επιλογές και δυνατότητες ή σε κάποια από τις υποκατηγορίες που εξετάσαμε στην προηγούμενη υποενότητα του κεφαλαίου (π.χ. γαστρονομικός τουρισμός), χωρίς κάτι τέτοιο να είναι απαραίτητα ακριβές ή αναγνωρισμένο επίσημα (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010).

Όπως στην αρχή του κεφαλαίου προσπαθήσαμε να δώσουμε έναν ορισμό για τον τουρισμό και διαπιστώσαμε τη δυσκολία αυτού του εγχειρήματος, έτσι και το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από περιπλοκότητα στον προσδιορισμό του, καθώς διαθέτει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

- *Φθαρτότητα και Αμεταθετότητα*: η διάρκεια ζωής του τουριστικού προϊόντος είναι περιορισμένη, ενώ αν καταστραφεί ή υποβαθμιστεί σημαντικά κάποιο συστατικό του (π.χ. δάσος) είναι δύσκολο να ανασυντεθεί. Επίσης, η κατανάλωσή του δεν μπορεί να μετατεθεί σε κάποια χρονική στιγμή στο μέλλον, δηλαδή για παράδειγμα μια μη αξιοποιημένη διαθεσιμότητα δεν μπορεί να αποθηκευτεί για να πωληθεί στο μέλλον.
- *Γεωγραφική Απόσταση και Χρόνος*: μπορεί να συνεπάγεται την ανταλλαγή πληροφοριών και τη διεκπεραίωση συναλλαγών μεταξύ διαφορετικών ζωνών ώρας. Ακόμα, η ύπαρξη απόστασης μεταξύ προσφοράς και ζήτησης προϋποθέτει μετακίνηση του πελάτη για να καταναλώσει το τουριστικό προϊόν, ενώ πολλές φορές η πληρωμή και η κατανάλωση είναι ετεροχρονισμένες, καθώς η κράτηση μπορεί να προηγείται της κατανάλωσης (π.χ. πτήση, διαμονή) ή ακόμα και να έπεται αυτής (π.χ. πληρωμή με πιστωτική κάρτα).
- *Πληροφορία*: γενικά τα προϊόντα πολιτισμού έχουν ιδιαίτερη φύση και χαρακτηρίζονται από αδυναμία να δοκιμαστούν και να αξιολογηθούν εκ των προτέρων (*a priori untestability*) και από αυτοπιστοποίηση (*self-certification*). Οπότε έχουμε ασυμμετρία πληροφόρησης σχετικά με την ποιότητα του προϊόντος που πρόκειται κάποιος να καταναλώσει και δημιουργούνται κάποια συστήματα διαβεβαίωσης της ποιότητας (*quality assurance*). Κατ' αντιστοιχία, θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα παραπάνω ισχύουν και για την τουριστική εμπειρία ή τον τουρισμό γενικότερα (Mossetto Gianfranco, 1993). Κατά το χρόνο λήψης απόφασης εκ μέρους του υποψήφιου τουρίστα είναι διαθέσιμη μόνο μια

αφηρημένη εικόνα του προϊόντος, η οποία βασίζεται σε δεδομένα που παρέχονται από διάφορα κανάλια πληροφόρησης, όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, έντυπα, φυλλάδια, το διαδίκτυο ή η διάδοση από στόμα σε στόμα (*word of mouth*). Κατόπιν των παραπάνω, καθίσταται αδήριτη η ανάγκη ύπαρξης ενός συστήματος εκ των προτέρων πιστοποίησης της ποιότητας, που ικανοποιείται μέσω των βαθμολογιών και των κριτικών στις ιστοσελίδες των παρόχων ή σε πλατφόρμες αναζήτησης και κρατήσεων, όπως για παράδειγμα trip advisor, booking, airbnb κ.τ.λ.. Εδώ αξίζει να σημειώσουμε πως σύμφωνα με τους (Botterill T.D. & Crompton J, 1996) ο πελάτης είναι πραγματικά ικανοποιημένος όταν η εκτέλεση υπερκαλύπτει τις προσδοκίες του και επομένως, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να επιδιώκουν σταθερά την υπερκάλυψη των προσδοκιών των πελατών τους.

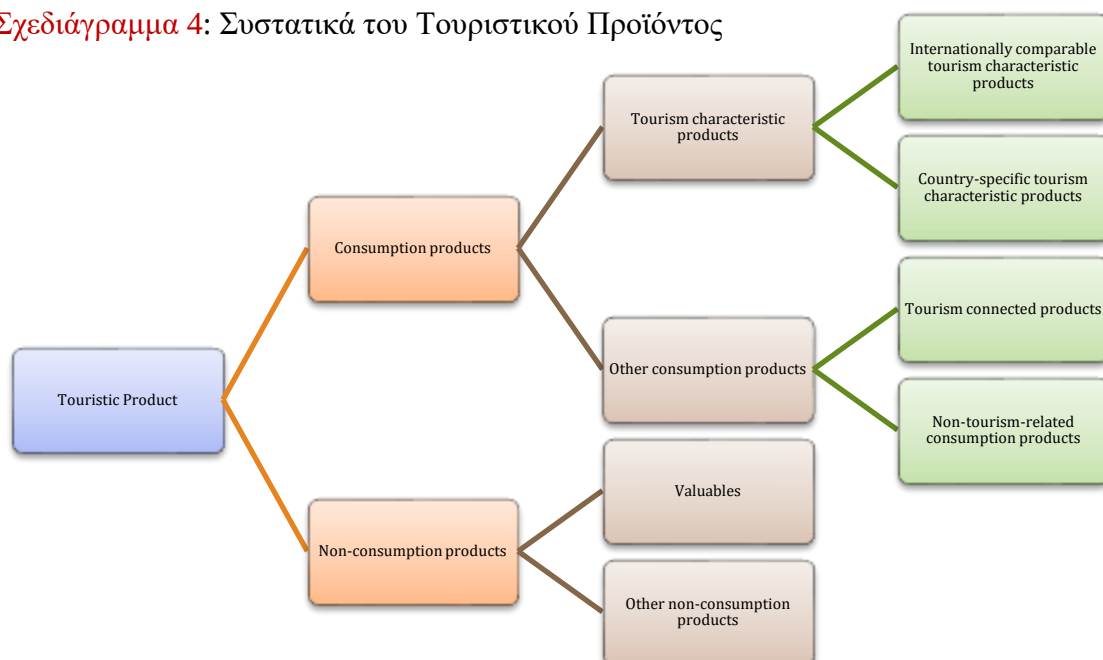
- *Σύσταση*: το τουριστικό προϊόν δεν είναι κάτι απτό ή συγκεκριμένο, αλλά αντιθέτως συνίσταται από ένα μίγμα ποικίλων υλικών αγαθών και υπηρεσιών τα οποία δρουν συμπληρωματικά. Μάλιστα, στις πλείστες των περιπτώσεων οι τουρίστες δεν επιλέγουν αποκλειστικά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία αλλά συνδυάζουν πολλά από αυτά, όπως το κατάλυμα με τους πόλους έλξης μιας περιοχής, τη μεταφορά, τη διατροφή κ.λπ. (Κατσικέα Ευαγγελία, 2003). Εκτός, όμως από τις ομάδες ενδιαφέροντος μέσα στο τουριστικό προϊόν συμπεριλαμβάνονται και μη ελεγχόμενοι παράγοντες, όπως το κλίμα, η φυσική ομορφιά του προορισμού, οι δυνατότητες που αυτός παρέχει κ.λπ. (Βουμβουλάκη Αικατερίνη, 2007). Το τι περιλαμβάνει το τουριστικό προϊόν θα το εξετάσουμε αναλυτικά στη συνέχεια, αλλά σίγουρα απαιτείται ο συνδυασμός των δύο παραπάνω κατηγοριών, των οποίων τα συστατικά αλληλοεπηρεάζονται και όλα μαζί συνιστούν το τουριστικό προϊόν, με αποτέλεσμα την ετερογένεια στην παραγωγική του δομή.
- *Υψηλός βαθμός υποκατάστασης*: οι τουριστικοί προορισμοί ανά τον κόσμο είναι αναρίθμητοι, ο καθένας εκ των οποίων έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προσφέρει μια ξεχωριστή εμπειρία στον επισκέπτη, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι ακόμα και ο ίδιος προορισμός παρουσιάζει διαφοροποιήσεις ανάλογα με το χρόνο της επίσκεψης. Σε γενικές γραμμές όμως, όταν ένα άτομο αναζητά τον επόμενο τουριστικό προορισμό του, ανάλογα με τον σκοπό για τον οποίο επιθυμεί να πραγματοποιήσει το συγκεκριμένο τουριστικό ταξίδι και τις προσδοκίες του από αυτό, έχει την ευχέρεια να διαλέξει ανάμεσα σε μια πληθώρα δυνητικών επιλογών. Το γεγονός αυτό, στις πλείστες των περιπτώσεων καθιστά εύκολη την υποκατάσταση ενός προορισμού με κάποιον άλλο εκ μέρους του επισκέπτη, πολλώ δε μάλλον την υποκατάσταση μεταξύ διαφορετικών τουριστικών επιχειρήσεων που προσφέρουν το ίδιο αγαθό ή παροχή, όπως για παράδειγμα τα ξενοδοχεία, και οι οποίες ευρίσκονται και εξυπηρετούν τον ίδιο τουριστικό προορισμό.

2.2.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ

Όπως αναλύθηκε παραπάνω, το τουριστικό προϊόν εμφανίζει κάποιες ιδιαιτερότητες, εκ των οποίων μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι δεν αποτελεί ένα προϊόν με την κλασσική έννοια του όρου. Ακόμα και αναφορικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγονται και διοχετεύονται στην αγορά μέσω του τουρισμού, κάποια εξ αυτών έχουν ως σκοπό από τη γέννησή τους την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών των επισκεπτών, ενώ κάποια άλλα έχουν απλώς έναν περιφερειακό ή υποστηρικτικό ρόλο. Επομένως, είναι δύσκολο να προσδιορίσει κανείς επακριβώς το τι περιλαμβάνει.

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε τις κατηγορίες εκείνων των συστατικών που το διαμορφώνουν. Σύμφωνα με την ταξινόμηση που έχει αναπτύξει το (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010) έχουν καθοριστεί οι κατηγορίες και τα βασικά τους στοιχεία, όπως φαίνονται στο ακόλουθο διάγραμμα (Σχεδιάγραμμα 4):

Σχεδιάγραμμα 4: Συστατικά του Τουριστικού Προϊόντος



Πηγή: (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010)

Κατά τη διαδικασία της ταυτοποίησης των προϊόντων που συνδέονται με τον τουρισμό μιας χώρας, διαπιστώνουμε πως υφίσταται μια διάκριση των συστατικών που το αποτελούν και αφορούν σε *καταναλωτικά αγαθά (consumption products)* σε δύο υποκατηγορίες: τα *χαρακτηριστικά προϊόντα του τουρισμού (tourism characteristic products)* και τα υπόλοιπα καταναλωτικά προϊόντα (*other consumption products*). Ο διαχωρισμός αυτός εξαρτάται από το αν η σύνδεσή τους με τον τουρισμό είναι σημαντική είτε σε παγκόσμιο είτε σε τοπικό επίπεδο, δηλαδή σε μια δεδομένη οικονομία αναφοράς, είτε όχι. Το αν είναι σημαντική αυτή η σύνδεση, δηλαδή αν θα θεωρηθούν *χαρακτηριστικά προϊόντα του τουρισμού*, εξαρτάται από το αν ικανοποιούν τουλάχιστον ένα από τα παρακάτω κριτήρια:

- Η τουριστική δαπάνη για το προϊόν θα πρέπει να αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό μερίδιο της συνολικής τουριστικής δαπάνης (*share-of-expenditure/demand condition*).
- Η τουριστική δαπάνη για το προϊόν θα πρέπει να αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό μερίδιο της προσφερόμενης ποσότητας του προϊόντος στην αγορά (*share-of-supply condition*). Το συγκεκριμένο κριτήριο υποδηλώνει ότι η προσφορά ενός χαρακτηριστικού τουριστικού προϊόντος θα έπαιε να υφίσταται σε σημαντική ποσότητα σε περίπτωση απουσίας επισκεπτών.

Αρχικά να διασαφηνίσουμε ότι ο όρος τουριστική δαπάνη αναφέρεται στο ποσό που καταβάλλεται για την απόκτηση καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και τιμαλφή, για ίδια χρήση ή ως δώρα, για τα τουριστικά ταξίδια ή κατά τη διάρκειά τους. Περιλαμβάνει δαπάνες από τους ίδιους τους επισκέπτες, καθώς και έξοδα που πληρώνονται ή επιστρέφονται από τρίτους. Από εκεί και πέρα, προκύπτει ένας επιπρόσθετος διαχωρισμός καθώς έχουμε:

- Τα διεθνώς συγκρίσιμα χαρακτηριστικά τουριστικά προϊόντα (*internationally comparable tourism characteristic products*), τα οποία αντιπροσωπεύουν τον πυρήνα των προϊόντων για συγκρίσεις της τουριστικής δαπάνης διεθνώς.
- Τα χαρακτηριστικά τουριστικά προϊόντα κάθε χώρας (*country-specific tourism characteristic products*), τα οποία καθορίζονται από κάθε χώρα ξεχωριστά, εφαρμόζοντας τα κριτήρια που αναφέραμε στην προηγούμενη παράγραφο, εξετάζοντας δηλαδή αν ισχύει τουλάχιστον ένα εκ των δύο στο δικό τους πλαίσιο.

Η δεύτερη κατηγορία καταναλωτικών προϊόντων περιλαμβάνει όλα τα υπόλοιπα καταναλωτικά αγαθά, που καθορίζονται επίσης από κάθε χώρα ξεχωριστά (*country-specific*) και τα οποία με τη σειρά τους διακρίνονται σε δύο υποκατηγορίες:

- Τα συνδεδεμένα με τον τουρισμό προϊόντα (*Tourism connected products*), τα οποία περιλαμβάνουν προϊόντα που σχετίζονται με τον τουρισμό, αλλά δεν πληρούν κάποιο από τα δύο κριτήρια που προαναφέραμε ώστε να θεωρηθούν χαρακτηριστικά τουριστικά προϊόντα. Αναγνωρίζεται η σημασία τους στην ανάλυση του τουρισμού για την οικονομία αναφοράς, αλλά η σύνδεσή τους με τον τουρισμό είναι περιορισμένη παγκοσμίως, με συνέπεια οι λίστες τέτοιων προϊόντων να είναι συγκεκριμένες ανά χώρα.
- Τα μη σχετιζόμενα με τον τουρισμό καταναλωτικά προϊόντα (*Non-tourism-related consumption products*), στα οποία συμπεριλαμβάνονται όλα τα υπόλοιπα υλικά αγαθά και υπηρεσίες που δεν ανήκουν στις προαναφερθείσες κατηγορίες. Ορισμένα καταναλωτικά προϊόντα, αν και αποκτήθηκαν από επισκέπτες, δεν σχετίζονται κάπως με το ταξίδι τους ή με την κατάσταση του να βρίσκεται σε

διακοπές με αποτέλεσμα να μην εμπίπτουν στις παραπάνω κατηγορίες και κατά συνέπεια κατατάσσονται σε μια υπολειμματική κατηγορία.

Έχοντας υπ' όψιν τα παραπάνω, κρίνεται σκόπιμο να αναφέρουμε ότι η ταξινόμηση που συνιστάται για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με την τουριστική δαπάνη είναι ανάλογα με τον σκοπό τους. Για λόγους ανάλυσης του τουρισμού, λοιπόν, οι κατηγορίες που συνιστώνται και συνήθως χρησιμοποιούνται είναι οι ακόλουθες:

- Οργανωμένα ταξίδια, πακέτα διακοπών και περιηγήσεων
- Διαμονή
- Τρόφιμα και ποτά
- Τοπικές μεταφορές
- Διεθνείς μεταφορές
- Ψυχαγωγία, πολιτισμός και αθλητικές δραστηριότητες
- Ψώνια
- Άλλα

Καθεμιά από τις παραπάνω κατηγορίες περιέχουν τόσο υλικά αγαθά όσο και υπηρεσίες. Η κατηγοριοποίηση βασίζεται στον σκοπό για τον οποίο έγινε η δαπάνη, ανεξάρτητα από τη φύση του αγαθού ή του τρόπου παραγωγής του. Όσον αφορά στο περιεχόμενο της κάθε κατηγορίας, από τον τίτλο της καθεμίας γίνεται εύκολα αντιληπτό και το τι περιλαμβάνει. Ειδική μνεία θα κάνουμε στην τελευταία κατηγορία «Άλλα», το περιεχόμενο της οποίας σχετίζεται με την τελευταία υποκατηγορία που εξετάσαμε παραπάνω, δηλαδή αυτή με τα μη σχετιζόμενα με τον τουρισμό καταναλωτικά προϊόντα. Περιλαμβάνει αγαθά και υπηρεσίες που δεν μπορούν να συσχετιστούν με κανέναν από τους ρητά αναφερόμενους σκοπούς των προηγούμενων κατηγοριών, όπως για παράδειγμα εφημερίδες και περιοδικά, προϊόντα υγειονομικής περίθαλψης, έκτακτες υπηρεσίες υγείας που μπορεί να απαιτηθούν κ.λπ..

Εκτός από τα καταναλωτικά αγαθά που μόλις αναλύσαμε, την έτερη κύρια κατηγορία του τουριστικού προϊόντος αποτελούν τα *μη καταναλωτικά αγαθά (Non-consumption products)*. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει όλα τα αγαθά που από τη φύση τους δεν δύνανται να συνιστούν καταναλωτικά προϊόντα και υπηρεσίες και, ως εκ τούτου, δεν μπορούν ούτε να αποτελούν μέρος των τουριστικών δαπανών ούτε μέρος της τουριστικής κατανάλωσης, με εξαίρεση τα τιμαλφή που μπορούν να αποκτηθούν από τους επισκέπτες στα ταξίδια τους. Οι δύο υποκατηγορίες στις οποίες χωρίζονται είναι:

- *Τιμαλφή ή πολύτιμα είδη (valuables)*: είναι παραγόμενα αγαθά σημαντικής αξίας που κατά κύριο λόγο δεν χρησιμοποιούνται για σκοπούς παραγωγής ή κατανάλωσης, αλλά αντιθέτως διατηρούνται ως μέσα αποθήκευσης αξίας στη διάρκεια του χρόνου.
- *Άλλα μη καταναλωτικά αγαθά (other non-consumption products)*: περιλαμβάνουν εκείνα τα προϊόντα που σχετίζονται με τον σχηματισμό του ακαθάριστου παγίου

κεφαλαίου του τουρισμού και τη συλλογική κατανάλωση. Στη συγκεκριμένη κατηγορία μπορούν ενδεικτικά να συμπεριληφθούν (Χατζιωαννίδης Γεώργιος, 2014):

- Οι ομορφιές και τα αξιοθέατα του τόπου υποδοχής, που μπορεί κατά περίπτωση να είναι είτε το φυσικό του περιβάλλον, δηλαδή οι ομορφιές της φύσης κι ο φυσικός του πλούτος γενικότερα, είτε το ανθρωπογενές, δηλαδή αξιοθέατα, ιστορικά μνημεία και γενικότερα το πολιτιστικό του περιβάλλον, ή ακόμα και ο ιδιαίτερος τρόπος ζωής των ανθρώπων που διαμένουν σε αυτόν.
- Οι διευκολύνσεις που παρέχει ο τόπος υποδοχής προκειμένου ο επισκέπτης να απολαύσει τις ομορφιές και τα αξιοθέατα που προαναφέραμε, όπως η οργάνωση, η εξυπηρέτηση, η ύπαρξη διαύλων επικοινωνίας, η υγιεινή, η αίσθηση ασφάλειας κ.λπ..
- Η προσβασιμότητα του προορισμού, που σχετίζεται με το κατά πόσο εύκολα, γρήγορα και οικονομικά μπορεί ένας επισκέπτης να μεταβεί στον προορισμό του και την ύπαρξη ή όχι εναλλακτικών επιλογών για τη μετακίνησή του.
- Η εικόνα του προορισμού, που εκφράζει τις παραστάσεις που διαμορφώνουν οι επισκέπτες σχετικά με τα μέρη που θα επισκεφθούν, το τι θα δουν και τι θα κάνουν εκεί. Αυτή μπορεί να βασίζεται είτε σε εκ των προτέρων πληροφόρηση σχετικά με τα τον προορισμό, λόγω των ιδιοτεροτήτων που παρουσιάζει το τουριστικό προϊόν όπως έχουμε προαναφέρει στο Κεφάλαιο 2.2.1., ή και στην προσωπική εμπειρία που έχει αποκομίσει ο επισκέπτης, σε περίπτωση που έχει επισκεφθεί κάποιον προορισμό τουλάχιστον μία φορά και έχει σχηματίσει την προσωπική του γνώμη και εικόνα.
- Η σχέση ποιότητας και τιμής της συνολικής τουριστικής εμπειρίας του επισκέπτη, δηλαδή η ανάλυση της σχέσης κόστους - οφέλους (*cost - benefit analysis*) του τουριστικού ταξιδιού.

Σύμφωνα με την προσέγγιση που έχει διατυπώσει ο (Ηγουμενάκης Ν., 1999), αν ο τουρισμός εξεταστεί προσεκτικά θα διαπιστωθεί πως αποτελείται από ένα «σύνθετο» δραστηριοτήτων, προϊόντων και παραγωγικών μονάδων, που προσφέρει μια τουριστική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων τα οποία προσωρινά απομακρύνονται από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους και επισκέπτονται κάποιο τουριστικό προορισμό με στόχο την ικανοποίηση των τουριστικών επιθυμιών και αναγκών τους, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι πάντα εστιάζονται σε ανάγκες και επιθυμίες ξεκούρασης, ψυχαγωγίας και διασκέδασης. Το λεγόμενο «Τουριστικό Σύνθετο», λοιπόν, παρουσιάζεται στο *Σχεδιάγραμμα 5*:

Σχεδιάγραμμα 5: Το Τουριστικό Σύνθετο



Πηγή: (Ηγουμενάκης Ν., 1999, σ. 71)

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το τουριστικό προϊόν αντιπροσωπεύει έναν συνδυασμό διαφορετικών πτυχών, όπως τα χαρακτηριστικά των τόπων υποδοχής, τα μέσα μεταφοράς, τα είδη των καταλυμάτων, τις δραστηριότητες που είναι διαθέσιμες στον προορισμό κ.λπ., γύρω από ένα συγκεκριμένο κέντρο ενδιαφέροντος, όπως οι περιηγήσεις στη φύση, η ζωή σε ένα αγρόκτημα, οι επισκέψεις σε ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους, η επίσκεψη μιας συγκεκριμένης πόλης, η εξάσκηση συγκεκριμένων αθλημάτων, η απόλαυση της παραλίας με τη θάλασσα και τον ήλιο κ.λπ. (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010).

2.3 ΔΙΑΜΟΝΗ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας, θα επικεντρωθούμε σε ένα συγκεκριμένο αλλά ταυτόχρονα ίσως και το πλέον βασικό κομμάτι του τουριστικού προϊόντος, το οποίο είναι η διαμονή. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον Ν.4276/2014 (ΦΕΚ 155 Α'), τουριστικά καταλύματα συνιστούν «οι τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τουρίστες και παρέχουν σε αυτούς διαμονή και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, αναψυχή, άθληση» και διακρίνονται σε:

- Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:
 - Ξενοδοχεία: είναι «εγκαταστάσεις διαμονής που διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή σε διαμερίσματα ενός ή δύο ή περισσότερων χώρων με λουτρό, κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής των πελατών και αίθουσα παροχής τουλάχιστον πρωινού γεύματος»
 - Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping): αποτελούν «κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, υπαίθρια, με ή χωρίς οικίσκους, στα οποία παρέχεται η δυνατότητα διαμονής, εστίασης και αναψυχής τουριστών που διαθέτουν ή όχι ίδια κατασκηνωτικά και μεταφορικά μέσα, όπως συρόμενα ή αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, ρυμουλκούμενα ή ημιρυμουλκούμενα τροχόσπιτα, σκηνές, τροχοσκηνές ή σκηνές επί της οροφής οχημάτων, τουριστικά λεωφορεία διαμορφωμένα με κοιτώνες (hotel bus) και τουριστικά λεωφορεία με συρόμενα οχήματα διαμορφωμένα με κοιτώνες (rotel hotel)».

- *Ξενώνες φιλοξενίας νέων*: είναι κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα τα οποία χωροθετούνται εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και οικισμών, ενώ κάθε θέμα σχετικό με την ίδρυση και τη λειτουργία τους ρυθμίζεται με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού.
- *Σύνθετα τουριστικά καταλύματα*: είναι τα ξενοδοχεία που ανεγείρονται σε συνδυασμό είτε με οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping) είτε με εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής. Ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής νοούνται «συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, τουριστικοί λιμένες, χιονοδρομικά κέντρα, θεματικά πάρκα, Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού, υδροθεραπευτήρια, καθώς και οι εξής εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού: μονάδες ιαματικής θεραπείας, κέντρα ιαματικού τουρισμού - θερμαλισμού, κέντρα αναζωογόνησης, κέντρα ευεξίας και αισθητικής και κέντρα καταδυτικού τουρισμού», ενώ με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού δύνανται να προσδιορίζονται και άλλα.
- *Ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας (condo hotels)*: είναι «ξενοδοχεία κατηγορίας 3, 4 ή 5 αστέρων εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και εντός ορίων οικισμών προ του 1923 ή κάτω των 2.000 κατοίκων, επί των οποίων, με τη μορφή δωματίων ή διαμερισμάτων επιτρέπεται η σύσταση οριζοντίων και καθέτων ιδιοκτησιών και η σύσταση ή μεταβίβαση ενοχικών και εμπραγμάτων δικαιωμάτων σε τρίτους».
- *Ξενοδοχειακά τουριστικά καταλύματα εντός παραδοσιακών κτισμάτων που προβλέπονται στο π.δ.33/1979*. Κάθε αναγκαία λεπτομέρεια σχετικά με την ίδρυση και τη λειτουργία τους καθορίζεται με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού.
- *Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα*:
 - *Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις (βίλες)*: ορίζονται ως «οι μονοκατοικίες, επιφάνειας τουλάχιστον 80 τ.μ., οι οποίες έχουν ανεξάρτητη εξωτερική προσπέλαση και παρουσιάζουν αυτοτέλεια οικοπέδου/γηπέδου και κτίσματος».
 - *Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες*: ορίζονται ως «οι μεμονωμένες ή σε συγκρότημα μονοκατοικίες, επιφανείας τουλάχιστον 40 τ.μ. έκαστη, με αυτοτέλεια λειτουργίας και ανεξάρτητη εξωτερική προσπέλαση».
 - *Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια - διαμερίσματα*: ορίζονται ως «οι εγκαταστάσεις διαμονής που διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή και σε διαμερίσματα ενός ή δύο ή περισσότερων χώρων με λουτρό.»

Τα τουριστικά καταλύματα γενικότερα κατατάσσονται σε κατηγορίες, έχουν δημιουργηθεί δηλαδή συστήματα διαβεβαίωσης της ποιότητάς τους (*quality assurance*), καθώς όπως είχαμε προαναφέρει, είναι σημαντικό να υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός κώδικας επικοινωνίας, με παγκόσμια εμβέλεια, που να αντανακλά το επίπεδο υπηρεσιών που αναμένει ο πελάτης και να δημιουργεί μια τυποποίηση στις διαδικασίες και στις παροχές τους. Στη χώρα μας, αρμόδιο όργανο για τη χορήγηση πιστοποιητικού κατάταξης και για την τήρηση του μητρώου διακριτών τίτλων είναι το Ξ.Ε.Ε.. Στην παρούσα μελέτη, θα επικεντρωθούμε στην κατηγορία των ξενοδοχείων, τα οποία κατατάσσονται σε πέντε (5) κατηγορίες αστέρων, σε αντιδιαστολή με τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια - διαμερίσματα που κατατάσσονται σε κατηγορίες κλειδιών. Με προεδρικό διάταγμα, ύστερα από πρόταση του Υπουργού Τουρισμού, καθορίζονται οι τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, ο τρόπος και η διαδικασία κατάταξής τους, τα βαθμολογούμενα κριτήρια, καθώς και κάθε άλλο σχετικό ζήτημα.

Συγκεκριμένα, και σύμφωνα με την υπ' αριθμόν 216 ΥΑ (ΦΕΚ 10 Β' / 9 Ιαν 15) τα ξενοδοχεία κατατάσσονται υποχρεωτικά σε πέντε (5) κατηγορίες αστέρων, με ανώτατη την κατηγορία των πέντε (5*) και κατώτατη την κατηγορία του ενός αστέρος (1*). Κάθε ξενοδοχείο κατατάσσεται σε μία από τις ανωτέρω κατηγορίες, εφόσον πληροί τις υποχρεωτικές προδιαγραφές και συγκεντρώνει τον ελάχιστο αριθμό μορίων που απαιτείται για την κατάταξη στην κατηγορία αυτή, βάσει επιλεγόμενων από την επιχείρηση προαιρετικών βαθμολογούμενων κριτηρίων. Οι υποχρεωτικές για κάθε κατηγορία αστέρων τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές και τα προαιρετικά βαθμολογούμενα κριτήρια ορίζονται στο παράρτημα της προαναφερθείσας υπουργικής απόφασης. Πιο συγκεκριμένα, σχετίζονται με το κτήριο, την υποδοχή και τους κοινόχρηστους χώρους, τις προδιαγραφές δωματίων και διαμερισμάτων, τον εξοπλισμό της κουζίνας (για τα διαμερίσματα), το λουτρό, την εστίαση, το κομμάτι της διασκέδασης - άθλησης - ψυχαγωγίας, τις λοιπές υπηρεσίες του ξενοδοχείου, τις ειδικές πιστοποιήσεις, το προσωπικό, την καθαριότητα και την υγιεινή, ενώ η τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει διάφορα θέματα που δεν εντάσσονται στις προαναφερθείσες κατηγορίες. Σύμφωνα με την ανωτέρω κατάταξη τα ξενοδοχεία λαμβάνουν και το αντίστοιχο Ειδικό Σήμα Λειτουργίας (ΕΣΛ) από τον Ε.Ο.Τ., το οποίο αποτελεί προαπαιτούμενο για την έναρξη της λειτουργίας τους.

Σε ορισμένες περιπτώσεις χορηγούνται και ειδικά σήματα σε κάποιες ξενοδοχειακές μονάδες, εφόσον πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια. Ενδεικτικό είναι το παράδειγμα των «*Boutique hotels*», τα οποία παρουσιάζουν έξαρση τα τελευταία χρόνια και στη χώρα μας. Το σχετικό σήμα αποτελεί πρωτοβουλία του Ξ.Ε.Ε. με απώτερο σκοπό την ποιοτική αναβάθμιση του ξενοδοχειακού προϊόντος και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού. Η απονομή του βασίζεται σε ένα αξιόπιστο σύστημα κριτηρίων που εγγυάται μια μοναδική εμπειρία διαμονής στους επισκέπτες. Κατ' αυτόν τον τρόπο, παρά το γεγονός ότι τα ξενοδοχεία που εντάσσονται σε αυτή την κατηγορία είναι εξ ορισμού διαφοροποιημένα, παράλληλα παρουσιάζουν κάποιους κοινούς παρανομαστές, όπως το μικρό μέγεθος, η ιδιαίτερη

αισθητική και προσωπικότητά τους και οι μοναδικές παροχές - υπηρεσίες που παρέχουν (<https://www.boutique-hotel.gr/>).

Κατ' αντιστοιχία, ειδικά σήματα χορηγούνται και σε μονάδες που φιλοξενούν κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού. Λόγου χάριν, σύμφωνα με το άρθρο 25 του Ν.4276/2014 (ΦΕΚ 155 Α') μία οινοποιητική ή οινοπαραγωγική εγκατάσταση χαρακτηρίζεται ως οινοτουριστική και εφοδιάζεται με «Σήμα επισκέψιμου οινοποιείου» από το Υπουργείο Τουρισμού, εφόσον: *«α) μέσα στα όρια της εγκατάστασης παρέχονται υπηρεσίες είτε ξενάγησης είτε υποδοχής και φιλοξενίας σε μη κύρια τουριστικά καταλύματα είτε εστίασης είτε το σύνολο των ως άνω υπηρεσιών και β) διαθέτει χώρους και εγκαταστάσεις ειδικών προδιαγραφών που διασφαλίζουν την επισκεψιμότητα.»*.

Το ίδιο ισχύει και για τις επιχειρήσεις αγροτουρισμού, στις οποίες, σύμφωνα με τον ίδιο νόμο, χορηγείται «Ειδικό Σήμα Αγροτουρισμού», με ειδικό λογότυπο, έπειτα από απόφαση του Υπουργού Τουρισμού ή των κατά τόπους εξουσιοδοτημένων Περιφερειακών Υπηρεσιών. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να πληρούν και σε αυτή την περίπτωση κάποια κριτήρια, σχετικά με τη μέγιστη επιτρεπόμενη δυναμικότητα σε κλίνες, την παράλληλη άσκηση αγροτικής ή μικτής αγροτικής εκμετάλλευσης, την παροχή στους επισκέπτες προϊόντων από το «Καλάθι Αγροτικών Προϊόντων» ή/και «Προϊόντων Οικοτεχνίας» της Περιφέρειας, όπως αυτά καθορίζονται από το οικείο Περιφερειακό Συμβούλιο κ.λπ.. Οι επιχειρήσεις αγροτουρισμού δύναται να παρέχουν: *«υπηρεσίες επίδειξης, ενημέρωσης, παρακολούθησης ή συμμετοχής σε δράσεις και δραστηριότητες που προωθούν την επαφή του επισκέπτη με την αγροτική ζωή, τη βιώσιμη αγροτική παραγωγή, τη γαστρονομία, τη γευσιγνωσία και την οινογνωσία και την προστασία της βιοποικιλότητας.»*.

3.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Ο τουρισμός, όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, είναι ένας από τους κλάδους με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη μεταπολεμικά και ιδίως τα τελευταία χρόνια, τουλάχιστον μέχρι και τις αρχές του 2020, όταν η λήψη περιοριστικών μέτρων σε παγκόσμια κλίμακα, με σκοπό τον περιορισμό της μετάδοσης του Covid-19, τον έθεσε ουσιαστικά σε αναστολή. Αυτό είναι εμφανές σε μια πληθώρα ερευνών και μελετών, ενώ είναι αποδεκτό και από το ευρύ κοινό παγκοσμίως. Πώς απεικονίζεται, όμως, αυτή η πρόοδος; Αποτιμάται αποκλειστικά σε οικονομικούς όρους; Μπορεί να γίνει σύγκριση της αποτελεσματικότητας μεταξύ χωρών όταν, όπως είναι προφανές, παρουσιάζουν τόσο διαφορετικά χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες;

Απαντήσεις σε τέτοιου είδους ή και πιο σύνθετα ζητήματα, θα πρέπει να αναζητηθούν πέρα από τις πιο απλές στατιστικές μελέτες, οι οποίες συνήθως απεικονίζουν μόνο μέσους όρους ή μεγέθη εκφρασμένα είτε σε χρηματικές μονάδες (π.χ. έσοδα) είτε σε πλήθος μονάδων (π.χ. διανυκτερεύσεις). Μια τέτοια αξιολόγηση πηγή, αποτελεί η αναφορά του World Economic Forum σχετικά με την Ταξιδιωτική και Τουριστική Ανταγωνιστικότητα (Travel & Tourism Competitiveness Report - TTCR), που εκδίδεται συνήθως κάθε 2 χρόνια, με την τελευταία να έχει εκδοθεί τον Σεπτέμβριο του 2019. Μετρά τους παράγοντες και τις πολιτικές που επιτρέπουν τη βιώσιμη ανάπτυξη του τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού, συνεισφέροντας στην ανάπτυξη και στην ανταγωνιστικότητα της κάθε χώρας. Υπάρχουν 4 υποδείκτες οι οποίοι με τη σειρά τους επιμερίζονται σε 14 στύλους αξιολόγησης στους οποίους κατανέμονται 90 μεμονωμένοι δείκτες (Εικόνα 1). Είναι σημαντικό να τονίσουμε, ότι η πλειοψηφία των δεικτών δεν σχετίζεται με οικονομικά στοιχεία, αλλά με κοινωνικά, περιβαλλοντικά και θέματα υποδομών. Κάθε ένας εξ αυτών βαθμολογείται με ελάχιστο το 1 και μέγιστο το 7 και στη συνέχεια εξάγονται οι αντίστοιχοι μέσοι όροι καταλήγοντας, ως αποτέλεσμα, στον Δείκτη Ταξιδιωτικής & Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (ΔΤΤΑ) / Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI).

Εικόνα 1: Σύσταση του Δείκτη TTCI (2019)



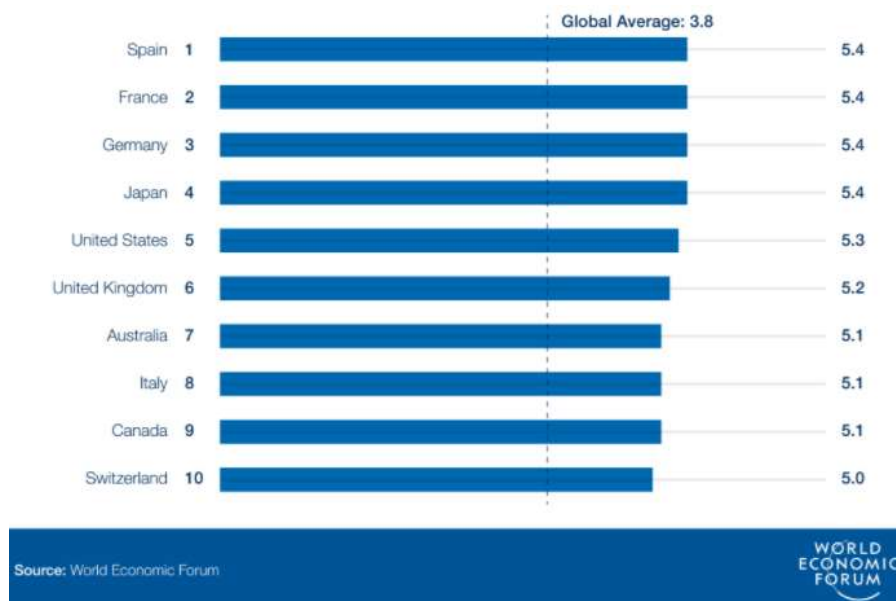
Με βάση αυτόν τον δείκτη καθίσταται δυνατή η σύγκριση της τουριστικής ανταγωνιστικότητας όχι μόνο μεταξύ χωρών αλλά ακόμα και ηπείρων (Εικόνες 2, 3 & 4). Αυτό που είναι εμφανές από τα στοιχεία του WEF, είναι ότι αρκετές από τις χώρες της Αφρικής, καθώς και κάποιες της Νότιας Αμερικής και της Ασίας υστερούν σημαντικά στο συγκεκριμένο κομμάτι. Βέβαια, σε κάποιες περιπτώσεις, αυτό καταδεικνύει ότι υπάρχουν πολύτιμοι φυσικοί πόροι που δεν έχουν αξιοποιηθεί ακόμα και κατ' επέκταση ότι έχουν πολύ μεγαλύτερα περιθώρια βελτίωσης σε αρκετούς τομείς.

Εικόνα 2: Κατάσταση της Παγκόσμιας Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (TTCI 2019)



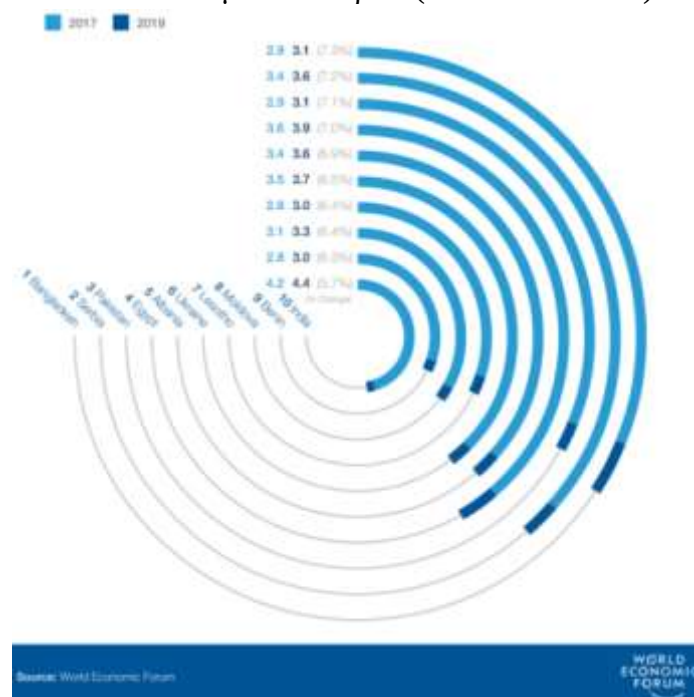
Πηγή: WEF

Εικόνα 3: Top 10 Χωρών βάσει της Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας Παγκοσμίως (TTCI 2019)



Πηγή: WEF

Εικόνα 4: Top10 των πιο Βελτιωμένων Χωρών (TTCI 2017-2019)



Πηγή: WEF

3.2 ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στον τουρισμό, ενώ αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους τουριστικούς προορισμούς της Ευρώπης καθώς διαθέτει πλούσια πολιτισμική και ιστορική κληρονομιά. Ενδεικτικά, μπορούμε να αναφέρουμε την ύπαρξη 134 αρχαιολογικών μουσείων ανά την επικράτεια, με πληθώρα ευρημάτων από διάφορες ιστορικές περιόδους, ενώ η UNESCO έχει αναγνωρίσει 18 μνημεία της χώρας μας ως μνημεία της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Επιπρόσθετα, η μεγάλη ακτογραμμή της Ελλάδας είτε αναφερόμαστε στα νησιά είτε στα παράλια (2^η στον κόσμο σε αναλογία ακτογραμμής-εμβαδού μετά τη Νορβηγία), σε συνδυασμό με το εύκρατο κλίμα, αποτελούν τον ιδανικό συνδυασμό για την προσέλκυση τουριστών κυρίως κατά τους θερινούς μήνες. Η χώρα μας προσελκύει κυρίως άτομα που διαμένουν σε χώρες στις οποίες είτε επικρατεί πιο ψυχρό κλίμα είτε δεν υφίσταται παραλιακό μέτωπο και ακτές αξιοποιήσιμες για τουριστικούς σκοπούς. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι η Μεγάλη Βρετανία και η Γερμανία είναι οι δύο πρώτες, σε κατάταξη, χώρες προέλευσης τουριστών για τη χώρα μας τα τελευταία χρόνια.

Έχοντας υπ' όψιν όσα προαναφέρθηκαν, πάμε να εξετάσουμε στοιχεία σχετικά με τον τουρισμό στην Ελλάδα, σύμφωνα με δεδομένα που έχει συγκεντρώσει το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) από φορείς όπως η ΕΛΣΤΑΤ, το Ξ.Ε.Ε., το ΜΗ.Τ.Ε. και η ΤτΕ. Παρακάτω, βλέπουμε επιγραμματικά τα βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού, όπως διαμορφώθηκαν για το έτος 2019 (Εικόνα 5).

Εικόνα 5: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (2019)

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2019	
Συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ	20,8% (INTEC)
Συνολική συμμετοχή στην απασχόληση	21,7% της συνολικής απασχόλησης (WITC)
Συνολική Απασχόληση	946.390 (WITC)
Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	17,7 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [TE]
Αφίξεις μη κατοίκων	31,3 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	564 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρα)
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφορές	70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [EE]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	10.121 ξενοδοχεία / 798.650 κλίνες [EE]
Τοπ 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (8.810.593), Ηράκλειο (3.256.490), Ρόδος (2.365.820), Θεσσαλονίκη (2.307.587), Χέριαρο (1.463.288) [ΔΑΑ, Airport Greece & YPIA]

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Με μια πρώτη ανάγνωση, δύο είναι τα σημεία που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Το πρώτο πράγμα που παρατηρεί κάποιος, είναι ότι ο τουρισμός αποτελεί πολύ σημαντικό κλάδο της ελληνικής οικονομίας, τόσο από άποψη συμμετοχής στο ΑΕΠ της χώρας όσο και στη συνολική απασχόληση, με ποσοστά 20,8% και 21,7% αντίστοιχα. Το δεύτερο σημείο που αξίζει να σταθούμε, είναι τα υψηλά επίπεδα τόσο

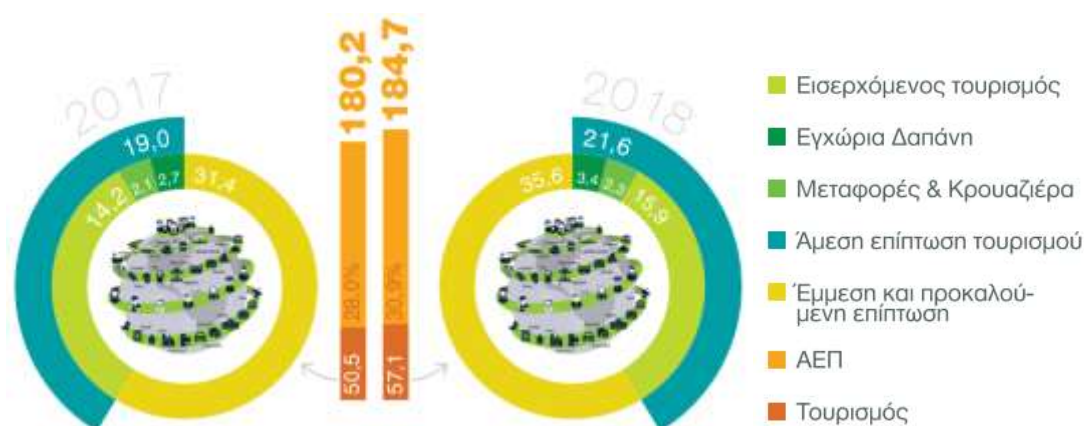
της χρονικής όσο και της χωρικής συγκέντρωσης του τουρισμού στη χώρα μας, καθώς το 56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται σε διάρκεια μόλις τριών μηνών (Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο), ενώ το 70% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε τέσσερις μόλις περιοχές της Ελλάδας, ήτοι σε Νότιο Αιγαίο, Κρήτη, Ιόνια Νησιά και Κεντρική Μακεδονία, κάτι που θα εξετάσουμε αναλυτικότερα και στη συνέχεια.

Πιο συγκεκριμένα και σύμφωνα με τη μελέτη του (INSETI, 2020) έχουμε ότι για το 2019:

- Ο τουρισμός συνέβαλε άμεσα στην οικονομία της χώρας με 23,4 δισ. €, ενώ συνολικά (άμεσα και έμμεσα) συνέβαλε κατά 51,6 δισ. € έως 62,1 δισ. €. Η άμεση δραστηριότητα του τουρισμού αντιστοιχεί στο 12,5% του ΑΕΠ και η συνολική από 27,5% έως 33,1%.
- Η αύξηση της άμεσης συνεισφοράς του τουρισμού εκτιμάται σε 2,3 δισ. € (ή +10,9%) σε σύγκριση με το 2018, όταν η συνολική αύξηση του ΑΕΠ το 2019 ήταν 2,7 δισ. €.
- Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις από τον τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων των εισπράξεων από τις μεταφορές, κάλυψαν το 89% του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών. Οι εισπράξεις αυτές, ισούνται με το 78% των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξάγει η χώρα, εξαιρουμένων των εισπράξεων από εξαγωγή πλοίων και καυσίμων.
- Στην αιχμή της τουριστικής περιόδου, οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό αντιστοιχούσαν άμεσα στο 17,1% της απασχόλησης και συνολικά (άμεσα και έμμεσα) μεταξύ 37,6% και 45,2%.
- Ο τουριστικός τομέας, είχε σημαντική επενδυτική δραστηριότητα ύψους 3,2 δισ. € εκ των οποίων τα 1,2 δισ. € σε εγχώρια προστιθέμενη αξία.

Ο τουρισμός αποτελεί πολύ σημαντικό κλάδο της ελληνικής οικονομίας και πιο συγκεκριμένα, για το έτος 2018, ήταν ο 8ος σε κατάταξη από τους 64 διασυνδεδεμένους κλάδους της χώρας. Όπως βλέπουμε και στην **Εικόνα 6** η άμεση (21,6 δισ. €) και η έμμεση (35,6 δισ. €) συμβολή του τουρισμού για το 2018 ανήλθε στο 30,9% του ΑΕΠ, ενώ κατά το ίδιο έτος για κάθε 1,00 € τουριστικού εσόδου, προέκυψαν πολλαπλασιαστικά οφέλη για το ΑΕΠ της χώρας ύψους 2,65 €. Στη συνέχεια και στην **Εικόνα 7**, βλέπουμε τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώθηκαν οι τουριστικές αφίξεις στη χώρα μας ανάλογα με το μέσο μεταφοράς που επιλέχθηκε από τους τουρίστες.

Εικόνα 6: Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας (2017-2018)



Πηγή: (INSETE, 2019)

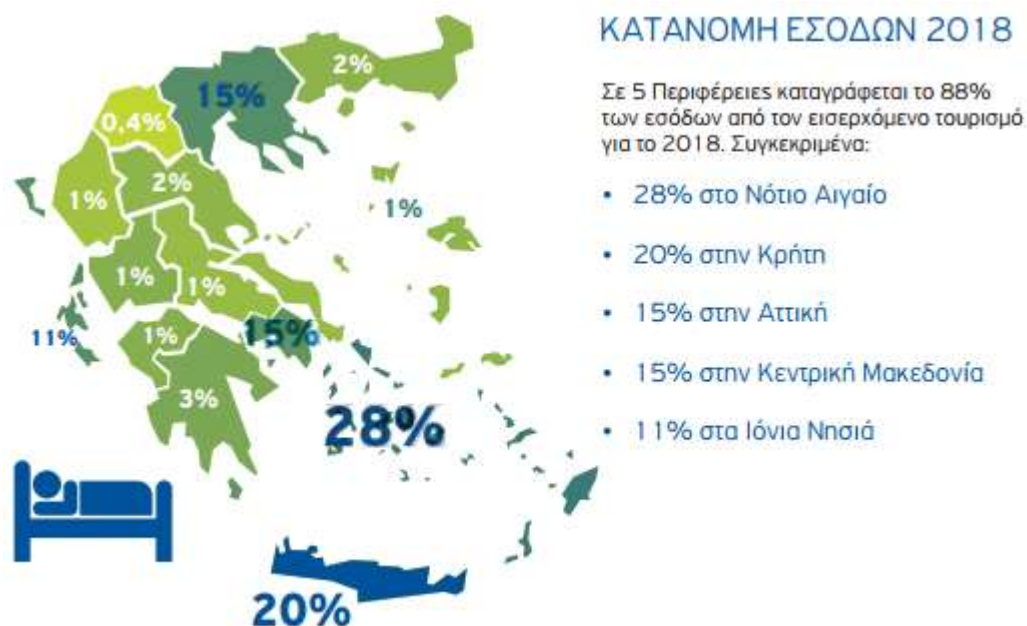
Εικόνα 7: Τουριστικές Αφίξεις στην Ελλάδα (2017-2018)



Πηγή: (INSETE, 2019)

Αυτό που μπορούμε, όμως, να παρατηρήσουμε από την ίδια μελέτη είναι ότι η κατανομή των εσόδων από τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά ανισομερής. Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται και από την **Εικόνα 8**, το 28% των εσόδων καταγράφεται στην περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου, το 20% σε αυτή της Κρήτης, από 15% σε Αττική και Κεντρική Μακεδονία, το 11% στην περιφέρεια Ιονίων Νήσων, ενώ σε όλες τις υπόλοιπες περιφέρειες καταγράφονται εξαιρετικά μικρά ποσοστά των συνολικών εσόδων της χώρας. Δηλαδή περίπου το 88% των εσόδων που προέρχονται από τον εισερχόμενο τουρισμό για το 2018 καταγράφεται σε πέντε μόλις περιφέρειες.

Εικόνα 8: Κατανομή Εσόδων από τον Εισερχόμενο Τουρισμό στην Ελλάδα (2018)



Πηγή: (INSETE, 2019)

Ως προς τη χωρική συγκέντρωση που παρατηρείται στον τομέα του τουρισμού στη χώρα μας, μπορούμε να σχηματίσουμε μια πληρέστερη εικόνα λαμβάνοντας υπ' όψιν και τα στοιχεία της μελέτης του (INSETE, 2019). Είναι αξιοσημείωτο ότι οι Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου, Κρήτης, Ιονίων Νήσων, Κεντρικής Μακεδονίας και Αττικής αντιπροσώπευαν το 77% του δυναμικού της χώρας σε ξενοδοχειακά δωμάτια για το 2018 (Εικόνα 9).

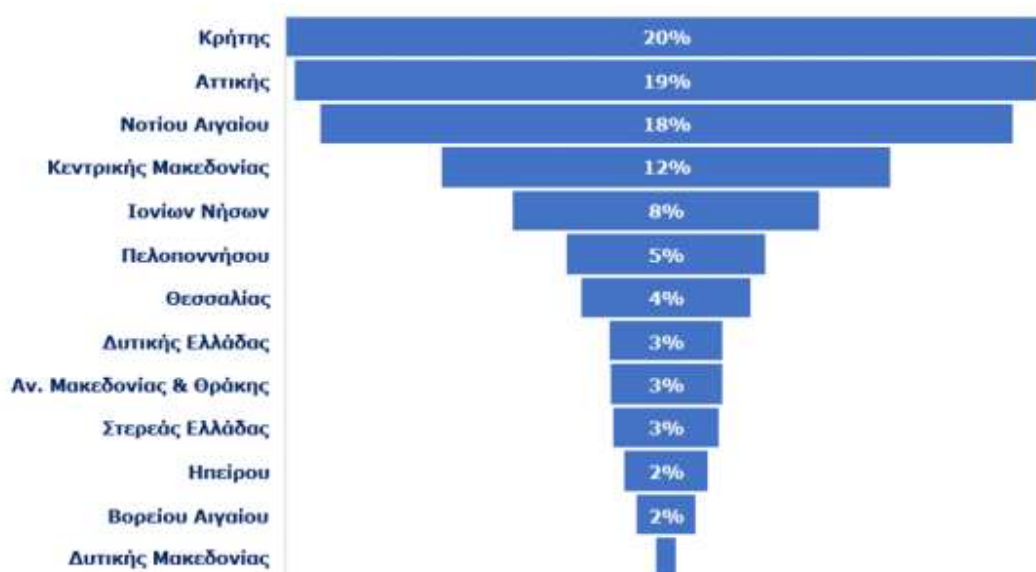
Εικόνα 9: Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχειακών Δωματίων ανά Περιφέρεια (2018)



Πηγή: (INSETE, 2019)

Κατά αναλογία και η ποσοστιαία κατανομή του όγκου των αφίξεων για την ίδια χρονιά καταγράφεται στα ξενοδοχειακά καταλύματα των Περιφερειών της Κρήτης (20%), της Αττικής (19%), του Νοτίου Αιγαίου (18%), της Κεντρικής Μακεδονίας (12%) και των Ιονίων Νήσων (8%) (**Εικόνα 10**). Δηλαδή οι ίδιες 5 Περιφέρειες αντιπροσωπεύουν και το 77% των συνολικών αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα για το 2018.

Εικόνα10: Ποσοστιαία Κατανομή των Αφίξεων σε Ξενοδοχειακά Καταλύματα ανά Περιφέρεια (2018)



Πηγή: (INSETE, 2019)

Το πόσο μεγάλη είναι η σημασία του τουρισμού για ορισμένες από τις προαναφερθείσες περιφέρειες εμφανίζεται και από την **Εικόνα 11**, όπου απεικονίζεται η συμβολή του στο συνολικό ΑΕΠ έκαστης Περιφέρειας. Αυτό, όμως, σαν γεγονός έχει και μια δεύτερη ανάγνωση, κάθε άλλο παρά επιθυμητή. Μπορεί να μεταφραστεί ως ισχυρή εξάρτηση των εν λόγω Περιφερειών και των τοπικών κοινωνιών - κυρίως του Νοτίου Αιγαίου, των Ιονίων Νήσων και της Κρήτης - από τον τουρισμό, αφού τουλάχιστον η μισή, περίπου, αξία του παραγόμενου προϊόντος σε αυτές οφείλεται στην τουριστική δραστηριότητα. Επομένως, στις εν λόγω περιφέρειες δεν έχουμε ιδιαίτερη διαφοροποίηση (*diversification*) του παραγόμενου προϊόντος, κάτι το οποίο μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομία και κοινωνία σε περίπτωση που συμβεί κάποιο έκτακτο γεγονός που θα επηρεάσει τον κλάδο. Αυτό ακριβώς αποδείχθηκε πρόσφατα και στην πράξη, με την εφαρμογή μέτρων σε παγκόσμιο επίπεδο για τον περιορισμό της εξάπλωση του νέου στελέχους του κορωνοϊού Covid-19, τα οποία επέφεραν ένα ισχυρό πλήγμα στον κλάδο των ταξιδιωτικών μεταφορών και κατ' επέκταση του τουρισμού.

**ΑΜΕΣΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΟ ΑΕΠ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ 2018**

Σε τρεις από αυτές τις Περιφέρειες, η άμεση τουριστική δραστηριότητα αντιπροσωπεύει 1 στα 2 ευρώ – ή και περισσότερο - που παράγουν οι Περιφέρειες αυτές. Συγκεκριμένα:

- 97% στο Νότιο Αιγαίο
- 71% στο Ιόνιο
- 47% στην Κρήτη



Περιφέρεια	Αμεση Συμβολή στο ΑΕΠ (%)
Νότιο Αιγαίο	97%
Ιόνιο	71%
Κρήτη	47%
Αττική	12%
Βόρεια Πελοπόννησος	9%
Πελοπόννησος	7%
Δυτική Πελοπόννησος	7%
Βόρεια Ελλάδα	6%
Κεντρική Ελλάδα	4%
Ανατολική Ελλάδα	4%
Βόρεια Ελλάδα	3%
Κεντρική Ελλάδα	3%
Βόρεια Ελλάδα	3%
Βόρεια Ελλάδα	2%
Βόρεια Ελλάδα	1%

Από την ίδια μελέτη (INSETE, 2019) μπορούμε να αντλήσουμε δεδομένα και ως προς τη χρονική συγκέντρωση που παρουσιάζει η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα, η οποία όπως παρατηρούμε στην **Εικόνα 12** είναι ιδιαίτερα έντονη. Συγκεκριμένα, το 58% των εσόδων και το 55% των αφίξεων των εισερχόμενων τουριστών το 2018 πραγματοποιήθηκαν κατά το 3^ο τρίμηνο του έτους, έναντι 62% και 57% αντίστοιχα το 2017. Κατ' αναλογία το 49% των εσόδων και το 44% των αφίξεων κρουαζιέρας το 2018 πραγματοποιήθηκαν κατά το 3^ο τρίμηνο του έτους, έναντι 48% και 59% αντίστοιχα το 2017. Εκ των ανωτέρω, συνάγεται ότι η χώρα μας δεν αποτελεί εξαίρεση, αλλά μάλλον ακολουθεί την παγκόσμια τάση που θέλει τον τουρισμό να εμφανίζει έντονη εποχικότητα, η οποία όπως έχουμε προαναφέρει σχετίζεται με φαινόμενα μαζικότητας τα οποία κυριαρχούν κατά τις καλοκαιρινές διακοπές.

Επισκοπότητα εισερχομένου τουρισμού

2017

57%

62%

Επισκοπότητα Κρουαζιέρας

59%

48%

Αξίες του 3ου τριμήνου • Έσοδα του 3ου τριμήνου

2018

55%

58%

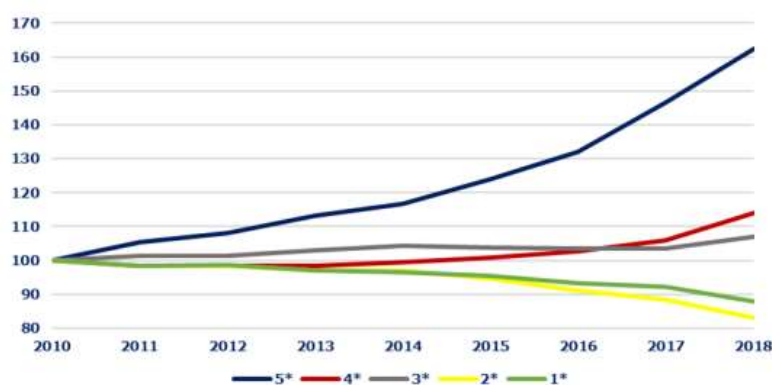
44%

49%

~ 35 ~

Όσον αφορά στη διαχρονική εξέλιξη των ξενοδοχειακών δωματίων στο σύνολο της χώρας κατά την περίοδο 2010 - 2018, από το διάγραμμα της **Εικόνας 13** παρατηρούμε μεγάλη αύξηση σε αυτά των 5* (+62%), μια μικρότερη αύξηση στα 4* (+14%) και στα 3* (+7%), ενώ έχουμε μείωση στα 2* (-17%) και 1* (-12%). Παρατηρείται λοιπόν, μια ισχυρή τάση αύξησης των δωματίων 5*, τα οποία συνδέονται με την παροχή πιο υψηλών προδιαγραφών ή «χλιδάτων» υπηρεσιών με το ανάλογο αντίτιμο, σε αντίθεση με τα δωμάτια 2* και 1*, στα οποία ισχύει το αντίθετο όσον αφορά στη σχέση παρεχόμενων υπηρεσιών - τιμής, τα οποία όπως βλέπουμε σταδιακά μειώνονται. Η παρατήρησή μας αυτή συνάγει με το αφήγημα περί προσέλκυσης «ποιοτικού τουρισμού», το οποίο κυριαρχεί τα τελευταία χρόνια στον δημόσιο λόγο στη χώρα μας.

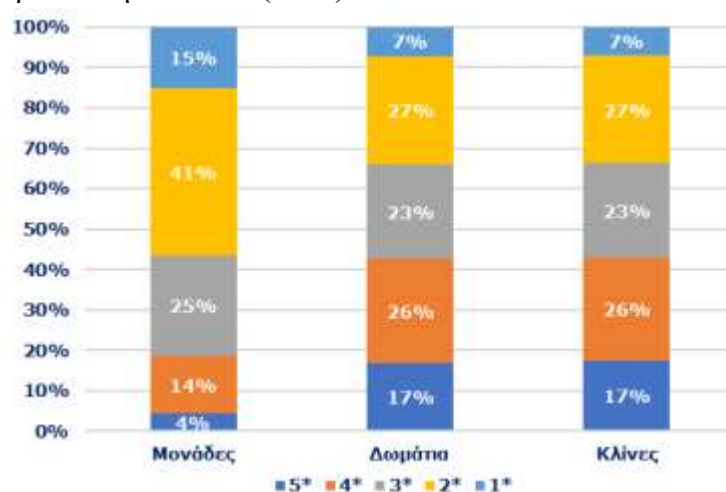
Εικόνα13:Εξέλιξη των Ξενοδοχειακών Δωματίων στο Σύνολο της Ελλάδας 2010-2018, (έτος βάσης: 2010 = 100)



Πηγή: ΞΕΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

Η τελική διάρθρωση που προκύπτει από τις προαναφερθείσες μεταβολές απεικονίζεται στην **Εικόνα 14**. Αυτό που μπορούμε να παραθέσουμε ως συμπέρασμα από τη μελέτη του (INSETTE, 2019), είναι ότι παρόλο που τα 5* αντιπροσωπεύουν μόλις το 4% των ξενοδοχειακών μονάδων εντούτοις κατέχουν το 17% των δωματίων και το 17% των κλινών, ενώ επιπλέον στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (35%) και Κρήτης (22%) απαντώνται τα περισσότερα ξενοδοχεία 5*, αντιπροσωπεύοντας το 57% του συνόλου για το 2018.

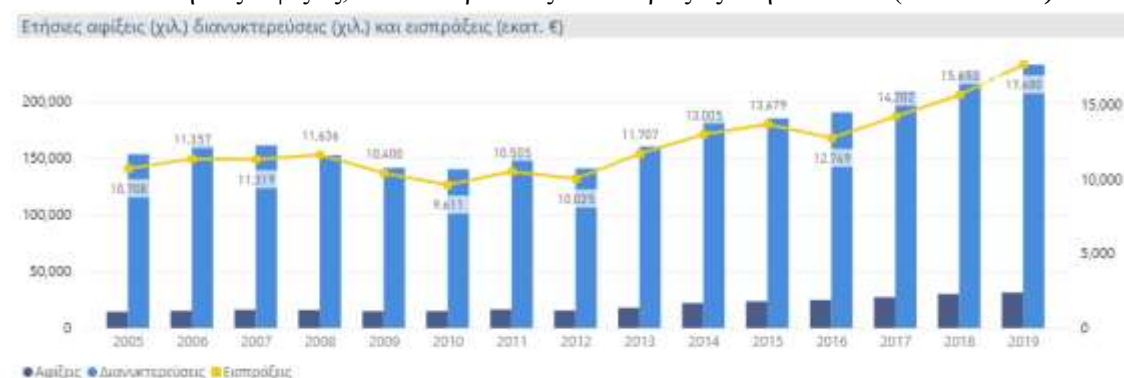
Εικόνα 14: Κατανομή Ξενοδοχειακών Μονάδων Δωματίων και Κλινών ανά Κατηγορία Αστεριών στην Ελλάδα (2018)



Πηγή: ΜΗΤΕ, ΞΕΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Πάμε στη συνέχεια, να εξετάσουμε την πορεία του ελληνικού τουρισμού σε μεγαλύτερο βάθος χρόνου, ώστε να αποκτήσουμε μια εικόνα για την εξέλιξή του διαχρονικά.

Εικόνα 15: Ετήσιες Αφίξεις, Διανυκτερεύσεις & Εισπράξεις στην Ελλάδα (2005 - 2019)



Πηγή: INSETE

Εξετάζοντας το παραπάνω γράφημα (Εικόνα 15) και τα δεδομένα που το υποστηρίζουν, παρατηρούμε τη συνεχή αύξηση των αφίξεων και μια γενικώς αυξητική τάση, αλλά με κάποιες διακυμάνσεις ενδιάμεσα, στις διανυκτερεύσεις και στις εισπράξεις. Συγκεκριμένα, μπορούμε να αναφέρουμε ότι παρόλο που οι αφίξεις την περίοδο 2005-2019 αυξήθηκαν κατά +117,9%, οι αυξήσεις που καταγράφηκαν στις διανυκτερεύσεις και στα έσοδα ήταν αισθητά χαμηλότερες, +51,5% και +64,8% αντίστοιχα. Άξια αναφοράς είναι η διψήφια αύξηση (+15,5%) του αριθμού των αφίξεων που καταγράφεται στα έτη 2013 (έτος ανάκαμψης του ελληνικού τουρισμού) και 2014 (+23,0%), ενώ σε αντιδιαστολή παρατηρούμε ότι η μισή αύξηση στα έσοδα που εισπράχθηκαν κατά τα το έτος 2019 σε σχέση με αυτά του 2005, ήτοι το +32,4%, επιτεύχθηκε κατά την τριετία 2017-2019. Όσον αφορά στην χρονική συγκέντρωση, και τα τρία μεγέθη εμφανίζουν διαχρονικά έντονη εποχικότητα κατά την τουριστική

σεζόν, ήτοι το δεύτερο και τρίτο τρίμηνο του έτους (Q2 & Q3). Συγκεκριμένα κατά το έτος 2019, το 79,8% των αφίξεων, το 83,6% των διανυκτερεύσεων και το 84,8% των εισπράξεων καταγράφεται την τουριστική περίοδο, εποχικότητα η οποία, όπως καταλήγουν οι εν λόγω αναφορές του ΙΝΣΕΤΕ, είναι συνυφασμένη με το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν «ήλιος & θάλασσα» που αποτελεί τη ναυαρχίδα του ελληνικού τουρισμού. Τέλος, αξίζει να αναφέρουμε ότι το 2019, τόσο οι αφίξεις όσο και οι διανυκτερεύσεις αλλά και τα έσοδα έφτασαν σε νέα επίπεδα ρεκόρ (ΑΤΗ) από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων της ΤΤΕ.

Εικόνα 16: ΜΚΔ, ΜΔΔ & ΜΔΠ Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα (2005 - 2019)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Όσον αφορά στους βασικούς δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού, σε αντίθεση με τα βασικά μεγέθη, παρατηρούμε ότι σε γενικές γραμμές βαίνουν μειούμενοι (Εικόνα 16), με ιδιαίτερα έντονη τη μείωση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής (ΜΔΠ) που οδηγεί και σε αντίστοιχη πτώση της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης (ΜΚΔ), ενώ οριακή είναι η μείωση της Μέσης Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση (ΜΔΔ). Αντίθετα ως προς αυτή την τάση, κατά την τριετία 2017-2019 παρατηρείται ανάκαμψη και στους δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού, με εξαίρεση τη ΜΔΠ, που ούτως ή άλλως αποτελεί παγκόσμια τάση. Επίσης, οι υψηλότερες τιμές σε όλους τους δείκτες, όπως είναι λογικό, καταγράφονται και πάλι κατά την τουριστική περίοδο.

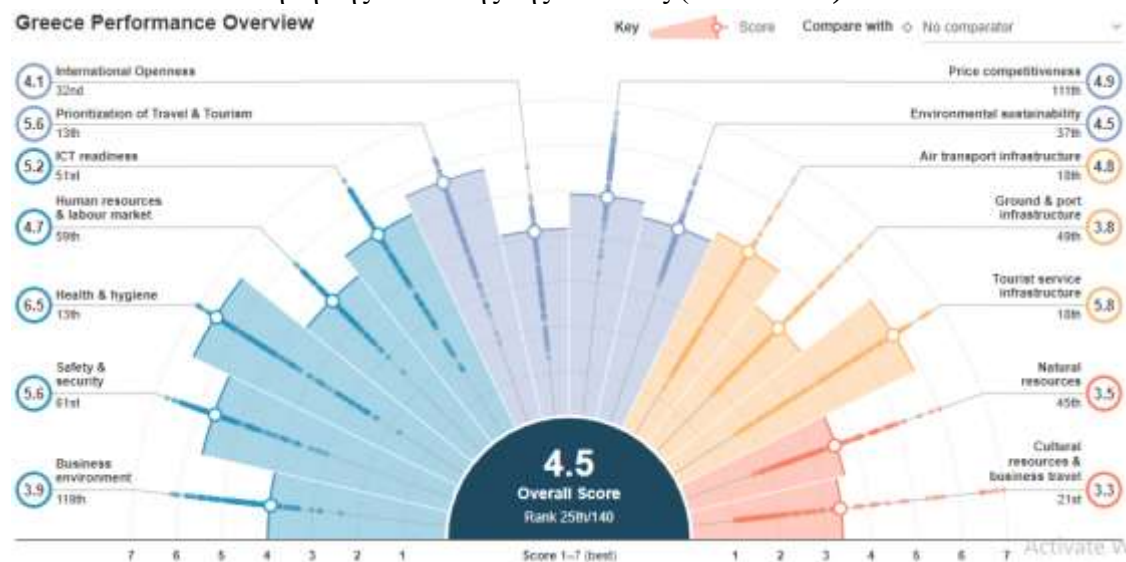
Πού βρισκόμαστε όμως σε σχέση με τη διεθνή κοινότητα; Είναι μια παράμετρος που θα πρέπει να έχουμε πάντα στο μυαλό μας, καθώς είναι έκδηλο ότι ο ανταγωνισμός στον κλάδο είναι διεθνής. Για τον σκοπό αυτό θα εξετάσουμε την επίδοση της Ελλάδας σύμφωνα με το TTCR του 2019 το οποίο έχουμε προαναφέρει.

Σχεδιάγραμμα 6: Βαθμολογία και Κατάταξη της Ελλάδας σύμφωνα με τον TTCI



Πηγή: WEF

Εικόνα 17: Επισκόπηση της Επίδοσης της Ελλάδας (TTCI 2019)



Πηγή: WEF

Πάμε, λοιπόν, να δούμε τις επιδόσεις της Ελλάδας από την πρώτη χρονιά έκδοσης της συγκεκριμένης αναφοράς μέχρι και σήμερα. Στο παραπάνω διάγραμμα (**Σχεδιάγραμμα 6**) βλέπουμε την αξιολόγησή της να έχει μια πτωτική πορεία από το 2007 μέχρι και το 2015 κάτι που αντικατοπτρίζεται και στην κατάταξή της μεταξύ των υπόλοιπων χωρών παγκοσμίως. Από κει και πέρα, έχουμε μια ανάταση τόσο στη βαθμολογία όσο και στην κατάταξη της χώρας μας. Πάντως σε γενικές γραμμές, η χώρα μας βρίσκεται στις υψηλές θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης. Συγκεκριμένα για το 2019 βρίσκεται στην 25η θέση παγκοσμίως με βαθμολογία 4,5 (**Εικόνα 17**), ενώ για την ίδια χρονιά κατατάχθηκε στην 15η θέση στην ευρύτερη περιφέρεια της Ευρώπης και Ευρασίας, στην οποία και εντάσσεται.

Στην **Εικόνα 18** μπορούμε να δούμε λίγο πιο αναλυτικά τις επιδόσεις της Ελλάδας σε σχέση με τις χώρες που την ανταγωνίζονται άμεσα στον τομέα του τουρισμού, κυρίως λόγω χωροθέτησης, δηλαδή αυτές της νότιας Ευρώπης. Επειδή οι βαθμολογίες, ως απόλυτοι αριθμοί, δεν δίνουν κάποια ιδιαίτερα αξιοποιήσιμη πληροφορία, τα χρώματα αντανακλούν την κατάταξη της βαθμολογίας που επιτυγχάνει κάθε χώρα σε κάθε κελί, σε σχέση με τον μέσο όρο των βαθμολογιών, για το ίδιο κελί, όλων των χωρών που συμπεριλαμβάνονται στην εν λόγω αναφορά. Ως εκ τούτου, εύκολα εντοπίζουμε μια χτυπητή αδυναμία της Ελλάδας, η οποία είναι το επιχειρηματικό περιβάλλον, κάτι το αναμενόμενο λαμβάνοντας υπ' όψιν το ευμετάβλητο και ασταθές, κατά γενική ομολογία, φορολογικό και οικονομικό περιβάλλον της χώρας μας και τη γραφειοκρατία που επικρατεί. Ένας δεύτερος τομέας στον οποίο υστερεί η Ελλάδα είναι η ανταγωνιστικότητα των τιμών, κάτι που φαίνεται ότι αποτελεί αδύναμο κρίκο για τη συγκεκριμένη περιοχή γενικότερα με εξαίρεση την Τουρκία. Αντιθέτως, στα θετικά συγκαταλέγονται οι καλές επιδόσεις σε υγεία και υγιεινή, στο κατά πόσο θεωρείται προτεραιότητα για τη χώρα ο τουρισμός, στις υποδομές αερομεταφορών, στις τουριστικές υπηρεσίες (διαμονή, διατροφή, επικοινωνία), όπως επίσης και στο πολιτιστικό περιβάλλον.

Εικόνα 18: Επίδοση της Ελλάδας σε Σχέση με τις Άμεσα Ανταγωνίστριες Χώρες (TTCI 2019)

	Global Rank	ENABLING ENVIRONMENT					T&T POLICY & ENABLING CONDITIONS				INFRASTRUCTURE			NATURAL & CULT. RESOURCES	
		Business Environment	Safety & Security	Health & Hygiene	Human Resources & Labor Market	ICT Readiness	Travel-related T&T	T&T Openness	Price Competitiveness	Business Sustainability	Air Transport Infrastructure	Ground & Port Infrastructure	Tourist Service Infrastructure	Natural Resources	Cultural Res. & Business Environment
Spain	1	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
Italy	8	3.8	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2
Portugal	12	3.5	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
Greece	20	3.2	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8
Croatia	27	3.0	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
Malta	35	2.8	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2
Turkey	42	2.5	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
Cyprus	44	2.2	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8	2.8
Southern Europe Average		3.4	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7	3.7

Πηγή: WEF

3.3 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ-ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Ν. ΑΙΓΑΙΟΥ

Η κατάταξη των νήσων καθορίζεται με το άρθρο 4 της υπ' αριθμ. 67659/09.12.2013 ΚΥΑ των Υπουργών Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής, Οικονομικών, Εσωτερικών, Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, Πολιτισμού και Αθλητισμού, Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, Τουρισμού και Ναυτιλίας και Αιγαίου με τίτλο «Έγκριση τροποποίησης Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και της Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων αυτού» (ΦΕΚ 3155 Β').

Εικόνα 19: Γεωγραφική Αποτύπωση Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου



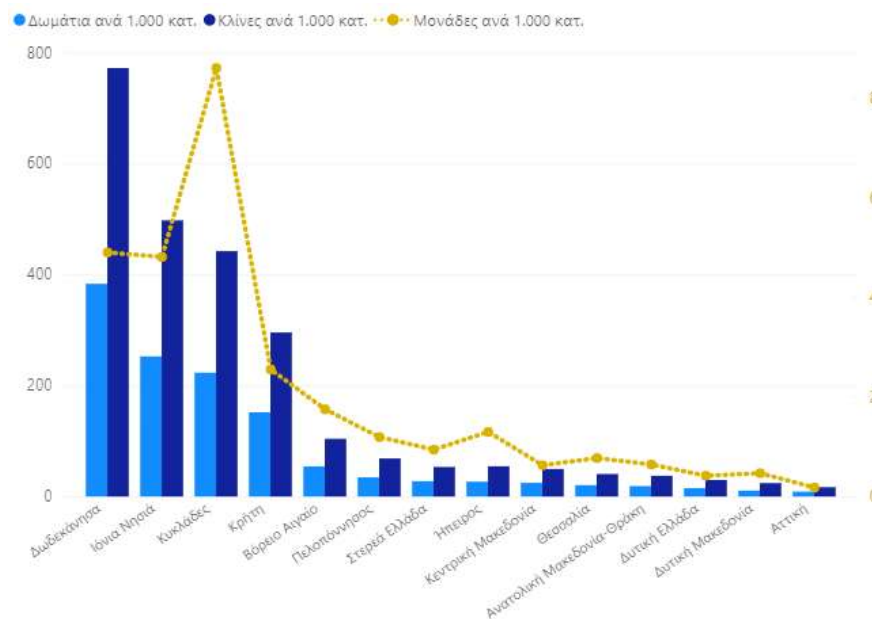
Πηγή: (INSETE, 2019)

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (ΠΝΑ) βρίσκεται στο Νοτιοανατολικό άκρο της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης και διοικητικά περιλαμβάνει τα νησιωτικά συμπλέγματα των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων (**Εικόνα 19**). Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου έχει συνολική έκταση 5.286 km² και καλύπτει το 4% της συνολικής έκτασης της χώρας, με έδρα την Ερμούπολη στη Σύρο. Εκτείνεται σε μία μεγάλη θαλάσσια ζώνη, από τις ακτές της Αττικής (Μακρόνησος) έως τα νότια παράλια της Τουρκίας (Καστελόριζο). Διαθέτει συνολική επιφάνεια ακτών 5.055 km², με συνολικό μήκος ακτογραμμής 3.281 km. Αποτελείται από 79 νησιά, από τα οποία κατοικούνται τα 48, και 178 βραχονησίδες. Στο μεγαλύτερο ποσοστό τους τα νησιά της Περιφέρειας του Νοτίου Αιγαίου είναι μικρά και δεν έχουν ζώνες με μεγάλες υψομετρικές διαφορές και γι' αυτό τον λόγο η βλάστηση που σχηματίζεται σε αυτά είναι συνήθως χαμηλή, ενώ εντοπίζονται και περιορισμένα δάση. Οι κλιματολογικές συνθήκες της περιφέρειας διακρίνονται από ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια, το χαρακτηριστικό κλίμα του Αιγαίου δηλαδή.

Έχουμε ήδη δει την περιφερειακή κατανομή των εσόδων αλλά και τη συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου σε σχέση με το τι συμβαίνει στην υπόλοιπη χώρα (**Εικόνα 8 & Εικόνα 11**). Πάμε, όμως, να δούμε και κάποια στοιχεία που θα μας βοηθήσουν να αποκτήσουμε μια εικόνα σχετικά και με τα θέματα της χωρικής συγκέντρωσης και της επίδρασης στους τόπους υποδοχής, τα οποία επιδιώκουμε να συμπεριλάβουμε στην προσέγγισή μας στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας. Μελετώντας τα διαγράμματα των **Εικόνων 20 & 21**, παρατηρούμε ότι η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, η οποία παρουσιάζεται με τις καταχωρίσεις Δωδεκάνησα και Κυκλάδες, είναι από αυτές που εμφανίζουν ιδιαίτερα υψηλές τιμές στους υπό εξέταση δείκτες, γεγονός που μεταφράζεται σε ισχυρές πιέσεις προς τις τοπικές κοινωνίες και το φυσικό περιβάλλον. Από την άλλη πλευρά βέβαια, παρατηρούμε ότι και τα αντίστοιχα οικονομικά οφέληματα για την περιφέρεια (**Εικόνες 22 & 23**) είναι από τα υψηλότερα σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της χώρας. Πάντως, χάρη στη διακριτή απεικόνιση των Δωδεκανήσων και των Κυκλάδων προκύπτει ένα ενδιαφέρον συμπέρασμα: ότι στα Δωδεκάνησα τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα είναι

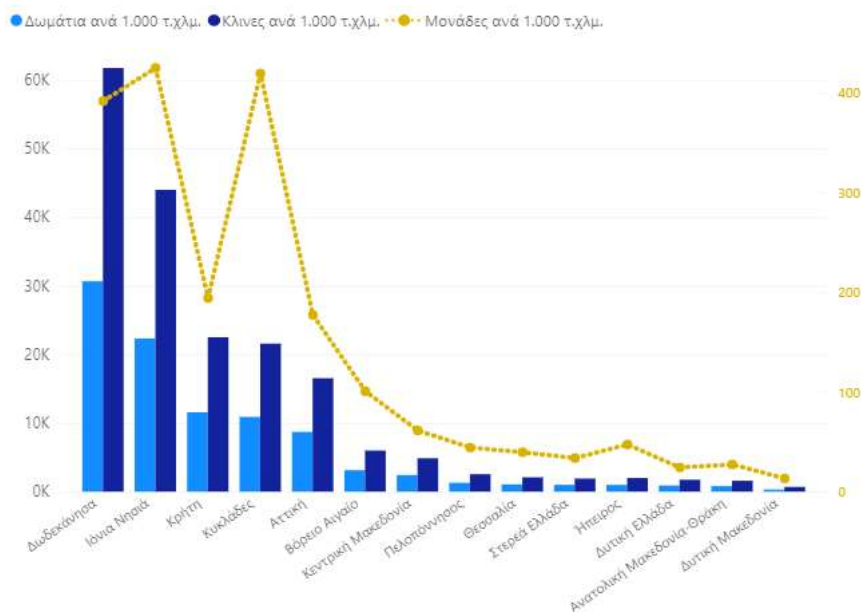
κατά μέσο όρο μεγαλύτερα σε σχέση με αυτά των Κυκλάδων, καθώς με τον ίδιο περίπου αριθμό μονάδων ανά 1.000 τ. χλμ. και με λιγότερες μονάδες ανά 1.000 κατοίκους η αντίστοιχη αναλογία των δωματίων και κλινών στα Δωδεκάνησα είναι πολύ μεγαλύτερη συγκριτικά με τις Κυκλάδες. Γεγονός που μπορεί να οφείλεται στη μορφολογία των νησιών και στην τοπική αρχιτεκτονική, καθώς τα νησιά των Κυκλάδων είναι πολύ πιο πυκνοκατοικημένα ενώ δεν υπάρχει και κάποιο νησί αντίστοιχου μεγέθους με αυτό της Ρόδου, αλλά ενδεχομένως και στον τρόπο που αναπτύχθηκε ο τουρισμός σε κάθε νησί – οργανωμένη ανάπτυξη αλυσίδων σε αντιδιαστολή με την «εξώθηση» των κατοίκων να εμπλακούν εξαιτίας των αυξημένων οικονομικών κινήτρων που συνεπάγεται η υψηλή ζήτηση.

Εικόνα 20: Μονάδες, Δωμάτια και Κλίνες ανά 1.000 Κατοίκους (2019)



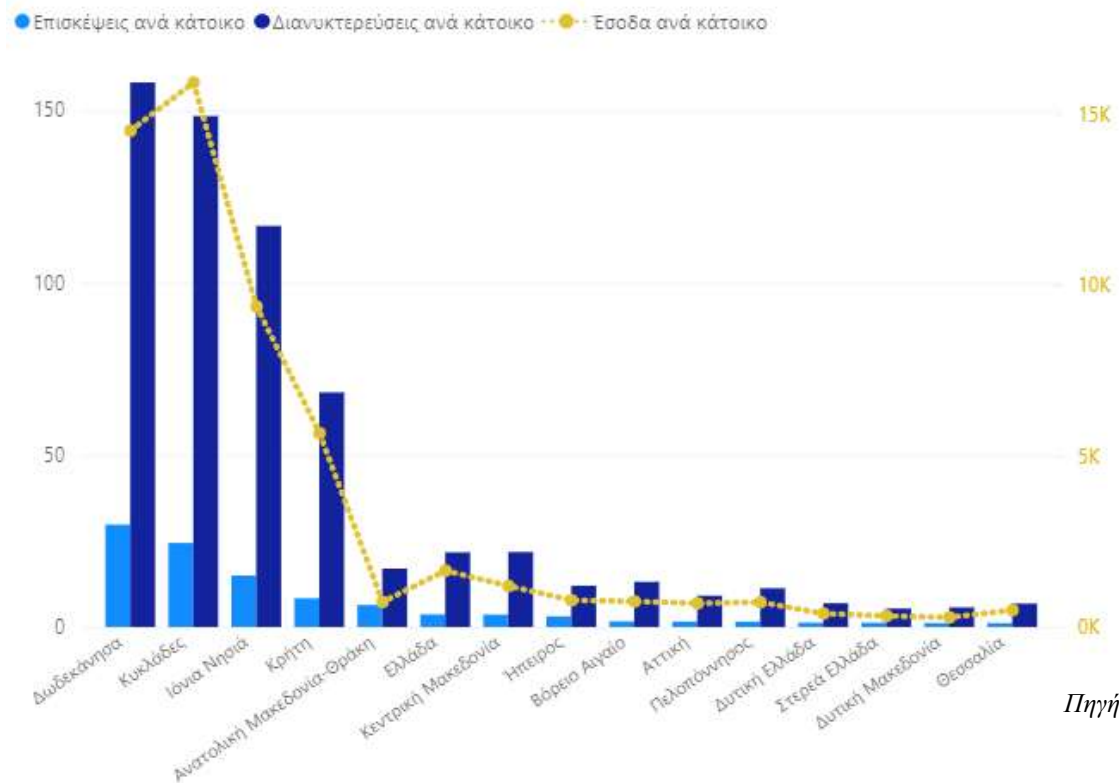
Πηγή: INSETE

Εικόνα 21: Μονάδες, Δωμάτια και Κλίνες ανά 1.000 τ. χλμ. (2019)



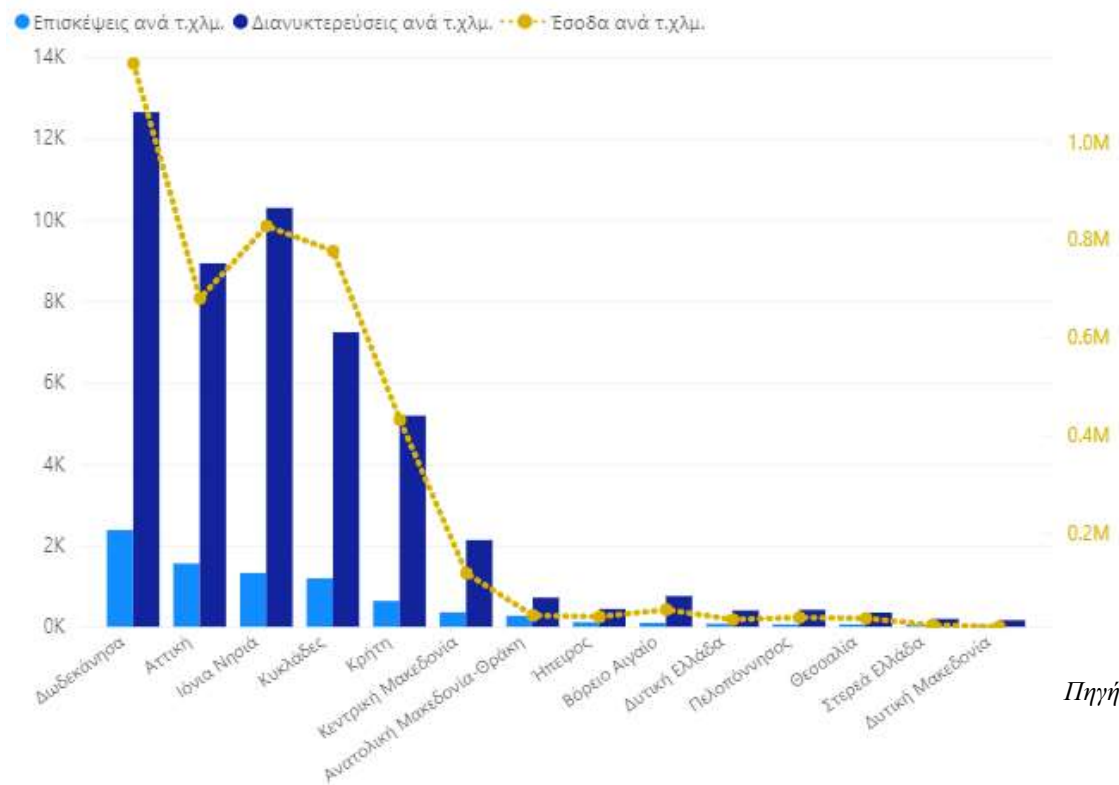
Πηγή: INSETE

Εικόνα 22: Επισκέψεις, Διανυκτερεύσεις και Έσοδα ανά Κάτοικο (2019)



Πηγή: INSETE

Εικόνα 23: Επισκέψεις, Διανυκτερεύσεις και Έσοδα ανά τ. χλμ. (2019)



Πηγή: INSETE

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου χωρίζεται σε 13 Περιφερειακές Ενότητες, μία εκ των οποίων είναι αυτή της Θήρας που περιλαμβάνει τα νησιά της Σαντορίνης, της Ίου, της Ανάφης, της Σικίνου και της Φολεγάνδρου και κατέχει τη μερίδα του λέοντος όσον αφορά στο ξενοδοχειακό δυναμικό των Κυκλάδων (INSETE, 2019), ενώ έχει συνολική έκταση 312,7 km² και έδρα τη Θήρα. Το λιμάνι του Αθηνιού είναι το κεντρικό λιμάνι της Θήρας, καθώς εξυπηρετεί την επιβατική αλλά και εμπορευματική κίνηση του νησιού (τόσο με τον Πειραιά όσο και με τα γύρω νησιά), ενώ παρέχει και τη δυνατότητα ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων και σκαφών αναψυχής. Βρίσκεται στους πρόποδες της καλντέρας σε απόσταση 8 km από τα Φηρά, την πρωτεύουσα του νησιού, και 7 km από το Διεθνές Αεροδρόμιο της Σαντορίνης.

Η Σαντορίνη, όμως, δεν αποτελούσε ανέκαθεν τον δημοφιλή τουριστικό προορισμό που έρχεται στο μυαλό όλων μας στο άκουσμα και μόνο του ονόματός της σήμερα. Κατά το παρελθόν, οι κάτοικοί της στηρίζονταν στην αγροτική παραγωγή και μάλιστα, λόγω του ότι η γη δεν είναι κατάλληλη για όλα τα είδη καλλιεργειών (π.χ. σιτηρών), ζούσαν εξαιρετικά φτωχικά. Τα ιδιαίτερα στοιχεία του εδάφους από την ηφαιστειακή τέφρα, σε συνδυασμό με το κλίμα ευνοεί περιορισμένα είδη καλλιεργειών, με χαρακτηριστικά παραγόμενα προϊόντα με παράδοση στη Σαντορίνη να είναι το κρασί, η μικρόκαρπη ντομάτα και η φάβα. Για να τα καταφέρουν, βέβαια, οι αγρότες του νησιού έπρεπε να προσαρμοστούν στις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει η Σαντορίνη, όπως η ιδιαίτερη μορφολογία του εδάφους και οι ισχυροί άνεμοι που επικρατούν στο Αιγαίο. Μάλιστα, έτσι προέκυψε κι ένας μοναδικός τρόπος κλαδέματος των αμπελιών σε σχήμα κουλούρας, καταλήγοντας να θυμίζουν καλάθια, έτσι ώστε να μην καταστρέφονται οι καρποί από τους ισχυρούς ανέμους. Ενδεικτικό εκείνης της πιο φτωχικής περιόδου για το νησί είναι ότι η παροιμία «κάποιο λάκκο έχει η φάβα», που χρησιμοποιούμε μέχρι και σήμερα, έχει καταβολές από τη Σαντορίνη. Προέκυψε από το γεγονός ότι κατά το μαγείρεμά της η φάβα απορροφάει το λάδι - το οποίο καθώς δεν παραγόταν στο νησί ήταν ακριβό και άρα δυσεύρετο για τους κατοίκους του - με αποτέλεσμα να αναρωτιούνται αν υπάρχει κάποιος λάκκος και γι' αυτό τον λόγο εξαφανίζεται το λάδι από την κατσαρόλα (<https://www.mixanitouxronou.gr/tag/σαντορίνη/>).

Η αλλαγή στον προσανατολισμό της Σαντορίνης - με αποτέλεσμα εν τέλει την ολική της μεταμόρφωση - ξεκίνησε κατά τη δεκαετία του '70. Ενδεικτικό της κατάστασης που επικρατούσε στο νησί πριν την έξαρση του τουρισμού, αν και κάπως οξύμωρο, είναι ότι όταν ξεκινούσαν οι ανασκαφές στο Ακρωτήρι τη δεκαετία του '60 οι κάτοικοι του χωριού δεν είχαν τουαλέτες στα σπίτια τους, ενώ ο υπό ανασκαφή οικισμός διέθετε κανονικά αποχετευτικό σύστημα ήδη από την εποχή του χαλκού! Είναι από τις περιπτώσεις που ουσιαστικά η ζήτηση δημιούργησε την προσφορά· ζήτηση η οποία δημιουργήθηκε κυρίως λόγω της ξεχωριστής φυσικής ομορφιάς του νησιού, της μοναδικής θέας που προσφέρει, αλλά και των σπουδαίων αρχαιολογικών ευρημάτων που ήρθαν στο φως μετά από ανασκαφές, όπως ο προϊστορικός οικισμός στην περιοχή του Ακρωτηρίου, που προστατεύτηκε και διατηρήθηκε από τα

ηφαιστειακά υλικά που τον κάλυψαν έπειτα από την έκρηξη του ηφαιστείου της Θήρας κατά το τελευταίο τέταρτο του 17ου π.Χ. αιώνα.

Ο πρώτος εκσυγχρονισμός της Σαντορίνης ξεκίνησε μετά τον μεγάλο σεισμό του 1956 με την ανοικοδόμηση των σπιτιών που είχαν υποστεί ζημιές, τα οποία ήταν κυρίως τα πλούσια καπετανόσπιτα, ενώ τα υπόσκαφα σπίτια των πιο φτωχών κατοίκων διατηρήθηκαν άθικτα. Κατά τα χρόνια που ακολούθησαν άρχισαν να επισκέπτονται το νησί τα πρώτα κρουαζιερόπλοια, αλλά και διάσημα πρόσωπα της εποχής, γεγονός που συνέβαλε στην προβολή του νησιού στο εξωτερικό δημιουργώντας τις πρώτες τουριστικές ροές. Ενδεικτικό της κατάστασης που επικρατούσε κατά τα πρώτα έτη που άρχισε να διαδίδεται η φήμη της Σαντορίνης ως τουριστικός προορισμός, είναι ότι οι επισκέπτες διανυκτέρευαν ακόμα και σε ταράτσες σπιτιών, καθώς δεν υπήρχαν διαθέσιμα δωμάτια. Τα χρόνια που ακολούθησαν, η προσφορά καταλυμάτων αυξήθηκε σε μια προσπάθεια να ικανοποιηθεί η ζήτηση και σταδιακά φτάσαμε μέχρι το σήμερα, με τη Σαντορίνη να αποτελεί έναν ευρέως αναγνωρίσιμο τουριστικό προορισμό ανά την υφήλιο.

4.1 ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός ως μια δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου αναφέρεται σε μια σειρά αλληλοεξαρτώμενων διαδικασιών και διακρίνεται ως προς τη φύση του σε τρεις διαστάσεις (Κομίλης Π. & Βαγιόνης Ν., 1999):

- *Την οικονομική διάσταση*, που αφορά στις διαδικασίες παραγωγής και κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών τα οποία ανταλλάσσονται μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών.
- *Την κοινωνική - πολιτιστική διάσταση*, περιλαμβάνοντας διαδικασίες αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας μεταξύ διαφόρων κοινωνικών ομάδων (ντόπιων - οικονομικών μεταναστών - τουριστών) με διαφορετικά πολιτιστικά χαρακτηριστικά.
- *Τη χωρική - περιβαλλοντική διάσταση*, που περιλαμβάνει τις διαδικασίες δημιουργίας, χρήσης και διαχείρισης των φυσικών και ανθρωπογενών πόρων σε συγκεκριμένο χρόνο καθώς και τους όρους και περιορισμούς ως προς τον τύπο της τουριστικής ανάπτυξης.

Όπως είχαμε αναφερθεί στον πολιτισμό για να παρουσιάσουμε καλύτερα κάποιες ιδιαιτερότητες του τουρισμού (για παράδειγμα σε ό,τι έχει να κάνει με την πληροφόρηση των δυνητικών καταναλωτών), κατ' αντιστοιχία θα τον χρησιμοποιήσουμε και για να αναπαραστήσουμε πιο γλαφυρά τις επιπτώσεις του. Σύμφωνα με όσα αναφέρει ο (Mossetto Gianfranco, 1993) οι άνθρωποι γενικά, αλλά και οι οικονομολόγοι ειδικότερα, θεωρούν ότι ο πολιτισμός είναι κάτι καλό, γεγονός που εξηγεί την καταφανή έλλειψη ενδιαφέροντος στη διεθνή βιβλιογραφία για διερεύνηση της σχέσης «culture and waste», δηλαδή του πολιτισμού και των αρνητικών επιπτώσεων που μπορεί να έχει στο περιβάλλον του. Χωρίς να εμπλακούμε σε κρίσεις σχετικά με το αν ένα πολιτισμικό προϊόν είναι καλό ή κακό, μπορούμε να πούμε ότι πολιτισμός είναι ένα σύνολο επιλογών σχετικά με την ποιότητα που μπορούν να έχουν διαφορετικές οικονομικές επιπτώσεις στην κοινωνική ευημερία. Από εκεί και πέρα, μπορεί να επιδρά αρνητικά στο περιβάλλον συμβάλλοντας στην ρύπανσή του, είτε στο κοινωνικό σύνολο μέσα από την άκρατη εξάπλωση του λεγόμενου δημοφιλούς πολιτισμού (*pop culture*), ο οποίος πολλές φορές μπορεί να δρα εις βάρος του τοπικού πολιτισμού και της συλλογικής αισθητικής του τόπου. Επομένως, ο πολιτισμός μπορεί να έχει είτε θετικό είτε αρνητικό αντίκτυπο στην ποιότητα, η οποία με τη σειρά της επηρεάζει ανάλογα την κοινωνική ευημερία· στην πρώτη περίπτωση είναι ευεργετικός, ενώ στη δεύτερη επιζήμιος. Κάτι ανάλογο ισχύει και με τον τουρισμό, οι επιδράσεις του οποίου σε κάθε μία από τις τρεις διαστάσεις του που προαναφέραμε, αναλύονται στη συνέχεια.

4.1.1 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Η διεθνής πρακτική απέδειξε ότι κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη ή μεγέθυνση της οικονομίας της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Τα κυριότερα οικονομικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την ανάπτυξη του τουρισμού είναι: η εισροή συναλλάγματος, η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, η δημιουργία εισοδημάτων για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό που απασχολείται στην τουριστική βιομηχανία και όχι μόνο, καθώς τα άτομα που απασχολούνται σε αυτή παρουσιάζουν ικανοποιητικά εισοδήματα, με αποτέλεσμα την αύξηση των καταναλωτικών τους δαπανών, την τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας στην περιφέρεια και τη δημιουργία εσόδων για το κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση (Βελισσαρίου Ε., 2002). Κατά συνέπεια, συνεισφέρει στην αύξηση του Α.Ε.Π. μιας χώρας, στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αύξηση των εσόδων ενός κράτους μέσω της φορολογίας, στην περιφερειακή ανάπτυξη και στην πραγματοποίηση επενδύσεων για την ανάπτυξη τουριστικών και μη υποδομών, ενισχύοντας την ιδιωτική πρωτοβουλία και την επιχειρηματικότητα, έχοντας παράλληλα πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία.

Το *ταξιδιωτικό ισοζύγιο* είναι μία από τις κατηγορίες που συμπεριλαμβάνονται στον υπολογισμό του *ισοζυγίου πληρωμών*, μέσω του οποίου καταγράφεται η εισροή και εκροή κεφαλαίων από και προς την εν λόγω χώρα κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου (συνήθως ενός έτους). Κατ' αυτόν τον τρόπο μπορεί να μετρηθεί το «καθαρό» οικονομικό αποτέλεσμα του τουρισμού σε μια χώρα. Για τον υπολογισμό του, όμως, λαμβάνεται υπ' όψιν ο όρος του ταξιδιού που είναι ευρύτερος από αυτόν του τουρισμού. Κατά συνέπεια συνυπολογίζεται η επίδραση ταξιδιωτών που δεν αποτελούν τουρίστες, όπως για παράδειγμα συνοριακοί φύλακες, εποχιακοί και άλλοι βραχυχρόνιοι εργαζόμενοι, άτομα που διέρχονται συχνά τα σύνορα και βρίσκονται στο σύνηθες περιβάλλον τους, φοιτητές που παρακολουθούν μαθήματα εκτός της χώρας διαμονής τους μακροχρόνια και ασθενείς που υποβάλλονται μακροχρόνια σε θεραπεία εκτός της χώρας διαμονής τους. Παρόλα αυτά, αποτελεί μια σημαντική ένδειξη σχετικά με την επίδραση του τουρισμού στα μακροοικονομικά μεγέθη μιας εθνικής οικονομίας. (Τσάρτας Π. Λαγός Δ. Σταυρινούδης Θ. Πρωΐου Ε., 2014)

Παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός ενισχύει σημαντικά την απασχόληση καθώς αποτελεί τομέα παροχής υπηρεσιών εντάσεως εργασίας, παρουσιάζει το πρόβλημα της έντονης εποχικότητας, συνήθως κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου, ενώ παράλληλα ενισχύεται η ανειδίκευτη εργασία. Ενδεχομένως, για κάποιους να συνιστά ένα συμπληρωματικό ή εναλλακτικό εισόδημα. Όμως για άλλους, συνεπάγεται ότι θα πρέπει να εξασφαλίζουν τα απαραίτητα για τη διαβίωσή τους για ολόκληρο το έτος εργαζόμενοι ιδιαίτερα έντονα για κάποιους μήνες, καθώς κάθε χρονιά περιλαμβάνει μακρά χρονικά διαστήματα κατά τα οποία παραμένουν άνεργοι. Αυτή η εποχικότητα έχει περαιτέρω συνέπειες, καθώς πολλοί εργαζόμενοι στον τομέα του τουρισμού είναι δικαιούχοι επιδόματος ανεργίας από τα αρμόδια ταμεία στο πλαίσιο του ρόλου του

κοινωνικού κράτους, επιβαρύνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τον προϋπολογισμό καθώς αυξάνονται οι κρατικές δαπάνες.

Επιπρόσθετα, η ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας σε μια χώρα είναι πιθανό να συνοδεύεται από διαρθρωτικές αλλαγές στην οικονομία της και στην απασχόληση, με σημαντικότερη όλων τη μετατόπιση της εστίασής της από τον πρωτογενή στον τριτογενή τομέα. Αυτό το γεγονός επιφέρει αλλαγές και στον τρόπο αξιοποίησης της γης. Εφόσον αναδειχθούν πιο προσοδοφόροι τρόποι αξιοποίησής της, όπως συμβαίνει με τον τουρισμό, ο ανταγωνισμός για την απόκτησή της ανεβάζει τις τιμές γης αυξάνοντας τις πληθωριστικές πιέσεις στην οικονομία (Γεωργούλη Στ., 2019).

4.1.2 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Οι αναλύσεις των κοινωνικών και πολιτιστικών επιπτώσεων του τουρισμού στους τόπους υποδοχής είναι οι πιο δυσεύρετες, καθώς τη μερίδα του λέοντος καταλαμβάνουν αυτές που αφορούν στον οικονομικό τομέα. Παρόλα αυτά, ο τουρισμός επηρεάζει άμεσα την κοινωνία και τον πολιτισμό του τόπου υποδοχής τουριστών, προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στην κοινωνική δομή της τοπικής κοινωνίας. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται εντονότερα στις νησιωτικές και ορεινές περιοχές, καθώς δεν είναι τόσο ανεπτυγμένες οικονομικά όσο τα αστικά κέντρα και οι μόνιμοι κάτοικοι σε αυτές είναι αναλογικά λίγοι σε σχέση με τους επισκέπτες, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα. Κατ' αυτόν τον τρόπο διαμορφώνεται μια νέου τύπου αστικοποιημένη κοινωνική δομή λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, δηλαδή κατά τη μετάλλαξη τους από άγνωστες τοποθεσίες σε τουριστικούς προορισμούς (Τσάρτας Π., 1996β). Σύμφωνα με έρευνες της κοινωνιολογίας του τουρισμού, η κοινωνική αλλαγή συσχετίζεται με το είδος και τα επιμέρους στάδια της τουριστικής ανάπτυξης ενός τόπου, δηλαδή από το στάδιο της αρχικής ανακάλυψης μιας περιοχής από μεμονωμένους τουρίστες, την τυποποίηση των ομάδων ταξιδιωτών, τη δραστηριότητα των οργανισμών μετακίνησης τουριστών και τη δραστηριοποίηση των ντόπιων για τη δημιουργία τουριστικών υποδομών και ανωδομών, μέχρι το τελικό στάδιο της ολοκλήρωσης της τουριστικής υποδομής, της πλήρους τουριστικής οργάνωσης και των αφίξεων επισκεπτών μέσω τουριστικών πακέτων. Από τη στιγμή της πρώτης εμφάνισης τουριστών σε κάποιον τόπο μέχρι την ανάπτυξή του και τη μετατροπή του σε τουριστικό προορισμό αλλάζει το είδος των τουριστών που φιλοξενεί, καθώς αυτοί που τον επισκέπτονταν αρχικά, βαθμιαία αποχωρούν και στη θέση τους επικρατούν οι οργανωμένοι τουρίστες (Γεωργούλη Στ., 2019).

Επιπρόσθετα, ο τουρισμός έχει επιφέρει τεράστιες μεταβολές στην εικόνα και στο status κάποιων περιοχών. Είναι χαρακτηριστικό, ότι τουλάχιστον μέχρι τα μέσα του προηγούμενου αιώνα τα γεωτεμάχια με χώμα, που μπορούσαν δηλαδή να καλλιεργηθούν, θεωρούνταν προνομιακά, ενώ αυτά των οποίων το έδαφος ήταν αμμώδες ήταν υποτιμημένα καθώς θεωρούνταν σχεδόν άχρηστα, ανεξάρτητα από την τοποθεσία τους. Αυτό το status quo ανατράπηκε εντελώς με τη ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού, καθιστώντας περιζήτητες περιοχές που μέχρι τότε ήταν παραμελημένες

λόγω γεωγραφικής απομόνωσης, ακαταλληλότητας για βιομηχανική ανάπτυξη, υποβαθμισμένου αγροτικού τομέα κ.λπ.. Κατά συνέπεια, στους τόπους όπου αναπτύχθηκε έντονη τουριστική δραστηριότητα - ιδιαίτερα στην ύπαιθρο και στα νησιά - με την αύξηση των εισοδημάτων και της απασχόλησης και τη διεύρυνση της παραγωγικής βάσης των οικονομιών τους, επιτεύχθηκε η συγκράτηση της τάσης για μετανάστευση που σταδιακά οδηγεί στην πληθυσμιακή ερήμωση, ενώ αντίθετα σε πολλές περιπτώσεις παρατηρήθηκε το φαινόμενο της μετακόμισης νέων κυρίως ατόμων σε τουριστικούς προορισμούς για το διάστημα της τουριστικής περιόδου με σκοπό την εύρεση εργασίας.

Σε συνάρτηση με τη μεταβολή του status των τουριστικών προορισμών επέρχονται ανάλογες αλλαγές και στους τοπικούς πληθυσμούς. Με την τουριστική ανάπτυξη και τα υψηλά εισοδήματα που αποδίδει, προκαλείται τάχιστα ο εκχρηματισμός τους, αλλάζουν ριζικά τα οικονομικά δεδομένα με αποτέλεσμα να δημιουργούνται νέες οικονομικές τάξεις ενώ η μεσαία τάξη ενισχύεται, παραμελούνται παραδοσιακές οικονομικές δραστηριότητες της τοπικής κοινωνίας η οποία αντιμετωπίζει μια μορφή διάσπασης μεταξύ αυτών που παραμένουν προσκολλημένοι στις παραδόσεις της αγροτικής περιφέρειας και εκείνων που εκσυγχρονίζονται προσαρμοζόμενοι στις νέες απαιτήσεις της τουριστικής ανάπτυξης και ενισχύεται η κοινωνική και επαγγελματική κινητικότητα, με την κοινωνική θέση των κατοίκων να αποσυνδέεται από μη οικονομικά κριτήρια τα οποία στο παρελθόν απέτρεπαν κάτι τέτοιο. Η επαγγελματική κινητικότητα που προαναφέραμε χαρακτηρίζεται από τη στροφή των κατοίκων από τα επαγγέλματα του πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία) προς εκείνα του τριτογενή (τουρισμός, εμπόριο), από την απασχόληση των κατοίκων σε δύο ή και τρία επαγγέλματα αλλά με κυρίαρχο το εισόδημα που προέρχεται από τον τουρισμό και από την επιστροφή των μεταναστών και παράλληλα τη μετανάστευση ατόμων στον τόπο αναφοράς τα οποία δεν κατάγονται από αυτόν με σκοπό να επενδύσουν στον τουρισμό. Όλοι οι παραπάνω παράγοντες συμβάλλουν στην αλλαγή της επαγγελματικής διάρθρωσης της περιοχής (Γεωργούλη Στ., 2019).

Η έλευση τουριστών, αλλά και οικονομικών μεταναστών κατά την τουριστική περίοδο, επηρεάζει σημαντικά τον τόπο υποδοχής και σε πολιτιστικό επίπεδο. Η επαφή και η δυνατότητα επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες έχουν ως αποτέλεσμα την ανταλλαγή απόψεων, την προβολή του τοπικού πολιτισμού, των παραδόσεων, των ηθών και των εθίμων, την προσαρμογή σε διαφορετικούς τρόπους ζωής, αλλά και γενικότερα την καλύτερη επικοινωνία, αλληλοκατανόηση και συνεργασία (Ποδηματάς Δημήτριος, 2008), αλλά και την εδραίωση βάσεων για ειρηνική συνύπαρξη μεταξύ τους. Από την άλλη πλευρά, και ιδίως σε περιοχές που η έλευση των τουριστών είναι αθρόα, παρατηρούνται φαινόμενα κοινωνικών παρεκκλίσεων. Δηλαδή έχουμε ως αποτέλεσμα, ανάλογα και με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των κοινωνιών υποδοχής, την εμπορευματοποίηση του πολιτισμού, που μπορεί να οδηγήσει στην παρουσίασή του με μια «σκηνοθετημένη αυθεντικότητα» και στη φθορά του, και την εμφάνιση φαινομένων όπως η κοινωνική επίδειξη με την προβολή υλικών αγαθών, η αύξηση της κατανάλωσης αλκοόλ και της

εγκληματικότητας, ο τζόγος, η σεξουαλική ελευθεριότητα και η πορνεία, με επιπτώσεις όπως η πολιτισμική και η θρησκευτική αλλοτρίωση, η ξενοφοβία, η διάβρωση των ηθών και η χαλάρωση του κοινωνικού ιστού που προστατεύει τα άτομα από έκνομες ενέργειες. Η δυνατότητα προσαρμογής της κοινωνίας υποδοχής στην αποδοχή του τουρισμού εξαρτάται, όπως προαναφέραμε, σε μεγάλο βαθμό από ποιοτικές παραμέτρους, όπως η κοινωνική και επαγγελματική κατάσταση του τοπικού πληθυσμού, το μορφωτικό και το βιοτικό του επίπεδο, καθώς και η ανθεκτικότητα των κοινωνικών και ηθικών του αξιών (Ηγουμενάκης Ν. Κραβαρίτης Κ. & Λύτρας Π., 1998).

4.1.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η σχέση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος είναι εξ ορισμού ιδιάζουσα, καθώς τόσο το φυσικό όσο και το ανθρωπογενές περιβάλλον συνιστούν σημαντικό μέρος του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος κάθε προορισμού και ως εκ τούτου, τα στοιχεία αυτά καθίστανται αλληλένδετα μεταξύ τους. Ενώ η αλληλεξάρτησή τους μπορεί να θεωρηθεί δεδομένη, οι περιπτώσεις κατά τις οποίες τα έσοδα από τον τουρισμό διοχετεύονται σε προσπάθειες προστασίας και διαφύλαξης του περιβάλλοντος ή συνδυάζονται με τέτοιου είδους δράσεις είναι μέχρι σήμερα περιορισμένες, καθώς στις πλείστες των περιπτώσεων, στον βωμό του χρήματος επιτελείται μια ανάπτυξη άναρχη, αλόγιστη, χωρίς σχέδιο ή οργάνωση. Κατ' αυτόν τον τρόπο, οι επιδράσεις της συνήθως δεν διερευνώνται επαρκώς, παρά το γεγονός ότι πολλές φορές δρα επιβαρυντικά ως προς το περιβάλλον το οποίο αποτελεί ουσιαστικό κομμάτι του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Μιλώντας για τέτοιου είδους επιβαρυντικές επιδράσεις συνήθως αναφερόμαστε στη ρύπανση του περιβάλλοντος. Με τον όρο «ρύπανση» νοείται η παρουσία στο περιβάλλον ρύπων - δηλαδή κάθε είδους ουσίας, θορύβου, ακτινοβολίας ή άλλων μορφών ενέργειας - σε τέτοια ποσότητα, συγκέντρωση ή διάρκεια που μπορούν να προκαλέσουν αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία, στους ζωντανούς οργανισμούς και στα οικοσυστήματα ή υλικές ζημιές, και γενικά να καταστήσουν το περιβάλλον ακατάλληλο για τις επιθυμητές χρήσεις του. Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό, ρύπανση έχουμε όταν παρατηρείται μεταβολή στη χημική σύσταση των βασικών στοιχείων του περιβάλλοντος, όπως ο αέρας, το νερό και το έδαφος, ενώ «μόλυνση» καλείται η μορφή εκείνη της ρύπανσης η οποία χαρακτηρίζεται από την παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών στο περιβάλλον ή δεικτών που υποδηλώνουν την πιθανότητα παρουσίας τέτοιων μικροοργανισμών. Η ρύπανση απαντάται σε διάφορες μορφές, διαχωρισμός ο οποίος εξαρτάται τόσο από το τμήμα του περιβάλλοντος που επηρεάζεται όσο και από τη μορφή των ρύπων (Θεοδωρικάκης Μάριος, 2013).

Χαρακτηριστικά φαινόμενα υποβάθμισης ή ρύπανσης του φυσικού περιβάλλοντος εξαιτίας της τουριστικής δραστηριότητας και της επέκτασής της αποτελούν η απώλεια σημαντικών εκτάσεων της υπαίθρου (οι οποίες κάποιες φορές είναι και δασικές) προκειμένου να καλυφθούν οι απαιτήσεις των τουριστών, η αλλοίωση του τοπίου με

την έννοια της οπτικής ρύπανσης (οπτική όχληση), η μείωση της βιοποικιλότητας, η μόλυνση του υδροφόρου ορίζοντα, η ρύπανση του αέρα εξαιτίας των επιβλαβών εκπεμπόμενων αερίων και των ρυπογόνων σωματιδίων (προερχόμενα σε μεγάλο βαθμό από τον τομέα των μεταφορών), η λεγόμενη «τρύπα του όζοντος», η διαχείριση των συνεχώς αυξανόμενων ποσοτήτων απορριμμάτων και αποβλήτων κ.λπ. (Ποδηματάς Δημήτριος, 2008). Κατ' αντιστοιχία διαπιστώνονται, αναφορικά με το ανθρωπογενές περιβάλλον, περιπτώσεις ηχορύπανσης, ιδίως σε περιοχές με μεγάλη συγκέντρωση πληθυσμού, καθώς επίσης και φθοράς ή υποβάθμισης αρχαιολογικών, πολιτιστικών και θρησκευτικών μνημείων και εκθεμάτων. Σε πολλές περιπτώσεις πλήττονται συνδυαστικά τόσο το φυσικό όσο και το ανθρωπογενές περιβάλλον, όπως για παράδειγμα με την όξινη βροχή και την κλιματική αλλαγή. Θα πρέπει να σημειώσουμε βέβαια, πως πολλά από τα φαινόμενα που προαναφέραμε προκαλούνται σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες και δραστηριότητες του ανθρώπου πλην του τουρισμού, έχει όμως αυξημένη συμμετοχή σε κάποια εξ αυτών και ιδίως σε τοπικό επίπεδο, όταν δηλαδή επιδρά αρνητικά στους ίδιους τους τουριστικούς προορισμούς. Οι επιπτώσεις αυτές είναι περισσότερο έντονες σε οικολογικά «ευαίσθητες» τοποθεσίες, όπως οι παραθαλάσσιες και οι ορεινές περιοχές, οι υγροβιότοποι κ.λπ..

4.2 ΑΙΤΙΕΣ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.2.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός, όπως είδαμε παραπάνω, αποτελεί μια δυναμική δραστηριότητα και ένα πολυδιάστατο φαινόμενο το οποίο βρίσκεται σε μια κατάσταση συνεχούς και μόνιμης αλληλεξάρτησης με το οικονομικό, φυσικό, κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Οι πόροι τόσο του φυσικού όσο και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, όπως επίσης και οι ίδιες οι ανθρώπινες κοινωνίες αποτελούν το κεφάλαιο πάνω στο οποίο στηρίζεται ολόκληρο το οικοδόμημα του τουρισμού, ενώ την ίδια στιγμή αποτελούν και τους κύριους αποδέκτες των επιδράσεων που απορρέουν από αυτόν, είτε είναι θετικές είτε αρνητικές.

Καθώς, λοιπόν, βασίζεται στην αξιοποίηση φυσικών και πολιτιστικών πόρων δημιουργεί πιέσεις και πιθανώς κινδύνους υποβάθμισης, σημαντικής αλλοίωσης ή ακόμα και απώλειάς τους. Σε συνάρτηση με όσα εξετάσαμε παραπάνω, οι (Paolo Costa & Jan van der Borg, 1993) αναφέρουν ότι ενώ είναι ευρέως αποδεκτό ότι μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης στις «πόλεις των τεχνών» (*cities of art*) όπως τις αποκαλούν θα έχει μια θετική επίδραση στο εισόδημα και στην απασχόληση των τοπικά διαμενόντων, ταυτόχρονα θα επιφέρει και κάποια κόστη, οι κύριες πηγές των οποίων είναι:

- Οι δημόσιες δαπάνες για τα αξιοθέατα, τις εγκαταστάσεις και τις λοιπές υποδομές που δεν προορίζονται αποκλειστικά για την εξυπηρέτηση των αναγκών των επισκεπτών, όπως για παράδειγμα οι δημόσιες συγκοινωνίες και η διάθεση των

αποβλήτων. Ο τουρισμός, όμως, προϋποθέτει την εντατική χρησιμοποίησή τους, με τη συμμετοχή του στα κόστη που αυτά συνεπάγονται να είναι μικρή.

- Τα συνεπαγόμενα κόστη της υπερβολικής πίεσης στα τουριστικά αξιοθέατα. Τα πιο προφανή και συνηθισμένα συμπτώματα αυτής της πίεσης είναι η συμφόρηση και η ρύπανση, παρόλο που είναι δύσκολο να μεταφραστούν σε μετρήσιμα μεγέθη εκφρασμένα σε χρηματικούς όρους. Η συμφόρηση σχετίζεται κυρίως με αστικά αξιοθέατα και καθιστά τις κεντρικές αστικές υπηρεσίες και λειτουργίες λιγότερο προσβάσιμες για όλους τους δυνητικούς χρήστες. Στις περιπτώσεις των πόλεων των τεχνών ο όρος συμφόρηση μπορεί να συνδεθεί και με την απειλή της φυσικής ακεραιότητας και της ασφάλειας των μνημείων και των μουσείων. Από την άλλη, η ρύπανση τονίζεται και μελετάται κυρίως στο πλαίσιο τοποθεσιών φυσικού κάλους, χωρίς να σημαίνει ότι το φαινόμενο αυτό δεν παρατηρείται και στις πόλεις, με την ειδοποιό διαφορά ότι στη δεύτερη περίπτωση συνήθως προέρχεται από πολλαπλές πηγές, ενώ στην πρώτη η ρύπανση οφείλεται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό. Τόσο η συμφόρηση όσο και η ρύπανση μπορούν να οδηγήσουν σε σημαντική υποβάθμιση της ποιότητας ζωής σε έναν τόπο, και παρόλο που οι τουρίστες φαίνεται να είναι λιγότερο ευαίσθητοι σε σχέση με τον τοπικό πληθυσμό ως προς τις επιπτώσεις που προκαλούν οι ίδιοι με τις δραστηριότητές τους, τελικά ακόμα και ο τουρισμός δέχεται τον αρνητικό τους αντίκτυπο.
- Τα κόστη με τα οποία επιβαρύνεται μια πόλη και διαφαίνονται από τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα του τουρισμού στην απόδοση των λοιπών λειτουργιών της. Αρχικά, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εναλλακτικών χρήσεων γης καθορίζει το ύψος της γαιοπροσόδου (*rent*), ενώ η χωρική κατανομή των διακυμάνσεων της γαιοπροσόδου, ουσιαστικά καθορίζει και τη χωροθέτηση των διάφορων αστικών λειτουργιών και υπηρεσιών. Αυτές οι λειτουργίες και οι χρήσεις γης που παρέχουν τη δυνατότητα να πληρωθεί υψηλό ενοίκιο, δηλαδή οι πιο προσοδοφόρες, επικρατούν στα κεντρικά (ακριβά) σημεία, ενώ εκείνες που αδυνατούν εξωθούνται προς τις περιφερειακές (φθηνές) περιοχές. Επομένως, παρατηρούμε μια σύνδεση μεταξύ κερδοφορίας και τοποθεσίας. Καθώς, όμως, η κερδοφορία της μέσης τουριστικής επιχείρησης είναι υψηλότερη από εκείνη μιας τυπικής αστικής λειτουργίας, η δεύτερη θα εκτοπιστεί από μια πιο κεντρική περιοχή σε μια πιο περιφερειακή και λιγότερο κοστοβόρα, μηχανισμός ο οποίος είναι διεθνώς γνωστός με τον όρο «crowding out», τον οποίο θα μπορούσαμε να αποδώσουμε στα ελληνικά ως «παραγκωνισμό». Οι κυριότερες λειτουργίες που υποφέρουν από αυτού του είδους τον ανταγωνισμό σε ένα αστικό περιβάλλον είναι οι οικιστικές ζώνες, οι βιομηχανίες και βιοτεχνίες μικρής κλίμακας, όπως επίσης και οι βασικές δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του φαινομένου αποτελεί η περιοχή Κουκάκι στην Αθήνα, ιδίως κατά την τελευταία πενταετία με την έκρηξη των βραχυχρόνιων μισθώσεων και την εκτόπιση των οικιστικών χρήσεων, τόσο μέσω της μετακόμισης μόνιμων κατοίκων σε άλλες περιοχές όσο και από την κατακόρυφη

μείωση των μακροχρόνιων μισθώσεων. Σε αυτή τη λογική κινούνται και οι νεοκλασικές προσεγγίσεις οι οποίες στηρίζονται στη θεωρία της γαιοπροσόδου προκειμένου να εξετάσουν την οικονομική συμπεριφορά της γης και των ακινήτων στον χώρο.

Στο σημείο αυτό, κρίνεται χρήσιμο να αναλύσουμε το θεωρητικό υπόβαθρο στο οποίο στηρίζονται οι θεωρίες σχετικά με τον όρο «*crowding out*» ή «*παραγκωνισμό*». Βάση τους αποτελεί το μονοκεντρικό μοντέλο του Von Thunen (1826) το οποίο εξετάζει την αξία της γης σε σχέση με την απόσταση που απέχει από το κέντρο της πόλης, θεωρώντας για λόγους απλούστευσης ορισμένους παράγοντες σταθερούς, όπως την προσφορά και τη ζήτηση, τα τεχνολογικά μέσα και άρα και τον τρόπο μεταφοράς, το κλίμα, τη γονιμότητα και την τοπογραφία της περιοχής. Από τις προϋποθέσεις που έχει θέσει ο Von Thunen, προκύπτει μια αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ της γαιοπροσόδου και του κόστους μεταφοράς από και προς την πόλη, καθώς το κόστος μεταφοράς αυξάνεται γραμμικά με την απόσταση. Στη βάση αυτού του μοντέλου στηρίχτηκε κι ο William Alonso για να αναπτύξει τη δεκαετία του 1960 τη θεωρία του, η πρωτοτυπία της οποίας έγκειται στο γεγονός ότι προσαρμόζει το μοντέλο των αγροτικών χρήσεων γης του Von Thunen στις αστικές χρήσεις γης. Θεωρώντας για λόγους απλούστευσης ότι όλα τα ακίνητα είναι του ίδιου μεγέθους, ότι το γινόμενο της τιμής ανά μονάδα προϊόντος επί την ποσότητά του είναι σταθερό, το κόστος παραγωγής εκάστου προϊόντος πλην των μεταφορικών εξόδων, όπως και το κόστος μεταφοράς ανά προϊόν και ανά χιλιόμετρο είναι σταθερά και θέτοντας το κέρδος ίσο με το μηδέν προκύπτει μαθηματικά η αντίστροφη σχέση μεταξύ της θέσης μιας επιχείρησης στο χώρο, με την έννοια της απόστασης, και της γαιοπροσόδου, σύμφωνα με τον παρακάτω τύπο:

$$\pi = P*Q - c*Q - t*Q*u - R, \text{ όπου}$$

π : κέρδος

P : τιμή ανά μονάδα προϊόντος

Q : ποσότητα προϊόντος

c : κόστος ανά μονάδα προϊόντος πλην του κόστους μεταφοράς

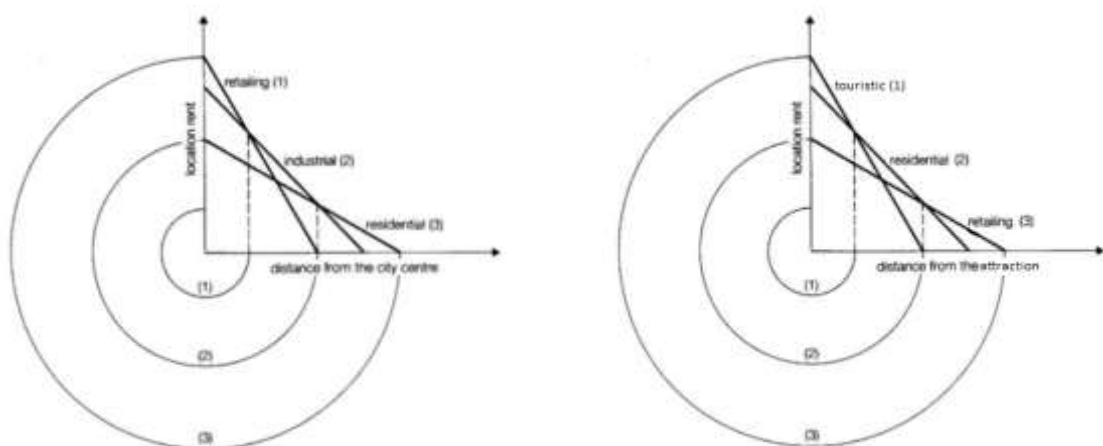
t : κόστος μεταφοράς ανά μονάδα προϊόντος ανά χιλιόμετρο

u : θέση (απόσταση) στον χώρο

R : γαιοπρόσοδος

Επομένως, όσο πιο κοντά στο κέντρο βρίσκεται ο τόπος εγκατάστασης τόσο πιο υψηλό είναι το ενοίκιο που απαιτείται να καταβληθεί γι' αυτόν, ενώ όσο απομακρυνόμαστε από το κέντρο τόσο μειώνεται, αλλά ταυτόχρονα η αύξηση αυτής της απόστασης συνεπάγεται επιπρόσθετο κόστος λόγω των μετακινήσεων. Μια άλλη σημαντική παράμετρος η οποία θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν είναι ο τρόπος επιλογής των ανθρώπων ως προς τον τόπο της κατοικίας τους. Στην προσπάθειά του να ερμηνεύσει την επιλογή αυτή ο (Alonso William, 1964) εντοπίζει δύο κύριες προσεγγίσεις. Η πρώτη είναι αυτή των οικονομολόγων σύμφωνα με την οποία η

επιλογή κατοικίας γίνεται με βάση το μέγεθός της, το εισόδημα, την απόσταση από το κέντρο κ.λπ., ενώ η δεύτερη, της οικολογικής σχολής, θεωρεί ότι πραγματοποιείται βάσει ποιοτικών χαρακτηριστικών, όπως η ποιότητα ζωής, η απόσταση από συγγενείς κ.λπ.. Αξίζει να σημειώσουμε πως και στις δύο περιπτώσεις σκοπός του ατόμου είναι η μεγιστοποίηση της ικανοποίησης/χρησιμότητάς του με τα μέσα που διαθέτει. Έτσι, σύμφωνα με την αμιγώς οικονομική προσέγγιση, έχουμε το ιδεατό μοντέλο διάρθρωσης των πόλεων, όπως φαίνεται στην **Εικόνα 24**. Παρατηρούμε ότι γύρω από τη λεγόμενη Κεντρική Επαγγελματική Περιοχή (*Central Business District - CBD*) σχηματίζονται ζώνες οι οποίες ορίζονται από ομόκεντρους κύκλους με βάση τα έσοδα που μπορούν να αποφέρουν οι χρήσεις της καθεμιάς και κατ' επέκταση το ενοίκιο που μπορούν να καταβάλουν. Δηλαδή πλησίον του κέντρου συγκεντρώνονται οι κεντρικές λειτουργίες και εμπορικές χρήσεις, όπως δημαρχείο, μαγαζιά, γραφεία κ.λπ., ακολουθούν οι βιομηχανικές χρήσεις, έπειτα οι οικιστικές και τέλος έχουμε τις αγροτικές που βρίσκονται επί της ουσίας εκτός αστικού ιστού (Κεσίσογλου Δουκένη, 2017), ενώ όπως γίνεται αντιληπτό οι σύγχρονες μεγαλουπόλεις είναι κατά βάση πολυκεντρικές. Κατ' αντιστοιχία, θα μπορούσε να προσαρμοστεί το συγκεκριμένο μοντέλο ώστε να ανταποκρίνεται στα δεδομένα των τουριστικών προορισμών. Μπορούμε δηλαδή να αντικαταστήσουμε την Κεντρική Επαγγελματική Περιοχή με ένα σημείο ενδιαφέροντος ή κάποιον φυσικό πόρο, όπως για παράδειγμα η θάλασσα, η θέα, ένα μνημείο κ.λπ. και να θεωρήσουμε ότι οι ζώνες δημιουργούνται με αυτά ως κέντρο. Γενικότερα, «ο τουρισμός λειτουργεί ολιστικά στις τουριστικές περιοχές, διεκδικώντας όλο και περισσότερο χώρο για δραστηριότητες και υποδομές» (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001). Ως εκ τούτου στην προσαρμογή του μοντέλου, την εγγύτερη ζώνη καταλαμβάνουν τουριστικές και εμπορικές χρήσεις συναφείς με τον τουρισμό, όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια, μουσεία κ.λπ., ακολουθεί η οικιστική ζώνη, έπεται εκείνη με τις εμπορικές δραστηριότητες που δεν σχετίζονται με τον τουρισμό κι έχουν εκτοπιστεί, ενώ τέλος έχουμε και πάλι τη ζώνη με τις αγροτικές χρήσεις όπως και στο μοντέλο του Alonso.



Εικόνα 24: Μοντέλο του Alonso (Αριστερά) *Πηγή:* (Κεσίσογλου Δουκένη, 2017)
Αναδημοσίευση από: (Gregory D. Johnston R. Pratt G. Watts M. & Whatmore S., 2009)
 Προτεινόμενο Προσαρμοσμένο Μοντέλο για Τουριστικούς Προορισμούς (Δεξιά)

Από την άλλη, σύμφωνα με τις απόψεις της οικολογικής σχολής και λαμβάνοντας υπ' όψιν τις αρνητικές εξωτερικότητες (*externalities*) που συνεπάγεται η ζωή στο κέντρο μιας πόλης, όπως η κυκλοφοριακή συμφόρηση, η ηχορύπανση, η ποιότητα ζωής κ.λπ., παρατηρείται η τάση της συγκέντρωσης της κατοικίας των φτωχότερων στρωμάτων του πληθυσμού, όπως μετανάστες, μειονότητες, άτομα της εργατικής τάξης κ.λπ., στις ζώνες που βρίσκονται πλησιέστερα στο κέντρο, ενώ όσο απομακρυνόμαστε από αυτό τα εισοδήματα των κατοίκων τείνουν να αυξάνονται. Η σχολή του Σικάγο ανέπτυξε κι άλλες θεωρίες σχετικά με τη μεγέθυνση των πόλεων, λαμβάνοντας υπ' όψιν κι άλλους παράγοντες, όπως τα δίκτυα μεταφορών ή η γεωγραφική διάρθρωση των δραστηριοτήτων, αλλά δεν θα προχωρήσουμε σε ανάλυσή τους στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης.

4.2.2 ΑΙΤΙΕΣ ΕΝΤΑΣΕΩΣ ΤΩΝ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Κατά την παραπάνω ανάλυση, λοιπόν, εξετάσαμε τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και τα κόστη τα οποία επιφέρει. Γενικότερα όμως, η λειτουργία του οικονομικού συστήματος στις πλείστες των περιπτώσεων δημιουργεί οικολογικά προβλήματα, φαινόμενο που αποτελεί πεδίο έρευνας της οικονομικής του περιβάλλοντος. Όπως έχει καταστεί σαφές, οι έννοιες της χρήσης του περιβάλλοντος και της προστασίας του είναι αμοιβαίως αποκλειόμενες, όπως συμβαίνει και με την ευημερία που δημιουργείται από την καθεμία. Ως εξαιρέσεις, μπορούν να θεωρηθούν οι «καθαρές» χρήσεις - δηλαδή αυτές που δεν προκαλούν όχληση στο περιβάλλον - και το αποτέλεσμα που προκύπτει από την ιδιότητα της αυτοδιαχείρισης - αυτοκαθαρισμού του φυσικού περιβάλλοντος από την όχληση - επιβάρυνση που δέχεται (Μπίθας Κ., 2011), ζητήματα που θα μας απασχολήσουν και στη συνέχεια. Παράλληλα, προκύπτουν εμμέσως τόσο οικονομικά όσο και κοινωνικά ζητήματα, όπως ενδεικτικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τις οικονομικές και κοινωνικές ανισότητες.

Ο τουρισμός, ως μια από τις βασικές οικονομικές δραστηριότητες της σύγχρονης εποχής, δεν θα μπορούσε να αποτελεί εξαίρεση. Πού έγκειται όμως η ιδιαιτερότητα στην περίπτωση του; Όπως έχουμε ήδη προαναφέρει, αρχικά δεν δινόταν ιδιαίτερη σημασία στις αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας, καθώς βαρύτητα δινόταν στα ευκολότερα αντιληπτά θετικά αποτελέσματά του στον οικονομικό, κυρίως, τομέα. Είναι δεδομένο πως στην εποχή μας έχει αυξηθεί ο σκεπτικισμός ως προς τη ρύπανση και την καταστροφή του περιβάλλοντος εξαιτίας της ανθρώπινης δραστηριότητας, η ευαισθητοποίηση ως προς τις κοινωνικές ανισότητες, καθώς επίσης και η αμφισβήτηση του χρηματοπιστωτικού συστήματος, αλλά ο τουρισμός δεν εντασσόταν στους υπαίτιους αυτής της κατάστασης. Επομένως, τι ήταν αυτό που μεταβλήθηκε και έδωσε το έναυσμα στους ανθρώπους να παρατηρήσουν τις επιπτώσεις του υπό διαφορετικό πρίσμα; Πώς φτάσαμε στο σημείο να μιλάμε για την εμφάνιση του αντιτουριστικού κινήματος, το οποίο εκφράστηκε εντονότερα σε κάποιες μεμονωμένες πόλεις, όπως η Βενετία, η Βαρκελώνη, το Ντουμπρόβνικ; Η

λογική εξήγηση που μπορεί να δοθεί, είναι ότι τα προβλήματα που προκαλούνται λόγω της τουριστικής δραστηριότητας σταδιακά εντάθηκαν και άρχισαν πλέον να γίνονται ιδιαίτερα αισθητά, επηρεάζοντας αρνητικά τις τοπικές κοινωνίες των τόπων υποδοχής. Πώς, όμως, αιτιολογείται κάτι τέτοιο θεωρητικά και κατ' επέκταση βιβλιογραφικά;

Ούτως ώστε να καταστεί δυνατός ο προσδιορισμός του ορίου πέρα από το οποίο οι τουριστικές ροές χαρακτηρίζονται υπέρμετρες, γίνεται σύγκριση κόστους - οφέλους των αποτελεσμάτων του τουρισμού σε κάθε τόπο υποδοχής ξεχωριστά. Στην πράξη βέβαια, η αξιολόγηση των ωφελημάτων και του κόστους ως συνεπακόλουθο του τουρισμού κάθε άλλο παρά εύκολη είναι, καθώς συμμετέχουν διάφορα μέρη, καθένα εκ των οποίων τα αντιλαμβάνεται με διαφορετικό τρόπο (Paolo Costa & Jan van der Borg, 1993):

- *Η μη τοπική κοινότητα*, η οποία σε περιπτώσεις πόλεων με πολύ σημαντική πολιτιστική αξία ή ένα αξιοθέατο με φυσικό κάλος παγκοσμίου φήμης μπορεί να είναι ακόμα και η διεθνής κοινότητα, ενδιαφέρεται κυρίως για τη διατήρηση και την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς ή της φυσικής ομορφιάς αντίστοιχα.
- *Οι επισκέπτες*, οι οποίοι επιθυμούν να αποκομίσουν τα μέγιστα από το ταξίδι τους και την αίσθηση ότι η αξία της τουριστικής εμπειρίας που βίωσαν ήταν τουλάχιστον ικανοποιητική για τα χρήματα που δαπάνησαν (*value for money*). Η επίσκεψη ενός προορισμού όπου επικρατεί συνωστισμός, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για την ποιότητα της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας αλλά και τις τιμές οι οποίες συνήθως εμφανίζουν αυξητικές τάσεις, έχει αρνητικό αντίκτυπο στις προαναφερθείσες επιδιώξεις των επισκεπτών.
- *Ο τοπικός πληθυσμός*, ο οποίος είναι εκτεθειμένος τόσο στα οφέλη όσο και στα κόστη των τουριστικών ροών, αλλά είναι ιδιαιτέρως ευαίσθητος στις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις της υπέρμετρης πίεσης που ασκείται από τον τουρισμό, όπως ο μηχανισμός του *crowding out* που προαναφέρθηκε.

Ο (Τσάρτας Π., 1996β) αναφέρει πως ο μεγάλος αριθμός τουριστών που επισκέπτονται τις περιοχές με ιδιαίτερο πολιτιστικό ενδιαφέρον σε δεδομένα χρονικά διαστήματα μπορεί να θεωρηθεί αιτία του προβλήματος της φθοράς σε παραδοσιακούς οικισμούς, αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και γενικά σε ιστορικούς και παραδοσιακούς φυσικούς και δομημένους χώρους, γεγονός που έχει δυσμενείς επιπτώσεις μελλοντικά. Κατ' αντιστοιχία, μπορούμε να φανταστούμε τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει η υπέρμετρη συρροή επισκεπτών σε ένα φυσικό περιβάλλον, και ιδιαιτέρως σε αυτά που συνίστανται από εύθραυστα οικοσυστήματα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η δημοφιλής παραλία Μάγια στην Ταϊλάνδη. Η πολύ μεγάλη προσέλευση τουριστών σε συνδυασμό με τις υψηλές θερμοκρασίες, προκάλεσαν σοβαρές βλάβες στους κοραλλιογενείς υφάλους της περιοχής, με

αποτέλεσμα η παραλία να κλείσει επ' αόριστον με απόφαση των αρχών της χώρας από τον Ιούνιο του 2018, σε μια προσπάθεια να επανέλθει το τοπικό οικοσύστημα.

Συχνά, οι περιοχές υποδοχής σε περιόδους αιχμής της τουριστικής δραστηριότητας δεν έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετήσουν το πλήθος των επισκεπτών, καθώς παρατηρείται εξάντληση της αντοχής του δομημένου περιβάλλοντος. Ως αποτέλεσμα, εμφανίζονται αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, όπως υπερεκμετάλλευση των τουριστικών πόρων, υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, ανεπάρκεια γενικών υποδομών, κακή χρήση των εδαφών, των παράκτιων ζωνών κ.λπ., οδηγώντας σε υποβάθμιση της ποιότητάς του (Γεωργούλη Στ., 2019).

Από την άλλη, η μαζικότητα του τουρισμού δεν αφήνει και περιθώρια για ορθολογικό σχεδιασμό και προγραμματισμό, με αποτέλεσμα τη δημιουργία τουριστικών κοινοτήτων που συγκεντρώνουν όλα τα χαρακτηριστικά επιβάρυνσης του αστικού χώρου και της πληθυσμιακής συσσώρευσης, όπως πυκνή δόμηση, προβλήματα αποχέτευσης, κυκλοφορίας, ηχορύπανσης, εγκληματικότητας κ.λπ. (Γεωργούλη Στ., 2019), κάτι που έλαβε χώρα σε αρκετούς δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας.

Επομένως, κοινό τόπο στην προαναφερθείσα βιβλιογραφία αποτελεί η διαπίστωση ότι η υπερβολική συγκέντρωση - χρονική και χωρική - επισκεπτών στους τόπους υποδοχής αποτελεί βασική αιτία εντάσεως των προβλημάτων που προκαλούνται λόγω του τουρισμού. Στο πλαίσιο του τουρισμού, η συγκέντρωση αυτή καλείται εποχικότητα και χωρίζεται σε δύο κατηγορίες, τη φυσική και τη θεσμική. Ο φυσικός τύπος της εποχικότητας σχετίζεται με τις κανονικές και επαναλαμβανόμενες προσωρινές αλλαγές στα φυσικά φαινόμενα κάποιου συγκεκριμένου προορισμού, τα οποία συνδέονται συνήθως με τις κλιματολογικές συνθήκες, τις εποχές, τον άνεμο και το φως της ημέρας (Butler R., 1994). Ο θεσμικός τύπος από την άλλη, σχετίζεται με θρησκευτικούς, πολιτιστικούς, εθνικούς και κοινωνικούς παράγοντες (Hinch T. D. & Hickey G. P., 1997). Οι σημαντικότερες μορφές θεσμικού τύπου εποχικότητας είναι το σχολείο και οι προγραμματισμένες καλοκαιρινές διακοπές. Ο (Butler R., 1994) προτείνει τρεις πρόσθετες αιτίες της εποχικότητας: την κοινωνική πίεση ή μόδα, την κατάλληλη αθλητική εποχή και την ψυχολογική διάσταση της χρονικής επιλογής για διακοπές σύμφωνα με το σύνολο της κοινωνίας. Χαρακτηριστικό αλλά και ακραίο παράδειγμα εποχικότητας λόγω κάποιου αθλητικού γεγονότος, αποτελούν οι ολυμπιακοί αγώνες. Πληθώρα ερευνών έχει αναδείξει τα οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν συνήθως οι διοργανώτριες χώρες, οι οποίες απαιτείται να δαπανήσουν υπέρογκα ποσά για τη δημιουργία επαρκών εγκαταστάσεων για τη φιλοξενία των αγώνων, ενώ παράλληλα, μετά το πέρας των αγώνων, γενικευμένο είναι το φαινόμενο της εγκατάλειψης και της μη δυνατότητας αξιοποίησης της πλειονότητας αυτών των εγκαταστάσεων. Φαίνεται και πρακτικά λοιπόν, ότι αυτή η συγκέντρωση περισσότερο αρνητικό αντίκτυπο έχει, ακόμα και στην ίδια την οικονομία, παρά θετικό, χωρίς καν

να εξετάσουμε την περιβαλλοντική και κοινωνική διάστασή της, τομείς στους οποίους φυσιολογικά αναμένουμε οι αρνητικές συνέπειες να είναι ακόμα πιο έντονες.

4.2.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΦΕΡΟΥΣΑ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ

Σε συνάφεια με τα προαναφερθέντα ζητήματα, δηλαδή της συγκέντρωσης και της εποχικότητας, έχουν αναπτυχθεί θεωρίες σχετικά με τον βαθμό κορεσμού ενός τουριστικού προορισμού και τον προσδιορισμό των ορίων αντοχής του ως προς τη δυνατότητα υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών, δηλαδή της τουριστικής του χωρητικότητας ή της φέρουσας ικανότητάς του. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), η τουριστική φέρουσα ικανότητα ορίζεται ως «ο μέγιστος αριθμός ανθρώπων που μπορούν να επισκεφτούν έναν τουριστικό προορισμό ταυτόχρονα, χωρίς να προκαλούνται αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό, οικονομικό και κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον της τουριστικής περιοχής και χωρίς να μειώνεται η ικανοποίηση των τουριστών».

Οι (Paolo Costa & Jan van der Borg, 1993) εισάγουν τρεις διαφορετικές έννοιες της τουριστικής φέρουσας ικανότητας ή, εναλλακτικά, των ορίων της μεγέθυνσης των τουριστικών ροών, από τις οποίες, όπως υποστηρίζουν, θα προκύψει συνδυαστικά η φέρουσα ικανότητα του προορισμού:

- Η *φυσική* φέρουσα ικανότητα, η οποία συνιστά το όριο πέρα από το οποίο το τοπικό περιβάλλον και οι τοπικοί πολιτισμικοί πόροι καταστρέφονται.
- Η *οικονομική* φέρουσα ικανότητα, η οποία συνιστά το όριο πέρα από το οποίο η ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας μειώνεται δραματικά.
- Η *κοινωνική* φέρουσα ικανότητα, η οποία συνιστά το όριο του αριθμού επισκεπτών που μπορεί να απορροφήσει ένας τόπος υποδοχής, χωρίς να παρεμποδίζονται οι λοιπές κοινωνικές και οικονομικές λειτουργίες του.

Ο μέγιστος αριθμός επισκεπτών που είναι αποδεκτός για έναν τόπο υποδοχής πρέπει να είναι συμβατός με τον πιο περιοριστικό εκ των τριών παραπάνω εννοιών. Μάλιστα, εξετάζοντας τη Βενετία ως μελέτη περίπτωσης, διαπιστώνουν πως η κοινωνική φέρουσα ικανότητα είναι η πιο περιοριστική εκ των τριών και προχωρούν στην υπόθεση πως πιθανότατα το ίδιο ισχύει και για τις υπόλοιπες «πόλεις των τεχνών».

Κάνοντας μια μικρή ανακεφαλαίωση, διαπιστώνουμε πως τα δυο βασικά συστατικά από τα οποία αποτελείται η τουριστική φέρουσα ικανότητα, είναι το βιοφυσικό στοιχείο και το στοιχείο της συμπεριφοράς. Το βιοφυσικό στοιχείο σχετίζεται με την ακεραιότητα των πόρων, η οποία εξασφαλίζεται με την ύπαρξη ενός κατώτατου ορίου ανοχής το οποίο αν ξεπεραστεί επιδρά αρνητικά στο περιβάλλον, ενώ το στοιχείο της συμπεριφοράς αντανakλά την ποιότητα της ψυχαγωγικής εμπειρίας (Saveriades A., 2000).

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τους ορισμούς που έχουν διατυπωθεί για την τουριστική φέρουσα ικανότητα, μπορεί να θεωρηθεί ότι τα επίπεδα χωρητικότητας και τα όρια που ορίζονται κάθε φορά εξαρτώνται κυρίως από δύο ομάδες παραγόντων: τα χαρακτηριστικά των τουριστών και τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού και του πληθυσμού του.

Τα χαρακτηριστικά των τουριστών από τα οποία εξαρτάται η τουριστική φέρουσα ικανότητα ενός τόπου, περιλαμβάνουν (Jovicic D. & Dragin A., 2008):

- *Κοινωνικοοικονομικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά*, τα οποία περιλαμβάνουν το φύλο, την ηλικία, το εισόδημα, την αγοραστική δύναμη, τα κίνητρα, τις προσδοκίες, την αντίληψη για την ποιότητα των τουριστικών αξιοθέατων, τη φυλετική και εθνική δομή, τον τρόπο συμπεριφοράς των επισκεπτών κ.λπ.. Τα χαρακτηριστικά αυτά, συμβάλλουν σημαντικά στην επικοινωνία μεταξύ τοπικού πληθυσμού και επισκεπτών.
- *Επίπεδο χρήσης*, που συνδέεται άμεσα με την έννοια της συγκέντρωσης, τόσο της χωρικής όσο και της χρονικής. Δηλαδή ο αριθμός επισκεπτών και η κατανομή τους στον χώρο και στον χρόνο, αποτελούν τις βασικές παραμέτρους για την εκτίμηση του επιπέδου χρήσης της τουριστικής περιοχής.
- *Διάρκεια διαμονής και πλήθος τουριστικών κινήσεων κατά τη διαμονή*, καθώς όπως είναι λογικό, όσο πληθαίνουν οι μετακινήσεις τόσο επιβαρύνεται το οικολογικό και κοινωνικό περιβάλλον.
- *Τύπος τουριστικών δραστηριοτήτων*, καθώς ανάλογα με τη δραστηριότητα μπορεί να υπάρχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις στην επίδρασή τους στο περιβάλλον.
- *Επίπεδο ικανοποίησης των επισκεπτών*, καθώς όσο αυτό αυξάνεται, μεγαλώνουν και οι πιθανότητες να τους οδηγήσει σε μια συμπεριφορά σεβασμού και προσπάθειας διαφύλαξης και προστασίας του περιβάλλοντος του τουριστικού προορισμού.

Στη βάση αυτή, το προφίλ, ο χαρακτήρας και οι προσλαμβάνουσες του κάθε (υποψήφιου) τουρίστα είναι πολύ σημαντικά (Τσάρτας Π. Λαγός Δ. Σταυρινούδης Θ. Πρωΐου Ε., 2014), όπως φαίνεται και στο *Σχεδιάγραμμα 7:*

- Οι *αλλοκεντρικοί (allocentrics)* τουρίστες ταξιδεύουν μεμονωμένα και διακρίνονται από μια τάση καινοτομίας, περιπέτειας και εξερεύνησης νέων, «παρθένων» τουριστικών προορισμών.

- Οι *μεσοκεντρικοί (mesocentrics)* τουρίστες έχουν μια πιο ισορροπημένη προσέγγιση ανάμεσα στην καινοτομία και στην ανάγκη τους να επιδίδονται σε τουριστικές δραστηριότητες εντός οικείου περιβάλλοντος.
- Οι *ψυχοκεντρικοί (psychocentrics)* τουρίστες δίνουν μεγάλη έμφαση στην οικειότητα και αποτελούν τη βάση του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.

Σχεδιάγραμμα 7 : Τύποι τουριστών σύμφωνα με τον Smith (1978)

Τύπος τουρίστα	Αριθμός τουριστών	Επιπτώσεις στην περιοχή κοινωνία
Εξερευνητής	Πολύ χαμηλός	
Ελίτ	Εμφανίζονται πολύ σπάνια	Πολύ λίγες
Εκκεντρικός	Εμφανίζονται αλλά όχι πολύ συχνά	
Ασυνήθιστος	Περιστασιακός	Σταδιακά αυξανόμενες
Αρχόμενα μαζικός	Σταθερή ροή	
Μαζικός	Συνεχόμενη ροή	Σημαντικές
Ναυλωμένος (charter)	Μαζικές αφίξεις	

Πηγή: (Γεωργίου Στεφανία Ιωαννίδου Κυριακή & Πασόη Μελομένη, 2017)

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και τα χαρακτηριστικά ενός προορισμού που μπορούν να επηρεάσουν τη φέρουσα ικανότητά του, τα οποία είναι (Jovicic D. & Dragin A., 2008):

- *Φυσικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά και διεργασίες*, όπως η γεωμορφολογία, η βιοποικιλότητα, καθώς επίσης και υδρογραφικά, κλιματολογικά ή τοπογραφικά χαρακτηριστικά κ.λπ.
- *Οικονομική διάρθρωση και ανάπτυξη*, όπου συμπεριλαμβάνονται το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης, η ποικιλομορφία και η αμοιβαία εξάρτηση των στοιχείων της οικονομικής βάσης, χωροταξικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξης, οι μορφές επενδύσεων, η αναλογία εισαγωγών-εξαγωγών, τα έξοδα προετοιμασίας και διάθεσης των τουριστικών υπηρεσιών κ.λπ.
- *Κοινωνική δομή και οργάνωση*, όπου περιλαμβάνονται το δημογραφικό προφίλ του ντόπιου πληθυσμού, η ανθεκτικότητα του τοπικού πολιτισμού, η διαθεσιμότητα και η ποιότητα των δημόσιων υπηρεσιών και εγκαταστάσεων, οι μορφές κοινωνικής οργάνωσης, ο ρόλος των γυναικών, οι θρησκευτικές αντιλήψεις και οι ηθικές αξίες, το επίπεδο της ιατρικής και της δημόσιας ασφάλειας, οι κοινωνικές αντιλήψεις για τους τουρίστες, τη γλώσσα και την παράδοση, καθώς επίσης και οι γαστρονομικές ιδιαιτερότητες.

- *Πολιτική δομή και οργάνωση*, καθώς η πολιτική δομή της χώρας υποδοχής και των τουριστικών προορισμών της έχει μεγάλη σημασία. Παράγοντες όπως, οι αρχές της κοινωνικοπολιτικής οργάνωσης, οι κανονισμοί σχετικά με τον σχεδιασμό, η προώθηση μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, ο ρόλος και οι αρμοδιότητες των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών τουριστικών οργανισμών διαμορφώνουν σημαντικά τα αποτελέσματα που επιφέρει ο τουρισμός.
- *Επίπεδο και είδος της τουριστικής ανάπτυξης*, δηλαδή το επίπεδο συμμετοχής της τοπικής κοινότητας στην ανάπτυξη του τουρισμού, τα στάδια και η δυναμική της τουριστικής ανάπτυξης, τα χαρακτηριστικά και ο τύπος των τουριστικών αξιοθέατων, οι μορφές και η ποιότητα των εγκαταστάσεων διαμονής και των δημόσιων μεταφορών, ο ρόλος των οργανισμών και των τοπικών επιχειρήσεων στη δημιουργία και στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών.

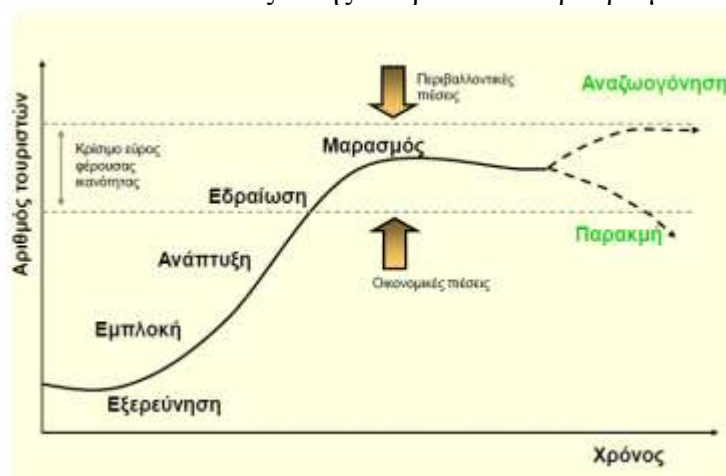
Συμπερασματικά, η φέρουσα ικανότητα διακρίνεται, όπως αναφέρει και ο (Κοκκώσης Χ., 2002), σε οικολογική-φυσική, κοινωνική-δημογραφική και πολιτικοοικονομική και λαμβάνει διαφορετική βαρύτητα ανάλογα με (α) τον τύπο του προορισμού (τους πόρους, τον πληθυσμό, τα φυσικά οικοσυστήματα, την οικονομία κ.λπ.) (β) τον τύπο των επισκεπτών (προφίλ, ενδιαφέροντα) και (γ) τον τύπο αλληλεπίδρασης τουρισμού και περιβάλλοντος. Έπειτα, προτείνει την παρακάτω τυπολογία ως προς το είδος των προορισμών που παρουσιάζουν διαφορετικά ζητήματα φέρουσας ικανότητας:

- *Παράκτιες περιοχές*, των οποίων καίρια θέματα φέρουσας ικανότητας αποτελούν ο συνωστισμός, η θαλάσσια ρύπανση κ.λπ., ενώ συνήθως ταυτίζονται με τον μαζικό τουρισμό.
- *Νησιά*, τα οποία όταν δεν εμπίπτουν στην προηγούμενη κατηγορία, συνδέονται με πιο ήπιες μορφές τουρισμού, με μικρού και μεσαίου μεγέθους καταλύματα, ενώ κύριο θέμα της φέρουσας ικανότητάς τους είναι οι επιπτώσεις στο κοινωνικό και οικολογικό περιβάλλον (νερό, διαχείριση απορριμμάτων κ.λπ.).
- *Προστατευόμενες περιοχές*, στις οποίες οι επιπτώσεις στα ευαίσθητα οικοσυστήματα είναι ιδιαίτερα σοβαρές και κάποιες φορές μπορεί να είναι ακόμα και μη αναστρέψιμες, ενώ κατ' αυτόν τον τρόπο επηρεάζεται αρνητικά και η εμπειρία των επισκεπτών.
- *Αγροτικές-εξοχικές περιοχές*, στις οποίες συνήθως αναπτύσσονται ήπιες εντάσεως δραστηριότητες και τα θέματα φέρουσας ικανότητας που προκύπτουν αφορούν στα κύματα ροής επισκεπτών που δεν υπήρχαν παλαιότερα και στις επιπτώσεις τους στις τοπικές κοινωνίες.

- *Ορεινοί τουριστικοί προορισμοί*, στους οποίους αναπτύσσονται συνήθως ήπιας εντάσεως δραστηριότητες, με εξαίρεση τα μεγάλης κλίμακας έργα που σχετίζονται με χειμερινά σπορ, τα οποία επιφέρουν μεγάλες αλλαγές στο φυσικό και στο κοινωνικό περιβάλλον.
- *Ιστορικές τοποθεσίες και πόλεις*, οι οποίες αντιμετωπίζουν συνήθως προβλήματα συνωστισμού στα αξιοθέατα και φθοράς των πολιτιστικών μνημείων, καθώς και προβλήματα καθαριότητας, διαχείρισης απορριμμάτων κ.λπ., τα οποία συνολικά επηρεάζουν αρνητικά την εμπειρία των επισκεπτών.

Κατά συνέπεια, υπάρχουν διάφοροι τρόποι προσέγγισης της φέρουσας ικανότητας και διαφορετικοί τύποι για τον υπολογισμό της, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που παρουσιάζει η κάθε περίπτωση και αναλόγως του τι επιδιώκεται να υπολογιστεί κάθε φορά. Όπως προαναφέραμε, τα όρια ανάπτυξης που επιζητούν οι κάτοικοι είναι διαφορετικά από αυτά που τίθενται από τους επισκέπτες, ενώ παράλληλα, και τα δύο αυτά μεγέθη διαφέρουν συνήθως από τα οικολογικά όρια. Για τον λόγο αυτό, δεν είναι δυνατή η καθιέρωση ενός γενικού τύπου για τον υπολογισμό της ή ο προσδιορισμός ενός «μαγικού αριθμού» που να αντιπροσωπεύει τα όρια της σε όλες τις περιπτώσεις.

Εικόνα 25: Κύκλος Ζωής Τουριστικών Προορισμών



Πηγή: (Μακρυδάκη Μαρία, 2016)

5.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Στις αρχές της δεκαετίας του '90 η ιδέα για βιώσιμο τουρισμό αντικαθιστά σε μεγάλο βαθμό αυτή της τουριστικής φέρουσας ικανότητας, ενώ και οι δύο έννοιες αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις. Η βιώσιμη ανάπτυξη προέκυψε ως ο αντίλογος στο επικρατές οικονομικό μοντέλο της εποχής, το οποίο στηριζόταν στην ιδεολογία ότι δεν υπάρχουν όρια στην ανάπτυξη, με αποτέλεσμα την έλλειψη σχεδιασμού και επακόλουθα, την πρόκληση άμεσων και έμμεσων αρνητικών συνεπειών στο φυσικό και κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον (Choi H. C. & Sirakaya E., 2006).

Μια στρατηγική για βιώσιμη ανάπτυξη συνιστά μια δυναμική διαδικασία συνεχούς εξέλιξης και προσαρμογής έως ότου επιτευχθεί μια ισορροπία, εστιασμένη στον ισόρροπο συνδυασμό τριών επιμέρους επιδιώξεων: της οικονομικής αποδοτικότητας, της κοινωνικής δικαιοσύνης και της διαφύλαξης του περιβάλλοντος. Η βιώσιμη ανάπτυξη σκιαγραφεί μια διαδικασία με κύρια χαρακτηριστικά την ισόρροπη ανάπτυξη των κλάδων της οικονομίας, με τη συνεχή ανατροφοδότηση του τοπικού παραγωγικού ιστού, την αυτάρκεια και την αυτονομία της τοπικής οικονομίας, την ενθάρρυνση της ενεργούς συμμετοχής και συνεργασίας του τοπικού πληθυσμού στις διαδικασίες ανάπτυξης και στην ανάληψη πρωτοβουλιών, ταυτόχρονα με την καταβολή κάθε δυνατής προσπάθειας για την προστασία του περιβάλλοντος (Τσάρτας Π., 1996α).

Ως βιώσιμος τουρισμός, λοιπόν, έχει οριστεί από τον Π.Ο.Τ. ο τουρισμός ο οποίος «λαμβάνει πλήρως υπ' όψιν τις τρέχουσες και τις μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, αντιμετωπίζοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της τουριστικής βιομηχανίας, του περιβάλλοντος, καθώς και των κοινοτήτων υποδοχής». Εναλλακτικά, είναι ο τουρισμός που ικανοποιεί τις ανάγκες των παρόντων επισκεπτών και των περιοχών που τους φιλοξενούν, ενώ παράλληλα προστατεύει και προάγει τις ευκαιρίες για το μέλλον. Αναφέρεται στη διαχείριση των πόρων με τέτοιο τρόπο, ώστε οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες να εκπληρώνονται, ενώ ταυτόχρονα διατηρείται η πολιτιστική ακεραιότητα, οι ουσιαστικές οικολογικές διαδικασίες, η βιολογική ποικιλομορφία και τα οικοσυστήματα (Βουμβουλάκη Αικατερίνη, 2007).

Οι βασικές αρχές και οι στόχοι που διέπουν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχουν διατυπωθεί και σε μορφή Χάρτας από τον Π.Ο.Τ. το 1998, καθώς το θέμα του τουρισμού και της βιωσιμότητάς του γίνεται όλο και πιο σημαντικό. Σύμφωνα με το (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010), οποιαδήποτε μέτρηση σε σχέση με τον τουρισμό και τις επιπτώσεις του στην οικονομία, θα πρέπει να εμπεριέχει την επίδραση στο κοινωνικό, οικονομικό και οικολογικό περιβάλλον. Στο τελευταίο ειδικά, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση τα τελευταία χρόνια. Τόσο το φυσικό όσο και το ανθρωπογενές περιβάλλον, αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης για μεγάλη μερίδα επισκεπτών. Την ίδια στιγμή, όμως, ο τουρισμός

συμβάλλει στην - κάποιες φορές ακόμη και μη αναστρέψιμη - καταστροφή του ίδιου αυτού περιβάλλοντος το οποίο προσελκύει τους επισκέπτες. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην υπέρμετρη πίεση που ασκείται σε εύθραυστα οικοσυστήματα, στη δημιουργία θέρετρων ή δρόμων που διαταράσσουν την αρμονία και την ισορροπία του φυσικού τοπίου, στις πιέσεις που ασκούνται στον αέρα, στη γη και στον υδάτινο ορίζοντα λόγω της δημιουργίας κάθε λογής ρύπων, απορριμμάτων και λυμάτων, της αποψίλωσης κ.λπ.. Η καταστροφή αυτή, όμως, επηρεάζει τη βιωσιμότητα και τη σκοπιμότητα περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης δεδομένων προορισμών, όσο και την κερδοφορία των υφιστάμενων επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου.

Την τελευταία δεκαετία, η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις αρνητικές επιπτώσεις που συνδέονται με ορισμένες πρακτικές του τουριστικού κλάδου, μαζί με τη σταδιακά αυξανόμενη αποδοχή της αρχής της αειφόρου ανάπτυξης, έχει οδηγήσει την παγκόσμια κοινότητα στο να επανεκτιμήσει τη δραστηριότητα του τουρισμού υπό το πρίσμα της μακροπρόθεσμης οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητάς της. Στην παρούσα φάση, ο στόχος της δημόσιας διαχείρισης είναι η ύπαρξη ενός ανταγωνιστικού τουριστικού προορισμού, ικανοποιώντας από τη μια τους επισκέπτες κι από την άλλη τους κατοίκους. Κάτι τέτοιο διαφαίνεται και από τη σταδιακή ενσωμάτωση σε παγκόσμιο επίπεδο νέων μεθόδων, οι οποίες αντικατοπτρίζουν την επίδραση τόσο στο οικονομικό όσο και στο κοινωνικό και οικολογικό περιβάλλον, στους εθνικούς λογαριασμούς. Εναλλακτικά, προτείνεται η εξαγωγή δεικτών που συσχετίζουν τον τουρισμό με περιβαλλοντικά θέματα και η χρήση τους ως βασικά όργανα για τη βελτίωση της διαδικασίας της λήψης αποφάσεων, μέσω του ορθότερου προγραμματισμού και της καλύτερης διαχείρισης των προορισμών και των πόρων τους (UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division, 2010). Αντίστοιχα κριτήρια (κοινωνικά περιβαλλοντικά κ.λπ.) φαίνεται να υιοθετούνται σταδιακά τόσο από τον κατασκευαστικό κλάδο - ESG Index (Environmental, Social, Governance) - όσο και στη διαδικασία αναζήτησης χρηματοδότησης των εταιρειών (από την Ευρωπαϊκή Ένωση, τις τράπεζες κ.λπ.).

Η αναγνώριση της επιτακτικότητας της ανάγκης για επαναπροσδιορισμό της σχέσης μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος, σε συνδυασμό με την ανάγκη προστασίας και ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς, διαμορφώνει μια νέα αντίληψη στη σχέση τουρισμού, πολιτισμού και περιβάλλοντος (Γεωργούλη Στ., 2019). Πλέον ένα από τα κυριότερα θέματα πολιτικής, είναι η διαχείριση και η ανάπτυξη του τουρισμού με στόχο, από τη μία πλευρά την προάσπιση της ίδιας της τουριστικής βιομηχανίας και από την άλλη την προστασία και τη διαφύλαξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων ενός τόπου.

5.2 ΜΑΖΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με όσα εξετάσαμε παραπάνω, καθώς και ανάλογα με τις επιδιώξεις των επισκεπτών, ο τουρισμός διακρίνεται στις κάτωθι μορφές (Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π., 2001):

- *Μαζικός τουρισμός*: αποτελεί μια εντατική τουριστική εκμετάλλευση που αποτυπώνεται στην μαζική συγκέντρωση επισκεπτών σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς και σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (Ποδηματάς Δημήτριος, 2008). Ο *μαζικός οργανωμένος τουρισμός*, όπως απαντάται πολλές φορές ο όρος, αποτελεί την πιο παραδοσιακή αγορά διακοπών. Αφορά στην οργανωμένη μετακίνηση μεγάλου αριθμού ατόμων μέσω τυποποιημένων τουριστικών πακέτων για διακοπές σε θέρετρα που εξυπηρετούν αυτόν τον σκοπό, παρέχοντας μεταφορά, διαμονή και υπηρεσίες. Βασίζεται στην έλλειψη διαφοροποίησης και την υψηλή τυποποίηση του προϊόντος, ώστε να επιτευχθεί ελαχιστοποίηση του κόστους. Στην παραδοσιακή του μορφή, οι τουρίστες που επιλέγουν τον μαζικό τουρισμό αναζητούν την ξεκούραση, την αναψυχή και τη διασκέδαση σε προορισμούς στους οποίους συνήθως επικρατούν καλές κλιματικές συνθήκες, ενώ πολλές φορές ταυτίζεται με τον τουρισμό ήλιου και θάλασσας (*sun-and-sand tourism*). Βέβαια, με την πάροδο του χρόνου διαμορφώθηκαν τέτοιου είδους πακέτα και για χειμερινές διακοπές, κυρίως για προορισμούς κοντά σε χιονοδρομικά κέντρα. Σύμφωνα με όσα αναφέρει ο (Τσάρτας Π., 1996β) τα βασικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξης που προκαλεί ο μαζικός τουρισμός, είναι οι μεγάλου όγκου ξενοδοχειακές μονάδες, η άμεση εξάρτηση της παραγωγικής δομής του τόπου από τον τουρισμό - και κατά συνέπεια από τους ενδιαμέσους τουριστικούς πράκτορες που διακινούν μέσω οργανωμένων τουριστικών πακέτων τον κύριο όγκο των τουριστών - και τέλος, η έντονη εποχικότητα της ζήτησης κατά τους θερινούς ή χειμερινούς μήνες αναλόγως τον προορισμό. Ειδική περίπτωση αυτής της κατηγορίας μπορούν να θεωρηθούν τα πακέτα *all-inclusive* των ξενοδοχείων. Οι εμπεριεχόμενες υπηρεσίες που είναι απαραίτητα συστατικά ενός τέτοιου πακέτου είναι η διαμονή, τα γεύματα και τα κάθε είδους ποτά ή ροφήματα, ενώ προαιρετικά μπορεί να συμπεριλαμβάνεται και ημερήσιο πρόγραμμα δραστηριοτήτων, απογευματινή - βραδινή διασκέδαση ή και αθλητικές εγκαταστάσεις για ενήλικες ή και για παιδιά. Το περιεχόμενο του πακέτου μπορεί να διαφέρει σημαντικά από προορισμό σε προορισμό, αλλά εξαρτάται επίσης και από τον πάροχο. Το μοντέλο των *all-inclusive* πακέτων των ξενοδοχείων έχει δεχθεί δριμυία κριτική, κυρίως ως προς την αποξένωση των χρηστών του από τις τοπικές κοινωνίες. Συγκεκριμένα, υποστηρίζεται ότι οι πελάτες των ξενοδοχείων που λειτουργούν με αυτό το μοντέλο δεν εξέρχονται των ξενοδοχείων, με αποτέλεσμα να μην καταναλώνουν στα τοπικά μαγαζιά, ιδιαίτερα στον κλάδο της εστίασης. Συνεπώς, δύναται να οδηγήσει σε κλείσιμο των επιχειρήσεων πέριξ των ξενοδοχείων και άρα σε αυξημένη τάση των πελατών τους να παραμένουν εντός αυτών, δημιουργώντας έναν φαύλο κύκλο (Ινστιτούτο ΣΕΤΕ, 2014). Γενικότερα, όμως, τα τελευταία χρόνια ο μαζικός τουρισμός έχει ταυτιστεί με τον επιζήμιο - για την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον - τουρισμό, έχοντας ως αποτέλεσμα όσα αναφέρονται στο Κεφάλαιο 4^ο της παρούσας εργασίας.

- *Τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων*: ο οποίος αναφέρεται στην ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στην τουριστική ζήτηση. Περιλαμβάνει τα ταξίδια που πραγματοποιούν τα άτομα έχοντας συγκεκριμένα ενδιαφέροντα ή κίνητρα για εξατομικευμένες τουριστικές εμπειρίες (για παράδειγμα πολιτιστικές, αθλητικές κ.λπ.), τις οποίες μπορούν να βιώσουν σε συγκεκριμένους προορισμούς που διαθέτουν τις ανάλογες - κατά περίπτωση - υποδομές, με απώτερο σκοπό την προσωπική ικανοποίηση και την ανάπτυξη της προσωπικότητάς τους. Τα τελευταία χρόνια, με την τεχνολογική εξέλιξη που έχει επέλθει, οι τουρίστες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο το διαδίκτυο για την οργάνωση του ταξιδιού τους, ενισχύοντας την αυτονομία τους. Κατ' αυτόν τον τρόπο, προέκυψε πλέον, εκτός από τον ομαδικό μαζικό τουρισμό που είδαμε παραπάνω, και ο ατομικός μαζικός τουρισμός, όπως θα μπορούσαμε να τον αποκαλέσουμε, ο οποίος αν και εκφράζεται από κάθε άτομο μεμονωμένα και αυτόνομα, χαρακτηρίζεται από μαζικότητα. Επιλέγεται, δηλαδή, ταυτόχρονα από πλήθος ατόμων ο ίδιος προορισμός, κάτι το οποίο συμβαίνει ιδίως σε πολύ γνωστές τοποθεσίες ή σε μέρη τα οποία προωθούνται και γίνονται ιδιαίτερα δημοφιλή κυρίως μέσω της δύναμης της εικόνας και των νέων δυνατοτήτων που παρέχει το διαδίκτυο. Με την πρόοδο της τεχνολογίας στην εποχή μας, από τη μία πλευρά η πληροφορία είναι διαθέσιμη σε πολύ περισσότερους ανθρώπους και πολύ πιο εύκολα, ενώ από την άλλη, με την ανάπτυξη των μεταφορών, η μετακίνησή τους από τόπο σε τόπο έχει επίσης καταστεί ευκολότερη και γρηγορότερη, γεγονός που μεταφράζεται σε συρροή επισκεπτών σε δημοφιλείς προορισμούς ανά τον κόσμο. Αυτό είναι κάτι που δύναται να έχει εφάμιλλο αντίκτυπο στους τόπους υποδοχής με τον μαζικό τουρισμό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι πόλεις οι οποίες συνιστούν δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, χάρη στη διαδικτυακή επανάσταση στις κρατήσεις των διακοπών, στην έξαρση των βραχυχρόνιων μισθώσεων και στην εμφάνιση αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, ρίχνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο το μέσο κόστος για το καταναλωτικό κοινό. Η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού πόλεων (*city breaks*), καταδεικνύεται από το γεγονός ότι, σύμφωνα με έρευνες, ο αριθμός των ταξιδιών στις πόλεις ξεπερνά πλέον τις επισκέψεις σε μέρη με παραλίες, κάτι το αδιανόητο μέχρι και κάποια χρόνια πριν. Καθώς, λοιπόν, πλήθος ατόμων οργανώνουν μεμονωμένα το ταξίδι τους προς κάποια πόλη, έχουμε ως αποτέλεσμα τη συρροή τουριστών σε αυτήν την πόλη, των οποίων η επίσκεψη συμπίπτει χρονικά, δηλαδή προκύπτει μαζική μετακίνηση και διαμονή τουριστών στο ίδιο μέρος κατά την ίδια χρονική περίοδο.
- *Εναλλακτικός τουρισμός*: αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, αλλά παρουσιάζει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία τον διαφοροποιούν σε σχέση με τις υπόλοιπες υποκατηγορίες. Το κύριο χαρακτηριστικό του γνώρισμα, είναι ότι στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού προβάλλονται έντονα η προστασία του περιβάλλοντος και η διατήρηση των οικοσυστημάτων, όπως επίσης και η αλληλεπίδραση με τα πολιτιστικά μνημεία. Δηλαδή και πάλι υφίσταται ένα κυρίαρχο ειδικό κίνητρο, το οποίο όμως σε αυτήν την περίπτωση συνδέεται

συγκεκριμένα με τη φυσιολατρία, τα ταξίδια ή γενικότερα τις εμπειρίες περιπέτειας, τον αθλητισμό, την περιήγηση, το περιβάλλον, τις τοπικές παραδόσεις, αλλά επιπρόσθετα πλαισιώνεται και από συγκεκριμένες υποδομές που συνήθως είναι εναρμονισμένες με το περιβάλλον. Ο εναλλακτικός τουρισμός, επομένως, προϋποθέτει τη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας του τόπου μέσω οικολογικών μεθόδων, μεγιστοποιώντας την ωφέλεια για το φυσικό περιβάλλον, προάγοντας τον σεβασμό της κοινωνικής κληρονομιάς και της μοναδικότητάς της και τέλος, εξασφαλίζοντας τη μακροπρόθεσμη υποστήριξη δραστηριοτήτων που προσφέρουν ευκαιρίες για καλό εισόδημα και σταθερή απασχόληση, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην καταπολέμηση της φτώχειας στις τοπικές κοινωνίες (Ποδηματάς Δημήτριος, 2008). Κατ' αυτόν τον τρόπο στηρίζονται οικονομικά και αναπτύσσονται τα μικρότερα περιφερειακά κέντρα, αλλά και οι αγροτικές περιοχές. Επίσης, συμβάλλει στον περιορισμό της έντονης εποχικότητας του παραδοσιακού τουρισμού, επιτυγχάνοντας την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, κάτι που συνιστά πρόκληση τόσο για τις τοπικές κοινωνίες όσο και για τα κράτη.

5.3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ

Ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως είδαμε και παραπάνω, συνιστά έναν ευρύτερο όρο που συμπεριλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα εννοιών και τουριστικών στρατηγικών, όπως για παράδειγμα «ήπιος», «υπεύθυνος», «πράσινος», «μικρής κλίμακας» κ.λπ., δηλαδή επιχειρεί να αποτελέσει εναλλακτικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης ως αντίβαρο σε σχέση με την εστιασμένη στη μεγιστοποίηση του οικονομικού οφέλους προσέγγιση του μαζικού τουρισμού, το οποίο όμως δύναται να εφαρμοστεί σε ενδεδειγμένους προορισμούς με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (Τσάρτας Π. Σταυρινούδης Θ. Ζαγκότση Σ. Κυριακάκη Α. Βασιλείου Μ., 2010). Οι κυριότερες υποκατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού παρουσιάζονται στο **Σχεδιάγραμμα 8** που ακολουθεί.

Σχεδιάγραμμα 8: Οι Κυριότερες Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

• Θρησκευτικός Τουρισμός	• Αγροτουρισμός
• Θαλάσσιος Τουρισμός	• Φυσιολατρικός Τουρισμός
• Περιηγητικός Τουρισμός	• Οικοτουρισμός
• Αθλητικός Τουρισμός (ορισμένες δραστηριότητες)	• Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός Τουρισμός
• Τουρισμός Περιπέτειας	• Ιαματικός Τουρισμός
• Ορεινός Τουρισμός	• Πολιτισμικός Τουρισμός

Πηγή: (Τσάρτας Π. Σταυρινούδης Θ. Ζαγκότση Σ. Κυριακάκη Α. Βασιλείου Μ., 2010)

Οι βασικότερες και χαρακτηριστικότερες εξ αυτών, είναι οι ήπιες μορφές τουρισμού που έχουν ως πυρήνα τους την άσκηση δραστηριοτήτων που συνδέονται άμεσα ή

έμμεσα με το φυσικό περιβάλλον και είναι (Τσάρτας Π. Σταυρινούδης Θ. Ζαγκότση Σ. Κυριακάκη Α. Βασιλείου Μ., 2010):

- Ο *οικοτουρισμός*, ο οποίος αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες και πολλές φορές προστατευόμενες περιοχές, ο οποίος σε αντιδιαστολή με τον μαζικό τουρισμό δεν υπερβαίνει τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής όπου αναπτύσσεται, ενώ ταυτόχρονα προάγει την προστασία του φυσικού, αλλά και του πολιτιστικού περιβάλλοντος, συνεισφέρει στην τοπική οικονομία και συμβάλλει στη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής του τόπου. Συνιστά την ενσάρκωση της ελπίδας ότι θα μπορούσε να επιτευχθεί ο συνδυασμός της προστασίας των πολύτιμων οικοσυστημάτων με την εξασφάλιση μιας εναλλακτικής πηγής εισοδήματος, ως αντιστάθμισμα των οικονομικών δραστηριοτήτων που έχουν απαγορευτεί ως ασύμβατες με τη διαφύλαξη των φυσικών πόρων. Τα κύρια χαρακτηριστικά που παρουσιάζει είναι τα εξής:
 - Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνει έχουν τις ελάχιστες αρνητικές συνέπειες για το περιβάλλον και τους τοπικά διαμένοντες.
 - Συμβάλλει στην κατανόηση των φυσικών και πολιτιστικών συστημάτων ενός τόπου και στην ενημέρωση των επισκεπτών για το πώς αυτά μπορούν ενδεχομένως να επηρεαστούν από τις δραστηριότητές τους.
 - Συμβάλλει στην προστασία, στη διαφύλαξη και στη διαχείριση των νομικά προστατευόμενων, αλλά και μη, φυσικών περιοχών.
 - Ενεργοποιεί και διατηρεί τη συμμετοχή των ντόπιων στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων σχετικά με τον τύπο και τον όγκο του τουρισμού που θα υποδεχτούν στην περιοχή.
 - Κατευθύνει τα συνολικά οφέλη στους ντόπιους, οι οποίοι συμπληρώνουν το εισόδημά τους, χωρίς να εγκαταλείπουν τις παραδοσιακές παραγωγικές δραστηριότητες (π.χ. γεωργία) ή να τις αντικαθιστούν με σύγχρονες.
 - Διαθέτει ένα γνωστικό χαρακτήρα, καθώς προσφέρει ευκαιρίες τόσο στους ντόπιους όσο και στους επισκέπτες να έρθουν σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον και να ανακαλύψουν τα θαύματα και τα μυστικά που κρύβει.
- Ο *αγροτουρισμός*, ο οποίος αναπτύσσεται στην ύπαιθρο και χαρακτηρίζεται από την προσπάθεια σύζευξης του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό, αποσκοπώντας στη δημιουργία υπεραξίας και για τους δύο τομείς. Συνιστά μια ήπια μορφή τουρισμού που αποσκοπεί στο να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τις αγροτικές ασχολίες, την παραδοσιακή κουζίνα και τα τοπικά προϊόντα, καθώς επίσης και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά των κατοίκων. Επίσης, στοχεύει στο να

τον φέρει σε επαφή με τη φύση και να ψυχαγωγηθεί μέσα από τη συμμετοχή σε δραστηριότητες της υπαίθρου, νιώθοντας τη χαρά της ανακάλυψης και της γνώσης. Κατ' αυτόν τον τρόπο κινητοποιούνται οι τοπικές παραγωγικές και οι αναπτυξιακές δυνάμεις, συγκρατώντας ένα μέρος του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές και εξασφαλίζοντας ένα συμπληρωματικό εισόδημα για τους τοπικά διαμένοντες, ενώ ταυτόχρονα προάγεται η αειφόρος οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου. Θα πρέπει να σημειώσουμε, ότι η φιλοσοφία του αγροτουρισμού συνάδει απόλυτα με το πλαίσιο αρχών και κανόνων που διέπουν τον *οικοτουρισμό*. Καταρχάς, σέβεται την υπάρχουσα κοινωνική, πολιτισμική, περιβαλλοντική και οικονομική δομή του τόπου υποδοχής. Κατά δεύτερον, δεν προϋποθέτει παρεμβάσεις μεγάλης έκτασης στο φυσικό περιβάλλον· αντιθέτως συμβάλλει στη διατήρηση και στην αναδόμησή του. Επιπρόσθετα, ωθεί τους κατοίκους - και ιδιαίτερα τη νέα γενιά - στην ενασχόληση με παραδοσιακές παραγωγικές δραστηριότητες οι οποίες τείνουν να εκλείψουν, προβάλλει και αναγνωρίζει την αυθεντικότητα των τοπικών προϊόντων και ενεργοποιεί τη βούληση των ντόπιων να περιφρουρήσουν και να διαφυλάξουν τα πολιτιστικά, παραγωγικά και περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά του τόπου τους. Οι δυο αυτές μορφές εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να συνδυαστούν ιδιαίτερα αποτελεσματικά, διαμορφώνοντας ένα πλέγμα συμπληρωματικών ήπιων τουριστικών δραστηριοτήτων, συμβάλλοντας στη μεγιστοποίηση της τουριστικής εμπειρίας που αποκομίζουν οι επισκέπτες.

- Ο *τουρισμός περιπέτειας*, ο οποίος περιλαμβάνει την άσκηση δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου, που αναπτύσσονται σε έναν ασυνήθιστο, εξωτικό ή απομακρυσμένο προορισμό και κυρίως σε εξωτερικούς χώρους, ενώ εμπεριέχουν το στοιχείο της αδρεναλίνης και σε κάποιες περιπτώσεις έναν βαθμό επικινδυνότητας. Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον τουρισμό περιπέτειας είναι:
 - ο Παρατήρηση της φύσης
 - ο Παρατήρηση άγριων ζώων (πουλιών κ.λπ.)
 - ο Δραστηριότητες υδάτινης περιπέτειας (rafting, kayak κ.λπ.)
 - ο Δραστηριότητες χειμερινής περιπέτειας (σκι κ.λπ.)
 - ο Δραστηριότητες χειρσαίας περιπέτειας (ορειβασία, πεζοπορία κ.λπ.)
 - ο Δραστηριότητες εναέριας περιπέτειας (bungee jumping κ.λπ.)
 - ο Δραστηριότητες που η άσκησή τους προκαλεί φθορές στο φυσικό περιβάλλον (κίνηση με οχήματα 4x4 εκτός δρόμου κ.λπ.)

Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού, διακρίνονται σε ακραίας και ήπιας περιπέτειας. Εκείνες της ακραίας περιπέτειας εμπεριέχουν έναν σημαντικό βαθμό κινδύνου, γι' αυτό και οι συμμετέχοντες θα πρέπει να διαθέτουν εμπειρία και να είναι προετοιμασμένοι κατάλληλα, τόσο σωματικά όσο και πνευματικά, ούτως ώστε να καταφέρουν να ανταπεξέλθουν στις

συνεπαγόμενες προκλήσεις του προορισμού (π.χ. αναρρίχηση, πτήση με αερόπτερο κ.λπ.). Αντίθετα, οι δραστηριότητες ήπιας περιπέτειας χαρακτηρίζονται από μειωμένο βαθμό επικινδυνότητας, χαμηλότερο επίπεδο απαιτούμενης φυσικής κατάστασης και ευρύτερο πλαίσιο προσφερόμενων εμπειριών (π.χ. ιππασία, rafting κ.λπ.). Οι διάφορες δραστηριότητες χωρίζονται σε επίπεδα, ανάλογα με το τον βαθμό επικινδυνότητάς τους αλλά και με βάση το επίπεδο δυσκολίας τους.

- Ο *πολιτιστικός τουρισμός*, ο οποίος εκφράζει συνδυαστικά τις αλληλένδετες έννοιες του τουρισμού και του πολιτισμού. Ένα από τα βασικά κίνητρα για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, μεταξύ άλλων, είναι και η γνωριμία με στοιχεία του υλικού και πνευματικού πολιτισμού του εκάστοτε προορισμού. Υπό αυτή την έννοια, ο όρος μπορεί να αποδοθεί ως η περιήγηση που στοχεύει στο να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με την ιστορική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά, καθώς και με τα σύγχρονα πολιτιστικά δημιουργήματα μιας περιοχής. Επομένως, αποτελεί μια εξειδικευμένη δραστηριότητα, η οποία εμπεριέχει το στοιχείο της μάθησης και της παιδείας με την ευρεία έννοια, ενώ οι επισκέπτες συμβάλλουν στη διαφύλαξη και την ανάδειξη της μοναδικότητας του τόπου υποδοχής, καθώς γίνονται κοινωνοί της πολιτιστικής κληρονομιάς, της κουλτούρας και των διακριτών χαρακτηριστικών του. Στοιχεία του πολιτισμού, που μπορούν παράλληλα να αποτελούν και τουριστικούς πόρους, είναι τα εξής:
 - Μορφές τέχνης (μουσική, χορός κ.λπ.)
 - Ήθη και έθιμα, τοπικές παραδόσεις
 - Γαστρονομία, τοπική κουζίνα
 - Ιστορία, θρησκεία (υλικά και πνευματικά στοιχεία)
 - Δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα) - Φυσικό περιβάλλον (δάση κ.λπ.) ή και συνδυασμός τους (τοπία)
 - Πολιτιστικές εκδηλώσεις

Στην πράξη, όμως, πολλές φορές μπορεί μεν να χρησιμοποιείται η ταμπέλα του εναλλακτικού τουρισμού ή κάποιας υποκατηγορίας του, ενώ στην πραγματικότητα το είδος του τουρισμού που προσφέρεται απέχει παρασάγγας από την ουσία και το πνεύμα του. Για παράδειγμα, κάτι που συμβαίνει και στη χώρα μας είναι η ταύτιση του αγροτουρισμού με τη διαμονή σε κάποιον ξενώνα εντός ή πλησίον κάποιου αγροτικού οικισμού. Από μόνο του, όμως, το γεγονός αυτό, δεν αρκεί για να καταταχθεί στον αγροτουρισμό αλλά μάλλον στον τουρισμό υπαίθρου, καθώς οι επισκέπτες δεν ασκούν κάποια αγροτική δραστηριότητα οποιασδήποτε μορφής, σπάνια συμμετέχουν στις καθημερινές ασχολίες της αγροτικής οικογένειας, ενώ τις περισσότερες φορές δεν έρχονται ποτέ σε επαφή με τα μέλη της τοπικής κοινωνίας. Εκ των ανωτέρω, μπορούμε να συνάγουμε ότι ο εν λόγω τύπος τουρισμού προσιδιάζει περισσότερο στα στοιχεία του μαζικού τουρισμού. Επομένως, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια μορφή μαζικού τουρισμού με διαφοροποιήσεις σε συγκεκριμένα πεδία, όπως για παράδειγμα ο τύπος του καταλύματος. Ως εκ τούτου, για να

λειτουργήσει ο εναλλακτικός τουρισμός προς όφελος του κοινωνικού, πολιτιστικού, κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής, θα πρέπει η εφαρμογή του να εντάσσεται σε ένα πλαίσιο αρχών και κανόνων που υποστηρίζεται από ένα πλέγμα συστημάτων ορθολογικής διαχείρισης (χωροθέτηση τουριστικών υποδομών, διαχείριση επισκεπτών, παρακολούθηση των επιπτώσεων από τις τουριστικές δραστηριότητες κ.λπ.). Σε κάθε άλλη περίπτωση, ελλοχεύει ο κίνδυνος να αναπτυχθεί ένας κατ' όνομα μόνο εναλλακτικός τουρισμός (σε οποιαδήποτε από τις ανωτέρω υποκατηγορίες κι αν ανήκει), ενώ ουσιαστικά θα είναι απλώς τουρισμός στη φύση ή κάποια άλλη μορφή τουρισμού, χωρίς να περιορίζονται οι δυσμενείς επιπτώσεις του στο περιβάλλον. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δίνεται στη διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος και των εύθραυστων οικοσυστημάτων που μπορεί να υφίστανται σε τέτοιου είδους περιοχές (π.χ. Natura 2000), καθώς ακόμα και οι επιτρεπόμενες δραστηριότητες που ασκούνται σε αυτές ή πλησίον τους, ενδέχεται να προκαλέσουν όχληση στα είδη χλωρίδας και πανίδας που φιλοξενούνται εκεί. Διαφορετικά, ενώ θεωρητικά αποτελεί μια φιλικότερη προς το περιβάλλον αντιπρόταση σε σχέση με το μοντέλο ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, μπορεί να προκληθεί πολύ μεγαλύτερη ζημιά σε πολύ πιο ευαίσθητα οικοσυστήματα.

Συνοψίζοντας, θα πρέπει να τονίσουμε ότι ο όρος «εναλλακτικές μορφές τουρισμού» συνεπάγεται (Τσάρτας Π. Σταυρινούδης Θ. Ζαγκότση Σ. Κυριακάκη Α. Βασιλείου Μ., 2010):

- Ανάδειξη και προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του τόπου.
- Ενίσχυση των παραδοσιακών παραγωγικών δραστηριοτήτων, με συμμετοχή και διάχυση των ωφελειών στον τοπικό πληθυσμό.
- Ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση σε θέματα ορθολογικής διαχείρισης:
 - των πόρων (π.χ. νερό, ενέργεια)
 - των τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών (π.χ. είδος και ένταση των προσφερόμενων υπηρεσιών).
 - των επισκεπτών (π.χ. μέγιστος επιτρεπόμενος αριθμός επισκεπτών)
- Ανάπτυξη μηχανισμών πρόληψης, παρακολούθησης και ελέγχου των επιπτώσεων των τουριστικών δραστηριοτήτων (π.χ. επίπεδα μόλυνσης νερού, αέρα κ.λπ.).
- Υιοθέτηση κώδικα συμπεριφοράς επισκεπτών.
- Διάχυση τουριστών και δραστηριοτήτων στον χώρο και στον χρόνο.

Εν κατακλείδι, η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι αλληλένδετη αφενός με την υιοθέτηση μιας διαφορετικής αντίληψης για τον τουρισμό και αφετέρου με την εφαρμογή και την τήρηση ενός πλαισίου αρχών και κανόνων, διότι διαφορετικά παραπέμπουν σε άλλες μορφές τουρισμού (Τσάρτας Π. Σταυρινούδης Θ. Ζαγκότση Σ. Κυριακάκη Α. Βασιλείου Μ., 2010).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΧΩΡΙΚΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η θεωρία του Von Thunen, την οποία έχουμε αναλύσει παραπάνω, αποτελεί την πρώτη αναφορά στο ζήτημα του τόπου εγκατάστασης, με τη συμβολή της στον τομέα της Οικονομικής Γεωγραφίας να είναι καθοριστική. Το μοντέλο του εξελίχθηκε από μεταγενέστερους μελετητές, όπως τον William Alonso που έχουμε προαναφέρει, ενώ η θεωρία του επεκτάθηκε και σε άλλους τομείς της επιστήμης. Σε κάθε περίπτωση, η βασική αρχή στην οποία στηρίζονται είναι η επιλογή του τόπου εκείνου, στον οποίο τα έσοδα θα υπερέχουν των εξόδων στον μέγιστο βαθμό (Smith D. M., 1966). Οι θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί προς αυτή την κατεύθυνση αποτέλεσαν πολύ καινοτόμες για την εποχή τους προσεγγίσεις, όμως περιλάμβαναν πολλές παραδοχές και αρκετά σημεία απλούστευσης στα υποδείγματά τους, όπως την ομοιόμορφη κατανομή του πληθυσμού, την ύπαρξη τέλει ανταγωνισμού, το όμοιο μέγεθος των ακινήτων κ.λπ., παραδοχές οι οποίες δεν αντικατοπτρίζουν την κατάσταση που επικρατεί στην πραγματική οικονομία.

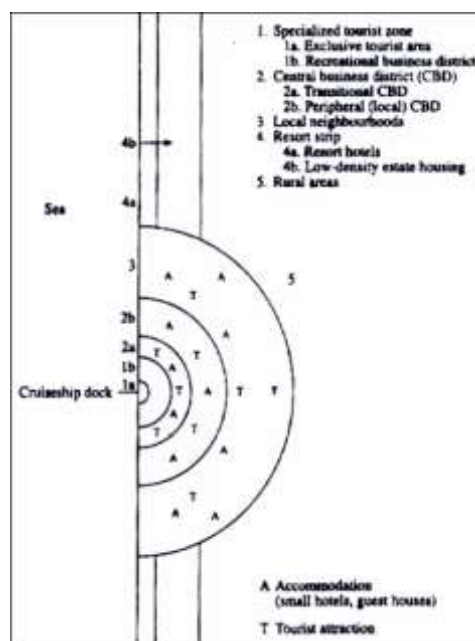
Στον τομέα των ακινήτων αλλά και στην εκτίμηση της αξίας τους, η τοποθεσία θεωρείται ίσως ο πιο καθοριστικός παράγοντας που θα πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψιν (*"location, location, location"*). Όσον αφορά στα ξενοδοχεία συγκεκριμένα, η διαδικασία χωροθέτησης κι εγκατάστασής τους θα μπορούσε να θεωρηθεί ακόμα πιο κρίσιμης σημασίας, λόγω των ιδιομορφιών που παρουσιάζει ο κλάδος ως επιχειρηματική δραστηριότητα. Οι έρευνες γύρω από το θέμα της εγκατάστασης των ξενοδοχειακών μονάδων στον χώρο μπορούν να επιμεριστούν, όπως τις κατηγοριοποίησε ο (Ευαγγελίδης Πασχάλης, 2018), σε γενικές κατηγορίες με βάση:

- *Τη μορφή, το υπόβαθρο και τον χαρακτήρα τους*, δηλαδή μια μελέτη μπορεί είτε να συνεπάγεται την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης θεωρίας ή απλώς να περιορίζεται στην εφαρμογή ενός χρηστικού μοντέλου/υποδείγματος.
- *Τον σκοπό και τη χωρική τους κλίμακα εστίασης*, καθώς υπάρχουν διαφορετικά είδη ερευνών ανάλογα με το αν η λήψη της απόφασης χωροθέτησης και εγκατάστασης ενός ξενοδοχείου αναφέρεται σε διεθνές, εθνικό, περιφερειακό ή αστικό επίπεδο.
- *Τις χρησιμοποιούμενες μεθόδους ανάλυσης*, με πλέον χαρακτηριστικές τα μαθηματικά μοντέλα, την παραγοντική ανάλυση, την αναλογική μέθοδο, τις συνεντεύξεις κ.λπ..
- *Την πλευρά και την οπτική γωνία από την οποία πραγματοποιούνται*, όπως για παράδειγμα αν το θέμα θα εξεταστεί από την πλευρά της ζήτησης ή της προσφοράς.

Ο τουρισμός βέβαια, όπως έχουμε αναλύσει και παραπάνω, από τη φύση του παρουσιάζει αρκετές ιδιομορφίες, γεγονός που μπορεί ενδεχομένως να εξηγήσει γιατί μέχρι σήμερα δεν υπάρχει κάποια γενικά αποδεκτή θεωρία σχετικά με το πρόβλημα του προσδιορισμού του τύπου εγκατάστασης των τουριστικών δραστηριοτήτων στον χώρο. Κοινός τόπος αρκετών ερευνητών, είναι η επεξήγηση της μορφολογίας των παραλιακών θέρετρων, αναγνωρίζοντας και προσδιορίζοντας ζώνες τουριστικής δραστηριότητας. Στον συγκεκριμένο τομέα, το μοντέλο του (Weaver D., 1993) αποτελεί ίσως το πιο σημαντικό μορφολογικό μοντέλο, επειδή πέρα από την τοποθέτηση της τουριστικής βιομηχανίας και της χωρικής της κατανομής σε έναν προορισμό, εξηγεί και τους λόγους για τους οποίους διαμορφώνεται με αυτόν τον τρόπο η τουριστική ανάπτυξη, ενώ παράλληλα προσδιορίζει τις ζώνες δραστηριότητας τόσο του τουρισμού όσο και του εμπορίου και των κατοίκων της περιοχής. Ο Weaver θεωρεί ότι η εντατική τουριστική δραστηριότητα στα νησιά παρατηρείται μόνο στην παράκτια ζώνη ή σε λίγες περιοχές που βρίσκονται μακριά από την ακτή και αναγνωρίζει πέντε ζώνες εντατικής τουριστικής δραστηριότητας (Εικόνα 26):

Εικόνα 26: Μοντέλο του Weaver
(Αστικού Τουριστικού Χώρου)

1. Η ειδική τουριστική ζώνη
(Specialized Tourist Zone)
2. Η κεντρική εμπορική ζώνη
(Central Business District)
3. Οι τοπικές γειτονιές
(Local Neighborhoods)
4. Η ζώνη θέρετρου
(Resort Strip)
5. Οι Περιφερειακές Περιοχές
(Rural Areas)



Πηγή: (Παππάς Νικόλαος, 2008)
Αναδημοσίευση από: (Weaver D., 1993)

Τα αποτελέσματα της εφαρμογής της θεωρίας εγκατάστασης των ξενοδοχείων στο μοντέλο του (Ευαγγελίδης Πασχάλης, 2018), όμως, είχε διαφορετικό αποτέλεσμα από το αναμενόμενο με βάση τη θεωρία. Βάσει της ερμηνείας των αποτελεσμάτων, διαφαίνεται ότι, σε ένα νησί με τα ιδιαίτερα μορφολογικά χαρακτηριστικά της Σαντορίνης και με τον τύπο τουριστών που προσελκύει, έχει μεγαλύτερη επίδραση η θέα παρά η «ξηρή» απόσταση από τη θάλασσα. Αυτό το παράδειγμα αναδεικνύει και τον λόγο για τον οποίο δεν υπάρχουν γενικευμένα υποδείγματα, ενώ αντιθέτως κυριαρχούν μελέτες περιπτώσεων (*case studies*) μεμονωμένων προορισμών.

Αντιλαμβανόμαστε, λοιπόν, ότι ο χώρος επηρεάζει σημαντικά την απόφαση για την επιλογή του τύπου εγκατάστασης μιας τουριστικής επιχείρησης και ιδιαίτερα ενός

ξενοδοχείου, αλλά και ότι υπάρχουν διάφοροι τρόποι προσέγγισης του θέματος καθώς και ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει κάθε μεμονωμένη περίπτωση. Στην παρούσα μελέτη, γίνεται μια προσπάθεια να παρουσιαστεί ο διπλός ρόλος του χώρου - όπως και του περιβάλλοντος γενικότερα - στον τουρισμό, ότι δηλαδή από τη μία συνιστά μέρος του τουριστικού προϊόντος αλλά ταυτόχρονα αποτελεί κι έναν από τους δέκτες των επιπτώσεών του, κάτι που θα προσπαθήσουμε να ενσωματώσουμε και στο μοντέλο μας παρακάτω. Επομένως, όποτε θα συναντάμε τον όρο «οικονομική αποδοτικότητα» δεν θα αναφέρεται αποκλειστικά στη μεγιστοποίηση των εσόδων ως προς τα έξοδα, αλλά θα εμπεριέχει και το κόστος που συνεπάγεται όλη αυτή η δραστηριότητα για το οικονομικό, κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον, στο πλαίσιο της προσπάθειας ενσωμάτωσης σε αυτόν στοιχείων των Green Economics, των Socio-economics, καθώς και των κριτηρίων ESG με αριθμητικούς όρους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο : ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός και τα ταξίδια παρουσιάζουν σε παγκόσμια κλίμακα μια σταθερή αυξητική τάση, πολλαπλασιάζοντας την οικονομική και κοινωνική τους συνεισφορά. Η αύξηση όμως αυτή, συνδέεται και με σημαντικές διαφοροποιήσεις στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης, εν μέρει ως αποτέλεσμα των αλλαγών στον τρόπο ζωής του μέσου ανθρώπου και της ανάγκης για βελτίωση της ποιότητας ζωής του. Οι κυριότερες αλλαγές στη ζήτηση μπορούν να συνοψιστούν (Τσάρτας Π. Λαγός Δ. Σταυρινούδης Θ. Πρωΐου Ε., 2014):

- στις μεταβολές στον χώρο και στον τρόπο εργασίας, κυρίως εξαιτίας των νέων τεχνολογιών (π.χ. η δυνατότητα εξ αποστάσεως εργασίας και η εφαρμογή πιο ευέλικτων ωραρίων αναμένεται να αυξήσει σταδιακά τον ελεύθερο χρόνο και τις δυνατότητες διάθεσής του για διακοπές και αναψυχή).
- Στην αυξημένη ανάγκη για κατανάλωση εμπλουτισμένων, πιο ποιοτικών και διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων.
- Στη δυναμική ανάπτυξη του προτύπου των ολιγοήμερων διακοπών (3 - 4 ημερών).
- Στην αύξηση της συχνότητας των διακοπών, εν μέρει ως αποτέλεσμα της μείωσης της διάρκειάς τους. Από τις παραδοσιακές διακοπές μεγάλης χρονικής διάρκειας μία με δύο φορές το χρόνο, η τουριστική ζήτηση περνάει στις διακοπές μικρότερης χρονικής διάρκειας, αλλά περισσότερο επαναλαμβανόμενες μέσα στο έτος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της τάσης είναι οι σύντομες διακοπές τα Σαββατοκύριακα ή τις αργίες, οι οποίες κερδίζουν διεθνώς όλο και μεγαλύτερο έδαφος στις προτιμήσεις των σύγχρονων ανθρώπων, κυρίως αυτών που κατοικούν στα μεγάλα αστικά κέντρα. Η αλλαγή αυτή δημιουργεί πλεονέκτημα ανταγωνιστικότητας και θελκτικότητας σε προορισμούς - χώρες που βρίσκονται σε άμεση γειτνίαση με τις κύριες χώρες αποστολής τουριστών, ενώ αντιθέτως για όσες βρίσκονται μακριά αποτελεί μια πρόκληση.
- Στη σταδιακή ενίσχυση της ζήτησης για τους μήνες εκτός αιχμής, αν και η τουριστική ζήτηση εξακολουθεί ακόμη να εμφανίζει έντονη χρονική συγκέντρωση σε πολύ μικρό αριθμό μηνών του έτους.
- Στη διαρκή αύξηση των απαιτήσεων του σύγχρονου τουρίστα, ως αποτέλεσμα της βελτίωσης του επιπέδου και της επιθυμητής ποιότητας ζωής του.
- Στην αύξηση του αριθμού των ατόμων τρίτης ηλικίας που κάνουν διακοπές, ως αποτέλεσμα της αύξησης του μέσου όρου ζωής και της διαρκούς αύξησης του ποσοστού του πληθυσμού που ανήκει σε αυτή την ηλικιακή ομάδα.

- Στη συνειδητοποίηση της μεγάλης σημασίας που έχει η προστασία του περιβάλλοντος, φυσικού και ανθρωπογενούς, και στην απαίτηση για διακοπές που δεν θα λειτουργούν επιβαρυντικά στο περιβάλλον των περιοχών υποδοχής.
- Στη στροφή των τουριστών σε διακοπές εμπειρίας, δηλαδή την ουσιαστική συμμετοχή τους μέσα από τη βίωση εμπειριών και αυθεντικών συναισθημάτων που θα είναι άμεσα συνδεδεμένα με τον τόπο που επισκέπτονται.
- Στη διαρκή αύξηση της χρήσης των νέων τεχνολογιών από τους τουρίστες κατά τον προγραμματισμό και την αγορά των διακοπών τους, με αποτέλεσμα τον περιορισμό της εμπλοκής τρίτων γι' αυτό τον σκοπό (*tour operators*).

Οι αλλαγές στις τάσεις, στις ανάγκες και κυρίως στις καταναλωτικές συμπεριφορές των τουριστών που προαναφέρθηκαν, επιβάλλουν στις τουριστικές επιχειρήσεις αφενός να μελετούν και να παρακολουθούν αυτές τις αλλαγές και αφετέρου να κάνουν συνεχείς προσπάθειες προσαρμογής στα νέα χαρακτηριστικά της ζήτησης και στον διαρκώς αυξανόμενο ανταγωνισμό. Οι σημαντικότερες αλλαγές που καταγράφονται τα τελευταία χρόνια σε επίπεδο τουριστικής προσφοράς σχετίζονται κυρίως με τον τρόπο παραγωγής και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος και περιλαμβάνουν (Τσάρτας Π. Λαγός Δ. Σταυρινούδης Θ. Πρωΐου Ε., 2014):

- Την προσπάθεια αποτελεσματικής τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς, καθώς οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να εξειδικεύσουν το προϊόν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, προκειμένου να ανταποκριθούν καλύτερα στη ζήτηση.
- Την ανάπτυξη εξειδικευμένων ή και πιο σύνθετων τουριστικών δραστηριοτήτων, μεταξύ άλλων μέσα από την ενίσχυση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Την επιδίωξη κάθετης - ολοκληρωμένης προσφοράς του τουριστικού προϊόντος στους τουρίστες, από μεγάλες επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που εμπλέκονται στην παραγωγή και διάθεση του τουριστικού προϊόντος (π.χ. διάθεση τοπικά παραγόμενων προϊόντων με σύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τριτογενή).
- Την επέκταση εφαρμογής των all-inclusive πακέτων με τα οφέλη, αλλά και τους κινδύνους που αυτά συνεπάγονται, ιδίως για τις κοινωνίες υποδοχής.
- Την επέκταση των συγχωνεύσεων και εξαγορών τουριστικών επιχειρήσεων.
- Την ενίσχυση της τάσης για συνεργασία μεταξύ μικρών τουριστικών επιχειρήσεων, με χαρακτηριστικότερη περίπτωση αυτής της ανάπτυξης συστάδων επιχειρήσεων (*clusters*).

- Τη διαρκώς αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις για την παραγωγή και διάθεση του τουριστικού προϊόντος και κυρίως την αξιοποίησή του ως ένα δυναμικό και εναλλακτικό κανάλι διανομής.
- Τη δυναμική «στροφή» των τουριστικών επαγγελματιών σε νέες ανερχόμενες - αναδυόμενες χώρες και αγορές (π.χ. Κίνα).
- Την ενίσχυση της ανάπτυξης ΣΔΙΤ (Συνεργασιών Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα) σε όλο το φάσμα της παραγωγής και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος.
- Την αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρει η απελευθέρωση των αερομεταφορών και κυρίως η επέκταση των εταιριών χαμηλού κόστους (*Low Cost Carriers* - LCC).
- Την έμφαση στην κοινωνική ευθύνη των τουριστικών επιχειρήσεων.

Σε κάθε περίπτωση, οι αλλαγές που αναμένονται στο μέλλον φαίνεται ότι θα πρέπει να προσαρμόζονται σε έναν πολύ σημαντικό περιοριστικό παράγοντα, ο οποίος δεν είναι άλλος από την προστασία του περιβάλλοντος. Ήδη, η πολιτική διαχείρισης της ΕΕ για τα στερεά απόβλητα, συμπεριλαμβανομένων των βιοαποικοδομήσιμων, βασίζεται στην ιεράρχηση των επιλογών διαχείρισης κατά σειρά προτεραιότητας (πυραμίδα ιεράρχησης) σύμφωνα με την οδηγία 2008/98/ΕΚ (Θεοδωρικάκης Μάριος, 2013). Οι αρχές της ανωτέρω οδηγίας κατά σειρά προτεραιότητας είναι:

- Η πρόληψη και η μείωση της ποσότητας των παραγόμενων αποβλήτων.
- Η ανάκτηση υλικών με σκοπό την επαναχρησιμοποίηση.
- Η ανακύκλωση των υλικών αν δεν είναι δυνατή η επαναχρησιμοποίηση.
- Η ανάκτηση ενέργειας.
- Η ασφαλής διάθεση των υπολειμμάτων σε Χώρους Υγειονομικής Ταφής Υπολειμμάτων (ΧΥΤΥ).

Επιπρόσθετα, μέσω των οδηγιών 2005/35/ΕΚ και 2008/99/ΕΚ, έχουν θεσπιστεί από τον Ευρωπαϊκό νομοθέτη οι κοινοί ελάχιστοι κανόνες για την προστασία του έννομου αγαθού του περιβάλλοντος. Πρόκληση για το μέλλον της Ελλάδας συνιστά το κατά πόσο οι ποινικές διατάξεις που θεσπίστηκαν με τους νόμους 4037/2012 και 4042/2012, οι οποίοι ενσωμάτωσαν τις παραπάνω οδηγίες στην Ελληνική έννομη τάξη, θα επιφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Οι νόμοι, όμως, ενώ διαθέτουν μια συμβολική δύναμη και επιτρέπουν στην κρατική εξουσία να προβάλλει ισχυρή και αποτελεσματική, αν δεν υπάρχει πολιτική βούληση, διαφανής δημόσια διοίκηση, αυστηροί ελεγκτικοί μηχανισμοί και επαγρύπνηση των ίδιων των πολιτών, κανένα

ποινικό σύστημα δεν εγγυάται την αποτροπή της καταστροφής του περιβάλλοντος που προκαλείται από ασύδοτες ανθρώπινες δραστηριότητες οι οποίες, στο όνομα του χρήματος, δύνανται να υποθηκεύσουν το μέλλον των επόμενων γενεών (Γκαραβέλας Σωτήριος, 2016).

Σε όλα τα παραπάνω, ήρθε να προστεθεί ένα επιπλέον δεδομένο: η έξαρση της πανδημίας του κορωνοϊού Covid-19, γεγονός που επέφερε ισχυρότατο πλήγμα στον τουριστικό κλάδο, ανακόπτοντας την αυξητική μέχρι τότε πορεία των μεγεθών του παγκοσμίως. Τουρίστες και τουριστικές επιχειρήσεις προσπαθούν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα, με τους πρώτους να έχουν υιοθετήσει σε μεγάλο βαθμό μια στάση αναμονής ή τουλάχιστον περιορισμού των ταξιδιών τους, ενώ οι επιχειρήσεις προσπαθούν να βρουν τρόπους να συνέλθουν από το σοκ και να τονώσουν την τουριστική ζήτηση. Οι πραγματικές επιπτώσεις του φαινομένου - πέρα από κάποιες βραχυπρόθεσμες, όπως η αύξηση της ζήτησης για διαμονή σε βίλες λόγω της απομόνωσης που προσφέρουν - αναμένεται να φανούν μετά την πάροδο κάποιων ετών και την ομαλοποίηση της παρούσας κατάστασης.

Στο σημείο αυτό θα παρουσιαστεί ο τρόπος προσέγγισης του ερευνητικού μέρους της διπλωματικής εργασίας. Ο εμπειρικός και συστηματικός έλεγχος της θεωρίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος κάθε επιστήμης, διαδικασία χωρίς την οποία δεν θα μπορούσε να στηριχθεί οποιαδήποτε θεωρία, ούτε να αποκτήσει επιστημονικό υπόβαθρο και βαρύτητα. Όσον αφορά στις οικονομικές θεωρίες, μιας και το υπό εξέταση αντικείμενο εντάσσεται στην οικονομική ζωή, ελέγχονται και αξιολογούνται βάσει των πραγματικών δεδομένων που συλλέγονται από τον αληθινό κόσμο μέσω της μαθηματικής οικονομικής, της στατιστικής και της οικονομετρίας.

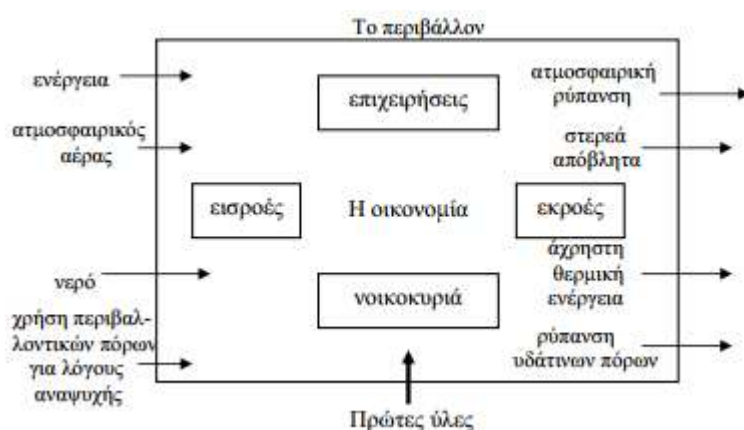
Στην παρούσα μελέτη θα αξιοποιήσουμε το θεωρητικό υπόβαθρο και τα εργαλεία που μας παρέχει η χωρική οικονομετρία. Πιο συγκεκριμένα, θα τρέξουμε ένα μοντέλο χωρικής υστέρησης (*spatial lag model*) της συναρτησιακής μορφής $y = \rho W y + X\beta + u$ (Anselin Luc, 1988), ώστε να αξιοποιηθούν τα στοιχεία γεωγραφικών συντεταγμένων των δεδομένων μας. Με αυτή τη μέθοδο, ελέγχεται το κατά πόσο μεταβάλλεται ένα φαινόμενο και σε τι βαθμό δημιουργούνται ή όχι αλληλεπιδράσεις ανάλογα με τη θέση των παρατηρήσεων στον χώρο. Το πρώτο βήμα για τη διενέργεια μιας οικονομετρικής ανάλυσης είναι η εξειδίκευση του οικονομετρικού υποδείγματος που θα χρησιμοποιηθεί, ήτοι ο καθορισμός της συναρτησιακής μορφής και των μεταβλητών που θα περιλαμβάνει. Η διαδικασία αυτή, απαιτεί προσεκτική και εις βάθος μελέτη της υφιστάμενης βιβλιογραφίας, ώστε να διασφαλιστεί η θεωρητική υπόσταση του μοντέλου, η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων και η δυνατότητα να εξαχθούν συμπεράσματα βάσει αυτών (Cressie Noel, 1992).

Στην περίπτωσή μας, διαπιστώθηκε ότι οι πλείστες υφιστάμενες μελέτες επιλογής του τόπου εγκατάστασης ξενοδοχείων προσεγγίζουν το ζήτημα από τελείως διαφορετική οπτική. Κατά κύριο λόγο, εξετάζουν τον αριθμό των υφιστάμενων ξενοδοχείων μιας περιοχής συναρτήσει παραγόντων από την πλευρά της ζήτησης, όπως για παράδειγμα το πλήθος των αφίξεων. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν κάποιες - εμφανώς λιγότερες - που διερευνούν το ζήτημα με τη χρήση μεταβλητών από την πλευρά της προσφοράς. Και στις δύο περιπτώσεις, όμως, είναι εμφανής η στόχευση και η επικέντρωση αποκλειστικά στο οικονομικό σκέλος μιας τέτοιας επιλογής. Εμείς από την άλλη πλευρά, ως αντικείμενο και στόχο της παρούσας διπλωματικής έχουμε θέσει την προσέγγιση του όλου θέματος από διαφορετική σκοπιά, ήτοι να συμπεριλάβουμε εκτός από τον οικονομικό αντίκτυπο, την επίδραση στο κοινωνικό και στο οικολογικό περιβάλλον. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε ως εξαρτημένη μεταβλητή της συνάρτησης, έναν δείκτη που δεν αντικατοπτρίζει αποκλειστικά την κερδοφορία, αλλά να εμπεριέχει με κάποιον τρόπο και τις λοιπές επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Κατά αντιστοιχία και οι ανεξάρτητες μεταβλητές που θα περιλαμβάνει η συνάρτησή μας, θα πρέπει να μπορούν να ερμηνεύσουν το φαινόμενο

από μια πιο σύνθετη και σφαιρική σκοπιά και όχι ως ένα στείο οικονομικό φαινόμενο χωρίς να λαμβάνονται υπ' όψιν τα λοιπά παρεπόμενά του.

Σύμφωνα με την οικονομική του περιβάλλοντος, η οποία μελετά την αλληλεπίδραση μεταξύ οικονομίας και φύσης, το περιβάλλον θεωρείται ως ένα σύνθετο περιουσιακό στοιχείο που προσφέρει διάφορες υπηρεσίες (Αραβώσης Κ., 2015), ενώ συνιστά και τον δέκτη των - συνήθως αρνητικών - εκροών του οικονομικού συστήματος σύμφωνα με τους νόμους της θερμοδυναμικής (Εικόνα 27). Καθώς η οικονομική αποτίμηση των εκροών προς το περιβάλλον με αριθμητικά μεγέθη είναι κάτι το δύσκολο να επιτευχθεί - ιδίως όταν υπάρχει ελλιπής παρακολούθηση και καταγραφή τους, που έχει ως άμεσο επακόλουθο την έλλειψη δεδομένων - εμείς στην ανάλυσή μας θα εστιάσουμε στις εισροές, δηλαδή στην ανάλωση των διαθέσιμων πόρων, κάτι που είναι πιο εύκολο να εκφραστεί αριθμητικά - έστω και προσεγγιστικά - ώστε να επιτευχθεί η συγκρισιμότητα στο πλαίσιο του μοντέλου που θα δημιουργήσουμε, όπως θα αναλυθεί και παρακάτω. Ουσιαστικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι εντάσσεται στους έμμεσους τρόπους αποτίμησης των περιβαλλοντικών στοιχείων με τη μέθοδο του κόστους παραγωγής, σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση στην οποία έχει προβεί ο (Μπίθας Κ., 2011).

Εικόνα 27: Οικονομικό Σύστημα και Περιβάλλον



Πηγή: (Αραβώσης Κ., 2015)

Αναδημοσίευση από: (Tietenberg T., 1997)

Ένα δεύτερο και ιδιαίτερα σημαντικό ζητούμενο είναι η επιλογή, μέσω επισκόπησης της βιβλιογραφίας, της συναρτησιακής μορφής του υποδείγματός μας. Διαπιστώθηκε ότι στην πλειοψηφία των ήδη υπαρχόντων αντίστοιχων οικονομετρικών εξισώσεων, η συναρτησιακή σχέση είναι γραμμικής μορφής. Μια πιθανή εξήγηση θα μπορούσε να είναι ότι οι επιμέρους ανεξάρτητες μεταβλητές επιδρούν αθροιστικά, και όχι λογαριθμικά ή εκθετικά, στη διακύμανση της εξαρτημένης μεταβλητής.

Με βάση λοιπόν τα ανωτέρω, εξετάσαμε αρχικά τη χρησιμοποίηση της εξής συνάρτησης:

$$\frac{ROI}{\frac{\text{Λειτουργικά Έξοδα}}{\text{Κλίνες}}} = f\{\text{Stars}(5), \text{Seasonal}, \text{Location}\}$$

- $ROI = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη μετά Φόρων}}{\text{Ενεργητικό}}$, όπου Ενεργητικό = Παθητικό = Καθ. Θέση + Υποχρεώσεις

Ο δείκτης ROI επιλέχθηκε ώστε να απεικονιστεί η οικονομική αποδοτικότητα, εξουδετερώνοντας ταυτόχρονα την επίδραση του μεγέθους της κάθε επιχείρησης. Προτιμήθηκε έναντι του ROE διότι δεν μας ενδιαφέρει η αναλογία της Καθαρής Θέσης προς τις Υποχρεώσεις στο συγκεκριμένο θέμα που εξετάζουμε.

- $\frac{\text{Λειτουργικά Έξοδα}}{\text{Κλίνες}}$: Η αναλογία λειτουργικών εξόδων προς τον αριθμό των κλινών, αποτελεί μία προσπάθεια απεικόνισης της επιβάρυνσης στο περιβάλλον που δύναται να προκαλέσει η κάθε επιχείρηση, από την πλευρά των εισροών όπως προαναφέραμε, εκφρασμένη σε χρηματικές μονάδες. Με τη χρήση του λόγου αυτού, εξουδετερώνεται η επίδραση του μεγέθους της επιχείρησης, καθώς εξάγεται η επιβάρυνση του περιβάλλοντος ανά κλίνη.
- $\frac{ROI}{\frac{\text{Λειτουργικά Έξοδα}}{\text{Κλίνες}}}$: Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα παραπάνω μεγέθη, δηλαδή τον αριθμοδείκτη ROI (ως δείκτη της οικονομικής αποδοτικότητας /αποτελέσματος) και την αναλογία λειτουργικών εξόδων ανά κλίνη (ως δείκτη επιβάρυνσης του περιβάλλοντος της κάθε επιχείρησης), δημιουργούμε έναν νέο λόγο, ήτοι το οικονομικό αποτέλεσμα ανά € επένδυσης προς την επιβάρυνση στο περιβάλλον ανά κλίνη. Υπενθυμίζεται ότι και οι δύο δείκτες, συνεπώς και ο λόγος τους, δεν επηρεάζονται από το μέγεθος της επιχείρησης.

Είναι, όμως, ο ROI ο ενδεδειγμένος αριθμοδείκτης για να χρησιμοποιήσουμε στο υπόδειγμά μας; Σύμφωνα με τη λογιστική, ισχύουν οι παρακάτω σχέσεις:

$$\begin{aligned} \text{Κύκλος Εργασιών} - \text{Κόστος Πωληθέντων} &= \text{Μικτό κέρδος} \\ \text{Μικτό κέρδος} - \text{Λειτουργικά Έξοδα} &= \text{EBITDA (Λειτουργικά Έσοδα)} \\ \text{EBITDA} - \text{Αποσβέσεις} &= \text{EBIT (Κέρδη προ Τόκων και Φόρων)} \\ \text{EBITDA} - \text{Φόροι} - \text{Τόκοι} - \text{Αποσβέσεις} &= \text{Κέρδη μετά Φόρων (Λειτουργικό Κέρδος)} \end{aligned}$$

Όπως είναι γνωστό, το μικτό κέρδος μιας επιχείρησης προκύπτει ως η διαφορά του κύκλου εργασιών (ορισμός ΕΛΠ: καθαρός κύκλος εργασιών = ετήσια ακαθάριστη εισροή οικονομικών ωφελειών που προέρχονται από τις συνήθεις δραστηριότητες της επιχείρησης), μείον το κόστος των πωληθέντων αποθεμάτων ή της παροχής υπηρεσιών, ανάλογα με τη δραστηριότητά της.

Στη συνέχεια, αν από το μικτό κέρδος αφαιρεθούν τα λειτουργικά έξοδα, δηλαδή τα έξοδα διοίκησης και διάθεσης, χωρίς να ληφθούν υπ' όψιν οι αποσβέσεις, τα λειτουργικά έσοδα που προκύπτουν είναι το EBITDA, υπό την έννοια ότι δεν έχουν υπολογιστεί ακόμη τα χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι) και ο φόρος εισοδήματος. Το αρκτικόλεξο EBITDA προέρχεται από τα αρχικά των λέξεων: «*Earnings Before Interest, Tax, Depreciation, and Amortization*». Είναι δηλαδή ένας δείκτης, βάσει του οποίου εμφανίζονται τα κέρδη μιας οντότητας, πριν από την αφαίρεση των τόκων, των φόρων (εισοδήματος), και των αποσβέσεων (ενσώματων και άυλων παγίων). Ακολουθώντας, αν υπολογιστούν οι αποσβέσεις, τα χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι) και ο φόρος εισοδήματος, το δε άθροισμά τους (αποσβέσεις + τόκοι + φόρος) αφαιρεθεί από το EBITDA, προκύπτει το λογιστικό καθαρό κέρδος, το οποίο τελικά θα αυξήσει την καθαρή θέση της επιχείρησης (Σγουρινάκης Ν., 2017).

Εδώ, να σημειώσουμε ότι ο αγγλικός όρος *Amortization* αφορά στις αποσβέσεις των άυλων περιουσιακών στοιχείων, ενώ ο όρος *Depreciation* αναφέρεται στις αποσβέσεις των ενσώματων παγίων. Οι αποσβέσεις αποτελούν τη λογιστική απεικόνιση και τον καταλογισμό σε βάρος κάθε χρήσης της σταδιακής μείωσης της αξίας κάποιων περιουσιακών στοιχείων, τα οποία φθείρονται κατά τη συμμετοχή τους στην παραγωγική διαδικασία είτε απαξιώνονται με την πάροδο του χρόνου και την πρόοδο της τεχνολογίας. Υπογραμμίζεται επίσης, ότι στην έννοια φόρος συμπεριλαμβάνεται το ποσό που προκύπτει ως επιβάρυνση επί των φορολογητέων εισοδημάτων της επιχείρησης, ενδεχομένως δε και τυχόν διαφορές φορολογικού ελέγχου ή αναβαλλόμενους φόρους. Κατά την άποψη διαφόρων αναλυτών, στο ποσό των φόρων που αφαιρούνται προκειμένου να υπολογιστεί ο EBITDA, δεν ανήκουν ποσά φόρων που συνιστούν λειτουργικά έξοδα ή συνήθεις φορολογικές επιβαρύνσεις (π.χ. Φ.Π.Α. που δεν εκπίπτει, τέλη χαρτοσήμου, τέλος επιτηδεύματος κ.λπ.) ή φόροι που ενσωματώνονται στο κόστος κτήσης αγαθών, όπως στην περίπτωση μας ο ΕΝ.Φ.Ι.Α..

Σημειώνεται ότι ο δείκτης EBITDA χρησιμοποιείται από οικονομικούς αναλυτές και χρηματιστηριακούς επενδυτές, προκειμένου να διαπιστωθεί το πραγματικό κέρδος μιας επιχείρησης χωρίς να επηρεάζεται από τρία μεγέθη: Φόρους, Τόκους και Αποσβέσεις. Η χρησιμότητα του υπολογισμού του, έγκειται στο γεγονός της παροχής οικονομικών πληροφοριών προς κεφαλαιούχους ή μελλοντικούς επενδυτές, σχετικά με το λειτουργικό αποτέλεσμα της επιχείρησης που προκύπτει στο τέλος μιας περιόδου, συνδεδεμένο ευθέως με χρηματικές εκροές (λειτουργικές δαπάνες) και απαλλαγμένο τόσο από το χρηματοοικονομικό κόστος, όσο και από την τελική φορολογική επιβάρυνση. Υπό την έννοια αυτή, εκτιμάται ότι οι αποσβέσεις δεν συνδέονται με άμεσες χρηματικές εκροές και ως εκ τούτου δεν λαμβάνονται υπόψη στα λειτουργικά έξοδα, ζήτημα ωστόσο που προκαλεί σχετική διχογνωμία στον χώρο των αναλυτών. Η εξαίρεσή τους, παρόλο που καταρχάς φαίνεται να είναι προς την σωστή κατεύθυνση (υπό την έννοια ότι το κόστος αυτό δεν συνεπάγεται χρηματική εκροή), δεν παύει ωστόσο να συνιστά την κατανομή προηγούμενης χρηματικής εκροής σε επόμενες

περιόδους κατά τις οποίες χρησιμοποιείται και αποδίδει το πάγιο (Σγουρινάκης Ν., 2017).

Υπό το φως των ανωτέρω, θα πρέπει να αναλογιστούμε αν κρίνεται σκόπιμο να μην συνυπολογίσουμε στο μοντέλο μας τις αποσβέσεις, δηλαδή αν θα επιλέξουμε το EBITDA ή κάποιον άλλο δείκτη. Σε περίπτωση που χρησιμοποιήσουμε το EBITDA, θα συμπεριλάβουμε μεν στον υπολογισμό μας το κόστος του ενοικίου ενός ξενοδοχείου που είναι μισθωμένο, αλλά την απόσβεση των κτηριακών εγκαταστάσεων ενός ιδιόκτητου όχι. Επίσης, η περίπτωση της χρηματοδοτικής μίσθωσης ενός ξενοδοχείου είναι πιθανό να απεικονίζεται λογιστικά μόνο στον Ισολογισμό, ως ενσώματο μισθωμένο πάγιο στο Ενεργητικό και ως αντίστοιχη υποχρέωση για καταβολή των μισθωμάτων στο Παθητικό, εκφεύγοντας των υπολογισμών μας. Κάτι από τα παραπάνω, θα μπορούσε να δημιουργήσει ενδογενή προβλήματα στα δεδομένα μας, καθώς και δυσκολία στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων μετέπειτα.

Επομένως, καταλήγουμε στην επιλογή του δείκτη *EBIT* ο οποίος, όπως υποδηλώνει και το όνομά του, αντιπροσωπεύει τα λειτουργικά κέρδη της επιχείρησης προ τόκων και φόρων. Πρόκειται για ένα μέτρο που αντικατοπτρίζει το κέρδος της επιχείρησης αποκλειστικά από τις δραστηριότητές της, γι 'αυτό και δεν λαμβάνει υπ' όψιν άλλους παράγοντες εκτός από τη λειτουργική κερδοφορία, δηλαδή ούτε το κόστος κεφαλαίου αλλά ούτε και τη φορολογική επιβάρυνση. Το μέτρο αυτό είναι χρήσιμο για την ανάλυση της επιχειρησιακής αποτελεσματικότητας μιας εταιρείας, αγνοώντας τις δαπάνες για τόκους και φόρο εισοδήματος. Καθώς αυτές οι δύο μεταβλητές παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις από εταιρεία σε εταιρεία, το EBIT παρέχει ένα ιδανικό μέτρο σύγκρισης των επιδόσεων των επιχειρήσεων εντός του ίδιου κλάδου.

Επομένως, καταλήγουμε στη σύγκριση των κερδών που προέρχονται αποκλειστικά από την λειτουργία του ξενοδοχείου ως προς το λειτουργικό του κόστος εξάγοντας μια αναλογία, έναν δείκτη, ο οποίος θα είναι η εξαρτημένη μεταβλητή του μοντέλου μας. Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο δείκτης τόσο πιο αποδοτικό είναι το ξενοδοχείο, ενώ όσο μικραίνει μας δείχνει ότι απαιτούνται αναλογικά αυξημένα λειτουργικά κόστη για κάθε € κέρδους που προέρχεται από τη λειτουργία του:

$$\frac{\frac{EBIT}{\text{Κλίνες}}}{\frac{\text{Λειτουργικά Έξοδα}}{\text{Κλίνες}}} = \frac{EBIT}{\text{Λειτουργικά Έξοδα}} = f\{Stars(5), Seasonal, Location \}$$

Θεωρούμε πως δεδομένης της συνθήκης *ceteris paribus*, δηλαδή με ίδια τιμολόγηση και πηγές προέλευσης των πόρων (π.χ. αναλογία Α.Π.Ε. και λιγνίτη για την παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος), όσο πιο αυξημένα είναι τα λειτουργικά έξοδα ενός ξενοδοχείου τόσο πιο μεγάλο το κόστος που επιφέρει στο οικονομικό, οικολογικό και κοινωνικό περιβάλλον, υπό την έννοια της απαίτησης πόρων ή εισροών ενός οικονομικού συστήματος, στην περίπτωση μας ενός ξενοδοχείου, όπως έχουμε

προαναφέρει από τη θεωρία της οικονομικής του περιβάλλοντος. Ως εκ τούτου, σε καμία περίπτωση δεν θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η χρήση των λειτουργικών εξόδων για την απεικόνιση της επιβάρυνσης στο περιβάλλον, αποτιμά αριθμητικά το "αποτύπωμα" του ξενοδοχείου στο περιβάλλον του. Αντιθέτως, η χρήση του έχει ως σκοπό την επίτευξη της συγκρισιμότητας, μέσω της δημιουργίας ενός μέτρου σύγκρισης μεταξύ των ξενοδοχείων ως προς την επιβάρυνση που επιφέρουν, σε μια προσπάθεια να αποτυπωθούν αφηρημένες έννοιες των Green Economics και των Socio-economics, καθώς και των κριτηρίων ESG σε αριθμητικούς όρους.

Υπό το φως των ανωτέρω, σχετικά με τους επιβαρυντικούς παράγοντες για το οικονομικό, οικολογικό και κοινωνικό περιβάλλον των ξενοδοχείων, στην εξαρτημένη μας μεταβλητή συνυπολογίζονται τα εξής:

- *Το κόστος πωληθέντων*, στο οποίο στην περίπτωσή μας συνυπολογίζονται τα κόστη της ηλεκτροδότησης και της θέρμανσης (τα οποία προϋποθέτουν εκπομπές CO₂ για να εξασφαλιστούν εφόσον δεν προέρχονται από Α.Π.Ε.), της ύδρευσης (εξάντληση του πόρου) και της αποχέτευσης (ρύπανση υδάτινου ορίζοντα).
- *Οι φόροι και τέλη*, δηλαδή τα δημοτικά τέλη, ο φόρος παρεπιδημούντων (0,5%), ο φόρος διαμονής του οποίου το ύψος εξαρτάται από τα αστέρια του ξενοδοχείου, που επιβάλλονται σε μια προσπάθεια να αντισταθμιστεί το κόστος στο οικολογικό και κοινωνικό περιβάλλον. Αυτού του είδους οι φόροι και τα τέλη αποτελούν, σύμφωνα και με τη βιβλιογραφία, μία από τις διαθέσιμες πολιτικές περιορισμού των μαζών των επισκεπτών σε περιοχές και πόλεις ιδιαίτερα επιβαρυνμένες από την τουριστική δραστηριότητα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο φόρος εισόδου που επιβλήθηκε πρόσφατα στη Βενετία, σε μια προσπάθεια να αντισταθμιστεί το δυσανάλογο κόστος των εκδρομέων και των ατόμων που επισκέπτονται την πόλη με κρουαζιερόπλοια. Μια ειδική κατηγορία φόρου στη χώρα μας είναι ο ΕΝ.Φ.Ι.Α., ο οποίος εξάγεται συναρτήσει της αντικειμενικής αξίας των ακινήτων και κατά συνέπεια συνδέεται με τον ανταγωνισμό για τη γη, που με τη σειρά του επιφέρει οικονομικό και κοινωνικό κόστος.
- *Οι αμοιβές και τα έξοδα προσωπικού και τρίτων*, δηλαδή η μισθοδοσία, στην οποία υποκρύπτεται και κοινωνικό κόστος λόγω των αλλαγών που επέρχονται στην τοπική οικονομία και κοινωνία, το οποίο εκφράζεται είτε με την εγκατάλειψη των παραδοσιακών εργασιών του τόπου ιδίως από τις νεότερες γενιές, είτε με τη συρροή ατόμων από άλλα μέρη που έρχονται για δουλειά και δημιουργούν περεταίρω ζήτηση για στέγαση και ανταγωνισμό για τη γη, ενώ σε συνδυασμό με τη συρροή τουριστών έχουμε επιπλέον συνωστισμό (*congestion*).
- *Οι αποσβέσεις*, δηλαδή ο καταμερισμός ανά χρήση της σταδιακής μείωσης της αξίας κάποιων περιουσιακών στοιχείων, στην περίπτωσή μας κυρίως των κτηριακών εγκαταστάσεων, αλλά του μηχανολογικού και του ξενοδοχειακού

εξοπλισμού κ.λπ.. Κατ' αυτόν τον τρόπο θα συμπεριλάβουμε στο μοντέλο μας το οικονομικό και κοινωνικό κόστος της αύξησης της αξίας της γης και κατ' επέκταση των ενοικίων.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές από τις οποίες απαρτίζεται το μοντέλο μας είναι οι παρακάτω:

- Stars (5): αντιπροσωπεύει το αν ένα ξενοδοχείο είναι 5 αστέρων ή όχι. Αποτελεί ψευδομεταβλητή, δηλαδή λαμβάνει τις τιμές 0 (όχι 5άστερο) και 1 (5άστερο). Αυτό που επιδιώκουμε είναι να εξετάσουμε αν η συγκεκριμένη κατηγορία ξενοδοχείων (5 αστέρων) επιδρά στην αναλογία που έχουμε θέσει ως εξαρτημένη του μοντέλου μας διαφορετικά από τις υπόλοιπες κατηγορίες. Δηλαδή, όταν έχουμε «premium» παροχές, βελτιώνεται η εν λόγω αναλογία ή επιδεινώνεται? Σε τελική ανάλυση, θα πρέπει να επιδιώκεται ως πολιτική η ανάπτυξη και η λειτουργία εγκαταστάσεων με χλιδάτες παροχές, οι οποίες πληρώνονται αναλόγως κι από τους πελάτες; Ο λεγόμενος «ποιοτικός» τουρισμός υπάρχει ή μήπως είναι εφεύρημα των ημερών μας;
- Seasonal: αντιπροσωπεύει το αν η λειτουργία ενός ξενοδοχείου είναι εποχική ή όχι. Αποτελεί ψευδομεταβλητή, δηλαδή λαμβάνει τις τιμές 0 (ολόχρονη / συνεχής λειτουργία δηλαδή «Full-Season») και 1 (εποχική λειτουργία δηλαδή «Part-Season») Με τη συγκεκριμένη μεταβλητή θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε το κατά πόσο επηρεάζει η χρονική συγκέντρωση τον λόγο που έχουμε θέσει ως ανεξάρτητη μεταβλητή. Όπως είδαμε και στη βιβλιογραφική επισκόπηση, η εποχική λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων δημιουργεί ποικίλα προβλήματα σε διάφορους τομείς. Αποτυπώνεται όμως κάτι τέτοιο στα δεδομένα μας;
- Location: αντιπροσωπεύει τη χωρική εγκατάσταση του κάθε ξενοδοχείου, δηλαδή πιο απλά το πού βρίσκεται στο χώρο. Ουσιαστικά είναι η απεικόνιση του χώρου, μέσω των συντεταγμένων x και y του κάθε ξενοδοχείου, σύμφωνα με το γεωδαιτικό σύστημα συντεταγμένων WGS84. Με αυτά τα γεωγραφικά δεδομένα θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε το κατά πόσο επηρεάζει η παράμετρος του χώρου τον λόγο που έχουμε θέσει ως εξαρτημένη μεταβλητή. Επιπρόσθετα, όπως είδαμε και στη βιβλιογραφική επισκόπηση, η χωρική συγκέντρωση (*density*) εντείνει τα προβλήματα που δημιουργούνται λόγω της τουριστικής δραστηριότητας. Επομένως, θα εξετάσουμε και το κατά πόσο θα είμαστε σε θέση να ερμηνεύσουμε τα αποτελέσματα του μοντέλου μας από την άποψη της χωρικής συγκέντρωσης εμπειρικά, ανάλογα με την περιοχή που βρίσκεται το κάθε ξενοδοχείο και τις συγκεντρώσεις (*clusters*) δημιουργούνται.

Κάθε ξενοδοχείο, όμως, εκτός από τις παραπάνω ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει κι έχουμε συμπεριλάβει στο μοντέλο μας, διαθέτει και διαφορετικές παροχές για τους

πελάτες του, κάποιες εκ των οποίων θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν «ενεργοβόρες», καθώς προϋποθέτουν την ανάλωση σημαντικής ποσότητας πόρων. Σχηματίζουμε, λοιπόν, έναν πίνακα με τα ξενοδοχεία και τις «ενεργοβόρες» παροχές, τα κελιά του οποίου λαμβάνουν τις τιμές 0 (αν δεν παρέχονται) και 1 (αν παρέχονται). Οι παροχές που συμπεριλαμβάνονται στον εν λόγω πίνακα είναι οι εξής:

- *Πισίνα*: για τις ανάγκες του μοντέλου μας θέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο διαθέτει την εν λόγω παροχή, όταν υφίσταται σε αυτό είτε εξωτερική είτε εσωτερική κοινόχρηστη πισίνα, ανεξαρτήτως μεγέθους, στην οποία κάποιες φορές μπορεί να υπάρχουν και πίδακες νερού για υδρομασάζ.
- *Τζακούζι*: για τις ανάγκες του μοντέλου μας θέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο διαθέτει την εν λόγω παροχή, όταν υφίσταται είτε τζακούζι είτε ιδιωτική πισίνα (πέραν της κοινόχρηστης) σε μία τουλάχιστον από τις κατηγορίες δωματίων (π.χ. στις σουίτες). Ως *τζακούζι* νοείται κάθε ειδικά διαμορφωμένη μπανιέρα, η οποία γεμίζει με ζεστό αεριούχο νερό και διαθέτει σημεία από όπου εξέρχεται το νερό υπό πίεση. Στην πραγματικότητα ο όρος έχει καθιερωθεί λόγω του γεγονότος ότι αποτελεί εμπορικό όνομα και σήμα μιας εταιρείας που παράγει μπανιέρες υδρομασάζ. Οι περισσότερες θερμές μπανιέρες λειτουργούν μέσω αερίου ή ηλεκτρικού θερμαντήρα, αν και υπάρχουν και μερικές που λειτουργούν μέσω της ηλιακής ενέργειας. Ένα ενδεχόμενο πρόβλημα που μπορεί να συναντήσουμε, μπορεί να προέλθει από το γεγονός ότι οι τιμές που λαμβάνει η παροχή «τζακούζι» είναι είτε 0 είτε 1, ανεξάρτητα από τον αριθμό των δωματίων που διαθέτουν τη συγκεκριμένη παροχή. Επομένως δεν αποτυπώνεται το πλήθος των δωματίων που διαθέτουν τζακούζι και κατά συνέπεια τα αποτελέσματά μας ενδέχεται να παρουσιάζουν αποκλίσεις που να οφείλονται σ' αυτή την αδυναμία.
- *Σπα*: για τις ανάγκες του μοντέλου μας θέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο διαθέτει την εν λόγω παροχή, όταν υπάρχει συγκεκριμένος εσωτερικός χώρος όπου παρέχεται τουλάχιστον μια εκ των ακόλουθων υπηρεσιών: χαμάμ, σάουνα, υδρομασάζ ή τζακούζι, για κοινόχρηστη χρήση. Πολλές φορές στον ίδιο χώρο συνηθίζεται να παρέχονται και υπηρεσίες μασάζ ή/και να υφίστανται όργανα γυμναστικής. Ως *χαμάμ* νοείται ένα δωμάτιο υγρής θερμότητας, ενώ ως *σάουνα* ένα δωμάτιο ξηρής θερμότητας, τα οποία αποτοξινώνουν τον οργανισμό μέσω της έντονης εφίδρωσης. Το *υδρομασάζ* είναι μια μικρή πισίνα με νερό υψηλής πίεσης που σμιλεύει το σώμα, χαλαρώνει τις μυϊκές συσπάσεις και διεγείρει την κυκλοφορία του αίματος, ενώ το τι θεωρείται *τζακούζι* το αναλύσαμε παραπάνω.
- *Κλιματισμός*: για τις ανάγκες του μοντέλου μας θέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο διαθέτει την εν λόγω παροχή, όταν διαθέτει κεντρικό σύστημα κλιματισμού είτε κλιματιστικά σώματα στα δωμάτια, των οποίων η λειτουργία ελέγχεται από τον πελάτη. Θεωρούμε ότι το είδος του κλιματισμού δεν επηρεάζει την κατανάλωση ενέργειας και πόρων.

- *Εστιατόριο*: για τις ανάγκες του μοντέλου μας θέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο διαθέτει την εν λόγω παροχή, όταν σε αυτό παρέχονται γεύματα πλην του πρωινού, δηλαδή μεσημεριανό ή/και βραδινό.
- *Κουζίνα*: για τις ανάγκες του μοντέλου μας θέτουμε ότι ένα ξενοδοχείο διαθέτει την εν λόγω παροχή, όταν σε κάποιον κοινόχρηστο χώρο ή σε μία τουλάχιστον κατηγορία δωματίων υφίσταται έστω ένα εκ των κάτωθι: μάτια κουζίνας, φούρνος ή φούρνος μικροκυμάτων. Σε πολλές περιπτώσεις υφίσταται ψυγείο ή/και βραστήρας, τα οποία κρίνεται ότι δεν καταναλώνουν ιδιαίτερη ενέργεια, οπότε καταχωρείται η τιμή 0.

Στη συνέχεια, θα πρέπει να καθοριστεί από πού θα αντλήσουμε στοιχεία για το οικονομετρικό μας μοντέλο. Τα κυριότερα στοιχεία που αποτελούν βάση για τη γεωγραφική τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς σε υποσύνολα είναι (Ηγουμενάκης Ν., Τουριστικό Μάρκετινγκ, 1999):

- Γεωγραφική περιοχή (Ευρώπη, Ασία, Αφρική κ.λπ.)
- Γεωγραφικό διαμέρισμα (Κρήτη, Πελοπόννησος, Μακεδονία, Θράκη κ.λπ.)
- Έθνος (Ελλάδα, Αλβανία, Βουλγαρία, Ρωσία, Γαλλία, Γερμανία κ.λπ.)
- Πόλη (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Χανιά κ.λπ.)
- Χωριό
- Γειτονιά
- Σύνθεση περιοχής (αστική, ημιαστική, αγροτική)
- Μέγεθος διοικητικής υποδιαίρεσης (με βάση τον πληθυσμό)
- Κλίμα (μεσογειακό, τροπικό, υποτροπικό κ.λπ.)

Στην περίπτωση μας, θα επικεντρωθούμε σε ένα συγκεκριμένο νησί του γεωγραφικού διαμερίσματος Αιγαίου, τη Σαντορίνη, στην προσπάθειά μας να υπάρξει σαφήνεια (*explicitness*) και να αποφύγουμε το ενδεχόμενο να παραβλέψουμε χωρικές συσχετίσεις, μη συμπεριλαμβανοντάς τις στο μοντέλο μας παρόλο που θα το επηρέαζαν, κάτι που θα ήταν ιδιαίτερα δύσκολο αν αναφερόμασταν σε κάποια ηπειρωτική περιοχή ή σε ένα σύμπλεγμα νήσων. Θα πρέπει να έχουμε κατά νου ότι οι νησιωτικοί προορισμοί, ειδικά τα μικρά σε έκταση νησιά, αποτελούν ειδική περίπτωση τουριστικών προορισμών λόγω των σημαντικά περιορισμένων φυσικών πόρων που διαθέτουν, αλλά και της ευάλωτης ισορροπίας μεταξύ οικονομίας, φύσης και κοινωνίας.

Επομένως στη συνέχεια, θα πρέπει να καθοριστεί το δείγμα των ξενοδοχείων που θα χρησιμοποιήσουμε στην οικονομετρική μας ανάλυση. Καθόσον η διπλωματική εργασία του (Ευαγγελίδης Πασχάλης, 2018) αφορούσε σε μια ανάλυση με παρεμφερές αντικείμενο στο ίδιο νησί, χάριν ευκολίας επιλέξαμε να χρησιμοποιήσουμε το ίδιο τυχαίο δείγμα που είχε επιλεγεί και στην εν λόγω εργασία.

Εδώ θα πρέπει τονίσουμε ότι κατά τη δειγματοληψία στο πλαίσιο της ανωτέρω μελέτης, με έτος αναφοράς το 2015, είχε γίνει προσπάθεια να μην συμπεριληφθούν ξενοδοχεία που λειτουργούν υπό τη μορφή ομίλου εταιρειών, αλλά ούτε και ατομικής επιχείρησης, λόγω αλλοιωμένης εικόνας της χρηματοοικονομικής τους κατάστασης και έλλειψης δεδομένων αντίστοιχα. Εξετάσαμε, λοιπόν, τη βάση δεδομένων της ICAP ώστε να διαπιστώσουμε αν υφίστανται διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία για τα ξενοδοχεία του δείματός μας. Οι διαθέσιμες βάσεις δεδομένων αφορούσαν στα έτη 2018, από το οποίο έλειπαν δεδομένα για μεγάλο ποσοστό των ξενοδοχείων του δείματός μας, και 2017, από το οποίο απουσίαζαν στοιχεία για 9 από τα 54 ξενοδοχεία. Ως εκ τούτου, προτιμήθηκε η χρησιμοποίηση της βάσης δεδομένων του 2017 και το τελικό μέγεθος του δείματός μας είναι 45 ξενοδοχεία.

Τα οικονομικά δεδομένα που αντλήθηκαν από την εν λόγω βάση δεδομένων (ήτοι του 2017) είναι τα εξής, ενώ διευκρινίζεται ότι τα νούμερα αντικατοπτρίζουν τον αριθμό της στήλης στην οποία περιέχονται τα αντίστοιχα δεδομένα:

$$EBITDA = 34 - 35 + 37 - 39 / \text{Λειτουργικά Έξοδα} = 35 + 39 + 44$$

$$EBIT = 34 - 35 + 37 - 39 - 44 / \text{Λειτουργικά Έξοδα} = 35 + 39 + 44$$

Για τον υπολογισμό των ανωτέρω μεγεθών, λοιπόν, χρησιμοποιήθηκαν οι στήλες 34: Κύκλος Εργασιών, 35: Κόστος Πωληθέντων, 37: Προμήθειες & Λοιπά Λειτουργικά Έσοδα, 39: Λειτουργικά Έξοδα και 44: Σύνολο Αποσβέσεων.

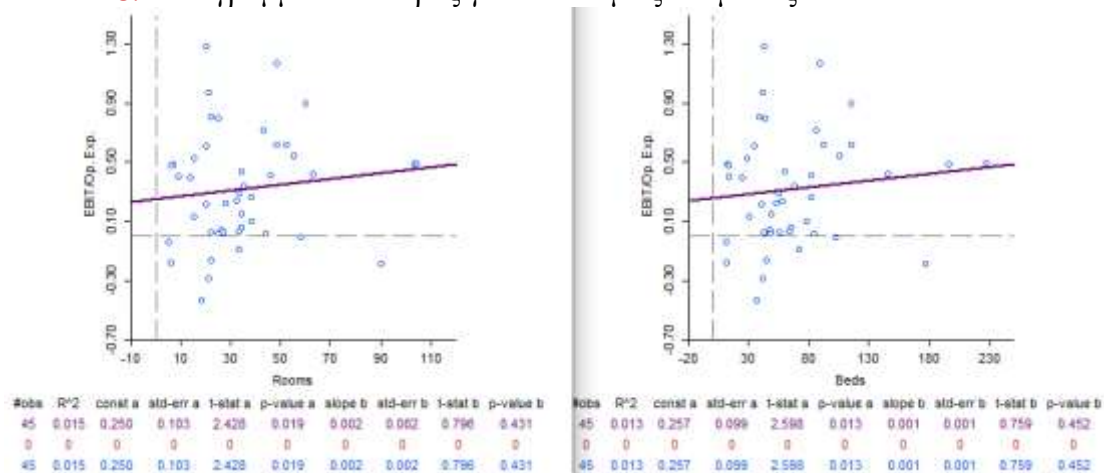
Στην ευρέως γνωστή ανάλυση παλινδρόμησης πολλαπλών παραγόντων, γίνεται προσπάθεια για την θεμελίωση μιας θεωρητικής βάσης που να εξηγεί την καταλληλότητα των επιλεγόμενων μεταβλητών παραγόντων, προσδιορίζοντας παράλληλα την στατιστική σημαντικότητά τους εντός του δείματος που διερευνάται (Ευαγγελίδης Πασχάλης, 2018). Στην παρούσα μελέτη, το οικονομετρικό μας υπόδειγμα θα εξεταστεί ως *model fit*, θα εξετάσουμε δηλαδή την προσαρμογή των δεδομένων μας στο μοντέλο - στη σταθμική καμπύλη - χωρίς να προσπαθήσουμε να ερμηνεύσουμε άλλα δεδομένα σύμφωνα με τα συμπεράσματά μας ούτε να διατυπώσουμε γενικά συμπεράσματα. Θα αναφερόμαστε αποκλειστικά στο νησί της Σαντορίνης με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και συγκεκριμένα, στα ξενοδοχεία του δείματός μας.

Ο υπολογισμός και η εκτίμηση εξισώσεων με πολλές μεταβλητές, όπως αυτή που παρουσιάστηκε παραπάνω, αποτελεί ένα δύσκολο και χρονοβόρο εγχείρημα. Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, όμως, έχουν δημιουργηθεί προγράμματα που μας επιτρέπουν να φτάσουμε ευκολότερα στην εξαγωγή των αποτελεσμάτων, όπως το SPSS, το E-views κ.λπ.. Ωστόσο, για τους σκοπούς της έρευνας και δεδομένου ότι απαιτείται η χρήση ενός προγράμματος που υποστηρίζει την παλινδρόμηση χωρικής υστέρησης, το οικονομετρικό πρόγραμμα στο οποίο θα βασιστεί η ανάλυσή μας είναι το GeoDa. Επίσης, μας παρέχει τη δυνατότητα παρουσίασης δεδομένων με τη χρήση διαγραμμάτων, όπως επίσης και με την αποτύπωσή τους επάνω στον χάρτη. Ως εκ τούτου, για να είμαστε βέβαιοι για την ορθότητα των συντεταγμένων που περιέχονταν

στα δεδομένα μας, προχωρήσαμε σε εξακρίβωση της τοποθεσίας τους με τη χρήση του Google Maps και προχωρήσαμε στις απαραίτητες διορθώσεις όπου αυτό ήταν αναγκαίο. Κατόπιν φορτώσαμε το σύνολο των δεδομένων μας στο GeoDa, δηλαδή το σύνολο των ξενοδοχείων που συνιστούν το δείγμα μας με όλες τις τιμές που έχουμε επιλέξει να αξιοποιήσουμε στην οικονομετρική μας ανάλυση.

Εδώ να σημειώσουμε ότι, όπως είναι γνωστό από την οικονομική θεωρία, όσο αυξάνεται η ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος ή της παρεχόμενης υπηρεσίας επιτυγχάνονται οικονομίες κλίμακας, που είναι η τάση του μακροχρόνιου μέσου συνολικού κόστους να μειώνεται όταν αυξάνεται η ποσότητα της παραγωγής, καθώς τα σταθερά έξοδα επιμερίζονται σε μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντων ή υπηρεσιών όσο αυξάνεται η ποσότητα της παραγωγής (*Economies of scale: «Rising marginal profits on higher sales and production volumes - due to fixed costs and capital investment being high compared to variable costs»*). Ως αποτέλεσμα, έχουμε τη μείωση του κόστους ανά μονάδα προϊόντος ή υπηρεσίας με την αύξηση του μεγέθους. Είναι, όμως, ικανή μια τέτοια συνθήκη από μόνη της να εξασφαλίσει στα ξενοδοχεία καλύτερη αναλογία κόστους/οφέλους και κατά συνέπεια αποτελέσματος/επιβάρυνσης στο περιβάλλον; Αυτό είναι ένα από τα πρώτα πράγματα που θα πρέπει να εξετάσουμε πριν προχωρήσουμε στα επόμενα στάδια της ανάλυσής μας.

Εικόνα 28: Διάγραμμα Διασποράς για Οικονομίες Κλίμακας



Όπως βλέπουμε και στα διαγράμματα διασποράς της **Εικόνας 28**, δεν διαφαίνεται κάποια έντονη θετική σχέση που να υποδηλώνει ότι τα αποτελέσματα των ξενοδοχείων, όπως τα έχουμε ορίσει εμείς, βελτιώνονται όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθός τους (δωμάτια ή κλίνες). Επίσης, θα πρέπει να έχουμε υπ' όψιν μας ότι κάποιες από τις επιχειρήσεις (ξενοδοχεία) που δεν έχουν το αναμενόμενο αποτέλεσμα για συνεχόμενες χρονιές αναγκάζονται να τερματίσουν τη λειτουργία τους, κάτι που λογικά έχει ως αποτέλεσμα να μας λείπουν κάποια σημεία κάτω από τη γραμμή των παραπάνω διαγραμμάτων.

9.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΟΥ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ

Αρχικά, μπορούμε να δούμε τον τρόπο με τον οποίο αποτυπώνεται στον χάρτη του προγράμματος GeoDa (**Εικόνα 29**) η θέση των ξενοδοχείων του δείγματός μας, σύμφωνα με τις συντεταγμένες τους. Το δείγμα μας, λοιπόν, αποτελείται από 45 ξενοδοχεία, εκ των οποίων τα 15 βρίσκονται στο Καμάρι, τα 11 στα Φηρά, τα 7 στην Οία, από 2 σε Ημεροβίγλι, Περίσσα, Μεσαριά και Ακρωτήρι και από 1 σε Αγία Παρασκευή, Εμπορειό, Μεγαλοχώρι και Μονόλιθο.

Εικόνα 29: Απεικόνιση των Παρατηρήσεων στον Χάρτη (GeoDa)

**9.1.1 ΑΠΛΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ – CLASSIC REGRESSION**

Αρχικά, τρέχουμε την παλινδρόμηση (*regression*) με εξαρτημένη μεταβλητή το ΕΒΙΤ/Ορ. Expr., χωρίς να λάβουμε υπ' όψιν την επίδραση του χώρου, ως το βασικό σενάριο (*baseline scenario*) της ανάλυσής μας. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την ανωτέρω παλινδρόμηση αποτυπώνονται στην **Εικόνα 30** που ακολουθεί.

Εικόνα 30: Αποτελέσματα Απλής Παλινδρόμησης (EBIT/Op. Exp.)

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: ORDINARY LEAST SQUARES ESTIMATION
Data set      : Data for GeoDa
Dependent Variable : EBIT/Op. Exp.
Number of Observations: 45
Mean dependent var : 0.319026 Number of Variables : 8
S.D. dependent var : 0.374826 Degrees of Freedom : 37

R-squared      : 0.106561 F-statistic      : 0.630428
Adjusted R-squared : -0.062468 Prob(F-statistic) : 0.727601
Sum squared residual: 5.64856 Log likelihood : -17.1588
Sigma-square    : 0.152664 Akaike info criterion : 50.3177
S.E. of regression : 0.390722 Schwarz criterion : 64.771
Sigma-square ML : 0.125523
S.E of regression ML: 0.354293

-----
Variable      Coefficient      Std.Error      t-Statistic      Probability
-----
CONSTANT      0.235551      0.281989      0.835317      0.40890
Stars_5       0.0813477     0.161607     0.503369     0.61769
Function_Seasonal 0.17145     0.234685     0.730553     0.46965
Pool         -0.0850249    0.195171    -0.435644     0.66563
Jacuzzi      -0.161439     0.135707    -1.18961     0.24178
Spa          -0.0180355    0.145315    -0.124112     0.90190
Restaurant   0.122098     0.132889     0.918795     0.36415
Cuisine      0.0113929     0.172909     0.0658894     0.94783
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
MULTICOLLINEARITY CONDITION NUMBER 12.914946
TEST ON NORMALITY OF ERRORS
TEST      DF      VALUE      PROB
Jarque-Bera      2      1.2397      0.53803

DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST      DF      VALUE      PROB
Breusch-Pagan test      7      2.1666      0.95005
Koenker-Bassett test    7      2.9932      0.88563
===== END OF REPORT =====

```

Επομένως, η συνάρτησή μας σύμφωνα με τα β (*coefficients*) που εξήχθησαν, με στρογγυλοποίηση στα δύο δεκαδικά ψηφία, έχει ως εξής:

$$\text{EBIT/Op. Exp.} = 0,24 + 0,08 \cdot \text{Stars}_5 + 0,17 \cdot \text{Function_Seasonal} - 0,09 \cdot \text{Pool} - 0,16 \cdot \text{Jacuzzi} - 0,02 \cdot \text{Spa} + 0,12 \cdot \text{Restaurant} + 0,01 \cdot \text{Cuisine}$$

Με βάση την ανωτέρω συνάρτηση, τα 5 αστέρια και η εποχική λειτουργία των ξενοδοχείων έχουν θετική επίδραση στην εξαρτημένη μας μεταβλητή. Όσον αφορά στις παροχές, την πιο έντονη αρνητική συσχέτιση εμφανίζει η ανεξάρτητη Jacuzzi, ακολουθούν Pool και Spa. Αντίθετα, η ύπαρξη εστιατορίου φαίνεται να έχει θετική συσχέτιση, ενώ η ύπαρξη κουζίνας εμφανίζει μια ήπια θετικότητα ή σχεδόν ουδετερότητα σε σχέση με το αποτέλεσμα του ξενοδοχείου. Αυτό γίνεται πιο εμφανές αν τρέξουμε την παλινδρόμηση με τις ίδιες ανεξάρτητες μεταβλητές, αλλά με εξαρτημένη αυτή τη φορά το EBITDA/Op. Exp. (Εικόνα 31), όπου η παροχή της

κουζίνας εμφανίζει μια σχετικά ήπια αλλά αυτή τη φορά αρνητική συσχέτιση, ενώ τα β των υπόλοιπων ανεξάρτητων μεταβλητών έχουν παρόμοια συμπεριφορά με την πρώτη παλινδρόμηση, δηλαδή αυτή με εξαρτημένη το EBIT/Op. Exp..

Εικόνα 31: Αποτελέσματα Απλής Παλινδρόμησης (EBITDA/Op. Exp.)

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: ORDINARY LEAST SQUARES ESTIMATION
Data set           : Data for GeoDa
Dependent Variable : EBITDA/Op. Exp.
Number of Observations: 45
Mean dependent var : 0.451861  Number of Variables : 8
S.D. dependent var : 0.361601  Degrees of Freedom : 37

R-squared          : 0.134553  F-statistic       : 0.821781
Adjusted R-squared : -0.029180 Prob(F-statistic) : 0.575554
Sum squared residual: 5.09229  Log likelihood    : -14.8262
Sigma-square       : 0.13763  Akaike info criterion : 45.6524
S.E. of regression : 0.370985  Schwarz criterion   : 60.1057
Sigma-square ML    : 0.113162
S.E of regression ML: 0.336396

-----
Variable          Coefficient      Std.Error      t-Statistic      Probability
-----
CONSTANT          0.364805        0.267745        1.36251          0.18127
Stars_5           0.0612714       0.153443        0.399311         0.69196
Function_Seasonal 0.169181        0.22283         0.759239         0.45252
Pool              -0.0678731      0.185311       -0.366265        0.71625
Jacuzzi           -0.153648       0.128852       -1.19244         0.24068
Spa                -0.038765       0.137975       -0.280957        0.78031
Restaurant         0.133567        0.126176        1.05858          0.29665
Cuisine            -0.0454689      0.164174       -0.276955        0.78335
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
MULTICOLLINEARITY CONDITION NUMBER 12.914946
TEST ON NORMALITY OF ERRORS
TEST      DF      VALUE      PROB
Jarque-Bera 2      1.7611    0.41455

DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST      DF      VALUE      PROB
Breusch-Pagan test 7      1.9080    0.96476
Koenker-Bassett test 7      2.8117    0.90186
===== END OF REPORT =====

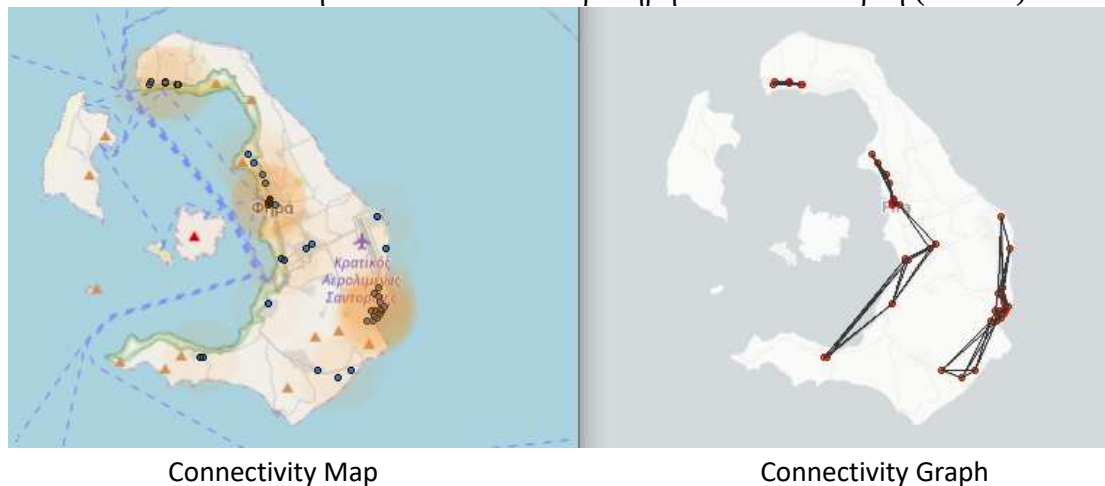
```

9.1.2 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΣΤΑΘΜΙΣΗ (W) – ΚΡΙΤΗΡΙΟ DISTANCE

Στη συνέχεια, συνδέουμε όλες τις γεωγραφικές παρατηρήσεις με το W (*Weights Manager*), έτσι ώστε να αποτυπωθεί η μείωση της επίδρασης των παρατηρήσεων που βρίσκονται πιο μακριά με βάση την ευκλείδεια απόσταση, σύμφωνα με το κλάσμα $\frac{1}{d^2}$ όπου d=απόσταση, με κατώφλι την τιμή 0,017847 έτσι ώστε κάθε παρατήρηση να έχει τουλάχιστον έναν γείτονα. Εδώ να τονίσουμε, ότι η τιμή που αποτελεί το κατώφλι μας εξάγεται αυτόματα από το πρόγραμμα, ανάλογα με τα εισαχθέντα δεδομένα που αποτυπώνονται χωρικά.

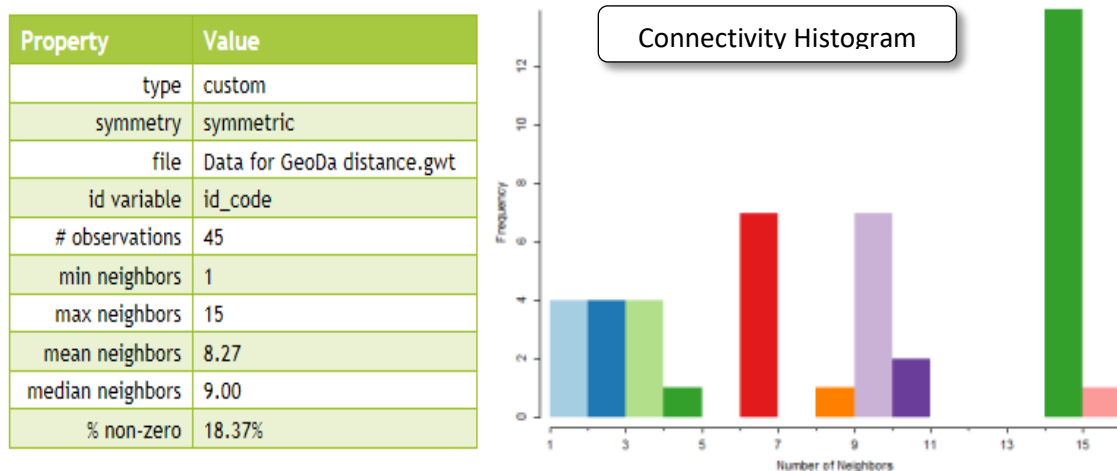
Το αποτέλεσμα της ανωτέρω γεωγραφικής στάθμισης, μπορεί να αποτυπωθεί οπτικά μέσω των παρακάτω χαρτών (Εικόνα 32), όπου αριστερά απεικονίζεται διαδραστικά στον χάρτη ποιες παρατηρήσεις (ξενοδοχεία) θεωρείται ότι είναι γείτονες με βάση το κριτήριο της μεταξύ τους απόστασης, ενώ δεξιά βλέπουμε επιπλέον τα ευθύγραμμα τμήματα με τα οποία είναι ενωμένες όσες από αυτές λογίζονται γειτονικές.

Εικόνα 32: Απεικόνιση των Γειτονικών Παρατηρήσεων στον Χάρτη (GeoDa)



Το ιστόγραμμα συχνοτήτων (*connectivity histogram*), μας δείχνει τον αριθμό των γειτονικών ξενοδοχείων και τη συχνότητά τους (Εικόνα 33). Καθόσον έχει τεθεί τιμή-κατώφλι, κάθε παρατήρηση έχει τουλάχιστον 1 γείτονα, ενώ ο μέγιστος αριθμός γειτόνων που παρατηρείται είναι 15, τιμή που εμφανίζεται 1 φορά. Σαν γενική εικόνα, μπορούμε να πούμε ότι η πλειοψηφία των ξενοδοχείων βρίσκεται σε συγκεκριμένες περιοχές, όπως Φηρά, Καμάρι, Οία και έχει αυξημένο αριθμό γειτόνων, ενώ εκείνα που βρίσκονται εκτός αυτών των δημοφιλών περιοχών είναι σχετικά απομονωμένα.

Εικόνα 33: Λεπτομέρειες Γεωγραφικής Στάθμισης (W) - Ιστόγραμμα Συχνοτήτων



9.1.3 ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ ΜΕ ΧΩΡΙΚΗ ΥΣΤΕΡΗΣΗ – KRITHPIO DISTANCE

Ξανατρέχουμε, λοιπόν, την παλινδρόμηση, αλλά αυτή τη φορά θα συνυπολογίζοντας την επίδραση του χώρου, σύμφωνα με τη γεωγραφική στάθμιση που έχουμε απεικονίσει παραπάνω (Μοντέλο Χωρικής Υστέρησης - *Spatial Lag Model*). Σύμφωνα με τα β που εξήχθησαν, έπειτα από στρογγυλοποίηση στα δύο δεκαδικά ψηφία, ως αποτέλεσμα έχουμε την εξής συνάρτηση:

$$\text{EBIT/Op. Exp.} = 0,24 + 0,08 \cdot \text{Stars}_5 + 0,17 \cdot \text{Function_Seasonal} - 0,08 \cdot \text{Pool} - 0,16 \cdot \text{Jacuzzi} - 0,02 \cdot \text{Spa} + 0,12 \cdot \text{Restaurant} + 0,01 \cdot \text{Cuisine} - 0,01 \cdot \text{W_EBIT/Op. Exp.}$$

Εικόνα 34: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBIT/Op. Exp.)

REGRESSION				

SUMMARY OF OUTPUT: SPATIAL LAG MODEL - MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION				
Data set	:	Data for GeoDa		
Spatial Weight	:	Data for GeoDa distance		
Dependent Variable	:	EBIT/Op. Exp.		
Number of Observations:	:	45		
Mean dependent var	:	0.319026	Number of Variables	: 9
S.D. dependent var	:	0.374826	Degrees of Freedom	: 36
Lag coeff. (Rho)	:	-0.00599616		
R-squared	:	0.106585	Log likelihood	: -17.1584
Sq. Correlation	:	-	Akaike info criterion	: 52.3168
Sigma-square	:	0.12552	Schwarz criterion	: 68.5767
S.E of regression	:	0.354288		

Variable	Coefficient	Std.Error	z-value	Probability
W_EBIT/Op. E	-0.00599616	0.217407	-0.0275803	0.97800
CONSTANT	0.23872	0.266735	0.894969	0.37080
Stars_5	0.0803234	0.147117	0.545983	0.58508
Function_Seasonal	0.170886	0.212801	0.803032	0.42196
Pool	-0.0849571	0.176972	-0.48006	0.63118
Jacuzzi	-0.161897	0.123053	-1.31567	0.18828
Spa	-0.0178831	0.131768	-0.135717	0.89204
Restaurant	0.121815	0.120526	1.01069	0.31216
Cuisine	0.0102577	0.15717	0.0652648	0.94796

REGRESSION DIAGNOSTICS				
DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY				
RANDOM COEFFICIENTS				
TEST	DF	VALUE	PROB	
Breusch-Pagan test	7	2.1418	0.95158	
DIAGNOSTICS FOR SPATIAL DEPENDENCE				
SPATIAL LAG DEPENDENCE FOR WEIGHT MATRIX : Data for GeoDa distance				
TEST	DF	VALUE	PROB	
Likelihood Ratio Test	1	0.0009	0.97638	
===== END OF REPORT =====				

Όπως βλέπουμε και στην **Εικόνα 34**, ως αποτέλεσμα της ανωτέρω παλινδρόμησης χωρικής υστέρησης, έχουμε μια σχετικά ουδέτερη (εξαιρετικά ήπια αρνητική) χωρική συσχέτιση, σύμφωνα με το εξαχθέν β (*coefficient*) = -0,006 και το τυπικό σφάλμα (Std. Error) = 0,21 της μεταβλητής W_EBIT/Op. E, που αντιπροσωπεύει τη γεωγραφική στάθμιση.

Παίρνοντας ως εξαρτημένη μεταβλητή το EBITDA/Op. Exp., βλέπουμε από το αποτέλεσμα που εμφανίζεται στην **Εικόνα 35** ότι, υφίσταται μια ήπια θετική χωρική συσχέτιση ($\beta = 0,07$), ότι δηλαδή αν ένα γειτονικό ξενοδοχείο έχει καλό αποτέλεσμα ως προς το EBITDA/Op. Exp. τότε και το ξενοδοχείο που εξετάζουμε είναι πιο πιθανό να έχει και αυτό ένα καλό αποτέλεσμα, αλλά με τυπικό σφάλμα (Std. Error) = 0,21.

Εικόνα 35: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBITDA/Op. Exp.)

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: SPATIAL LAG MODEL - MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION
Data set           : Data for GeoDa
Spatial Weight     : Data for GeoDa distance
Dependent Variable : EBITDA/Op. Exp.
Number of Observations: 45
Mean dependent var : 0.451861   Number of Variables : 9
S.D. dependent var : 0.361601   Degrees of Freedom  : 36
Lag coeff. (Rho)   : 0.0711495

R-squared          : 0.138248   Log likelihood       : -14.7551
Sq. Correlation    : -         Akaike info criterion : 47.5103
Sigma-square       : 0.112679   Schwarz criterion    : 63.7703
S.E of regression  : 0.335677

-----
Variable           Coefficient      Std.Error      z-value      Probability
-----
W_EBITDA/Op.       0.0711495      0.208122      0.341864     0.73245
CONSTANT           0.314689       0.262687      1.19796      0.23093
Stars_5            0.0730351      0.139626      0.523077     0.60092
Function_Seasonal  0.177234       0.201622      0.879039     0.37938
Pool               -0.0681863     0.167677     -0.406653    0.68426
Jacuzzi            -0.146921      0.116602     -1.26002     0.20766
Spa                -0.0399654     0.12485      -0.320107    0.74889
Restaurant          0.138139       0.114177      1.20986      0.22633
Cuisine            -0.0312811     0.14895      -0.210011    0.83366
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST                                DF      VALUE      PROB
Breusch-Pagan test                 7       2.1191     0.95295

DIAGNOSTICS FOR SPATIAL DEPENDENCE
SPATIAL LAG DEPENDENCE FOR WEIGHT MATRIX : Data for GeoDa distance
TEST                                DF      VALUE      PROB
Likelihood Ratio Test              1       0.1421     0.70618
===== END OF REPORT =====

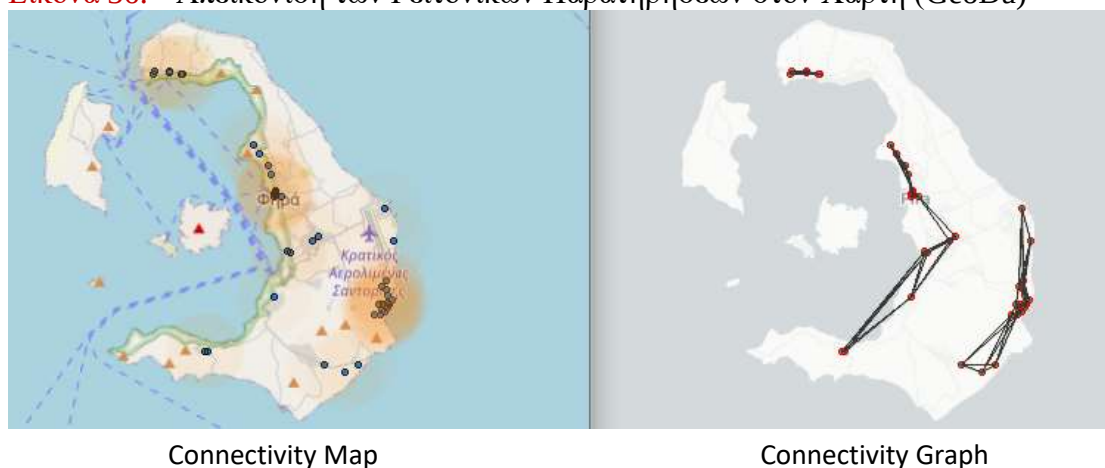
```

9.1.4 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΣΤΑΘΜΙΣΗ (W) - ΚΡΙΤΗΡΙΟ K=4 NEIGHBORS

Στη συνέχεια, σταθμίζουμε όλες τις γεωγραφικές παρατηρήσεις με το W, σύμφωνα με το κριτήριο k-neighbors, έτσι ώστε να αποτυπωθεί η επίδραση των k πιο κοντινών παρατηρήσεων-γειτόνων, για k=4. Να τονίσουμε σε αυτό το σημείο, σαν τεχνική λεπτομέρεια, ότι για να μπορέσουμε στη συνέχεια να τρέξουμε την παλινδρόμηση χωρικής υστέρησης, το πρόγραμμα μας υποδεικνύει να μετατρέψουμε τη στάθμιση σε συμμετρική (symmetric).

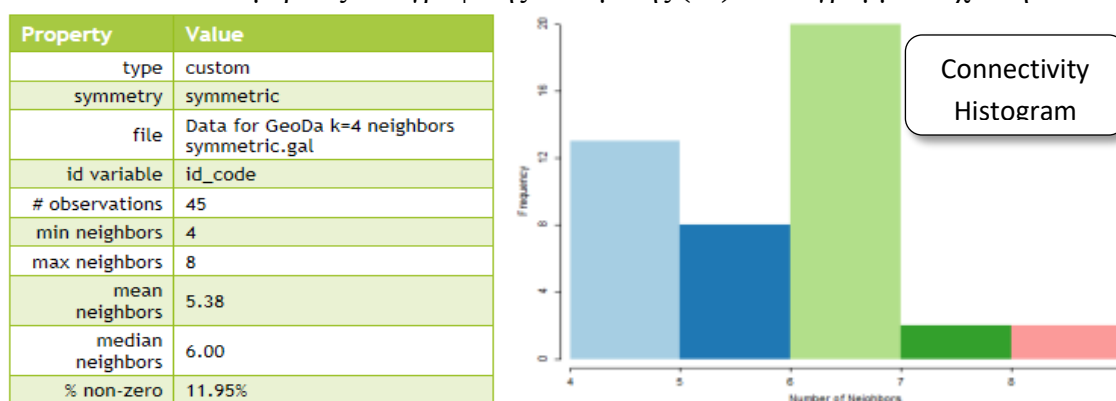
Το αποτέλεσμα της εν λόγω γεωγραφικής στάθμισης, μπορεί να αποτυπωθεί οπτικά μέσω των παρακάτω χαρτών (Εικόνα 36), όπου αριστερά απεικονίζεται διαδραστικά στον χάρτη ποιοι είναι οι 4 κοντινότεροι γείτονες του κάθε ξενοδοχείου, ενώ δεξιά έχουμε επιπρόσθετα ενωμένα τα γειτονικά ξενοδοχεία με ευθύγραμμα τμήματα.

Εικόνα 36: Απεικόνιση των Γειτονικών Παρατηρήσεων στον Χάρτη (GeoDa)



Κανονικά το ιστόγραμμα συχνотήτων (connectivity histogram) σε αυτή τη μέθοδο δεν έχει κάποιο νόημα ούτε και μας προσφέρει κάποια νέα πληροφορία, καθώς εξ αρχής έχουμε ορίσει ότι οι γείτονες κάθε παρατήρησης θα είναι 4. Όμως, επειδή επιλέξαμε να κάνουμε τη στάθμιση συμμετρική έχουμε το παρακάτω αποτέλεσμα, δηλαδή όλα τα ξενοδοχεία έχουν 4 τουλάχιστον που θεωρούνται γειτονικά, αλλά κάποια (που βρίσκονται κοντά σε «πυκνές» περιοχές με πλήθος παρατηρήσεων) φτάνουν να έχουν μέχρι και 8 (Εικόνα 37).

Εικόνα 37: Λεπτομέρειες Γεωγραφικής Στάθμισης (W) - Ιστόγραμμα Συχνотήτων



9.1.5 ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ ΜΕ ΧΩΡΙΚΗ ΥΣΤΕΡΗΣΗ - ΚΡΙΤΗΡΙΟ K=4 NEIGHBORS

Στη συνέχεια λοιπόν τρέχουμε την παλινδρόμηση χωρικής υστέρησης λαμβάνοντας και πάλι υπ' όψιν την επίδραση του χώρου, αλλά αυτή τη φορά σύμφωνα με το κριτήριο k-neighbors, για k=4 και αφού έχουμε μετατρέψει τη στάθμιση αυτή σε συμμετρική.

Εικόνα 38: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBIT/Op. Exp.)

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: SPATIAL LAG MODEL - MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION
Data set      : Data for GeoDa
Spatial Weight : Data for GeoDa k=4 neighbors symmetric
Dependent Variable : EBIT/Op. Exp.
Number of Observations: 45
Mean dependent var : 0.319026 Number of Variables : 9
S.D. dependent var : 0.374826 Degrees of Freedom : 36
Lag coeff. (Rho) : 0.199483

R-squared      : 0.130091 Log likelihood : -16.7397
Sq. Correlation : - Akaike info criterion : 51.4794
Sigma-square   : 0.122218 Schwarz criterion : 67.7394
S.E of regression : 0.349596

-----
Variable      Coefficient      Std.Error      z-value      Probability
-----
W_EBIT/Op. E   0.199483      0.205244      0.971931      0.33108
CONSTANT      0.140756      0.264234      0.532693      0.59425
Stars_5        0.105212      0.14469       0.727151      0.46713
Function_Seasonal 0.18723      0.21014      0.890975      0.37294
Pool          -0.0724059    0.174776     -0.414277     0.67867
Jacuzzi       -0.151619     0.121446     -1.24845      0.21187
Spa           -0.0184495    0.130086     -0.141825     0.88722
Restaurant    0.106368      0.119008     0.893789      0.37143
Cuisine       0.0414173     0.154877     0.26742       0.78915
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST      DF      VALUE      PROB
Breusch-Pagan test 7      3.2605     0.85991

DIAGNOSTICS FOR SPATIAL DEPENDENCE
SPATIAL LAG DEPENDENCE FOR WEIGHT MATRIX : Data for GeoDa k=4 neighbors symmetric
TEST      DF      VALUE      PROB
Likelihood Ratio Test 1      0.8383     0.35990
===== END OF REPORT =====

```

Με βάση το συγκεκριμένο κριτήριο τόσο με εξαρτημένη το EBIT/Op. Exp. (Εικόνα 38) όσο και με το EBITDA/Op. Exp. (Εικόνα 39), βλέπουμε ότι υφίσταται μια θετική χωρική συσχέτιση, ότι δηλαδή αν ένα γειτονικό ξενοδοχείο έχει καλό αποτέλεσμα τότε και το ξενοδοχείο που εξετάζουμε είναι πιο πιθανό να έχει και αυτό ένα καλό αποτέλεσμα. Ο συντελεστής της γεωγραφικής στάθμισης ή αλλιώς το β και στις δύο αυτές περιπτώσεις είναι περίπου ίσος με 0,20 και το τυπικό σφάλμα επίσης περίπου ίσο με 0,20.

Εικόνα 39: Αποτελέσματα Παλινδρόμησης Χωρικής Υστέρησης (EBITDA/Op. Exp.)

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: SPATIAL LAG MODEL - MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION
Data set      : Data for GeoDa
Spatial Weight : Data for GeoDa k=4 neighbors symmetric
Dependent Variable : EBITDA/Op. Exp.
Number of Observations: 45
Mean dependent var : 0.451861  Number of Variables : 9
S.D. dependent var : 0.361601  Degrees of Freedom : 36
Lag coeff. (Rho) : 0.204429

R-squared      : 0.158525  Log likelihood : -14.3852
Sq. Correlation : -       Akaike info criterion : 46.7703
Sigma-square   : 0.110028  Schwarz criterion : 63.0303
S.E of regression : 0.331704

-----
Variable      Coefficient    Std.Error    z-value    Probability
-----
W_EBITDA/Op.  0.204429    0.201949    1.01228    0.31140
CONSTANT      0.234534    0.261711    0.896155   0.37017
Stars_5       0.0796127   0.137424    0.579321   0.56237
Function_Seasonal 0.188891   0.199493    0.946854   0.34371
Pool          -0.0524799   0.165802    -0.316522   0.75161
Jacuzzi       -0.140957    0.115282    -1.22272    0.22144
Spa           -0.0381642   0.123444    -0.309163   0.75720
Restaurant    0.11785     0.113002    1.0429     0.29699
Cuisine       -0.0171172   0.14698     -0.116459   0.90729
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST
Breusch-Pagan test      DF      VALUE      PROB
                        7        2.8860     0.89534

DIAGNOSTICS FOR SPATIAL DEPENDENCE
SPATIAL LAG DEPENDENCE FOR WEIGHT MATRIX : Data for GeoDa k=4 neighbors symmetric
TEST
Likelihood Ratio Test    DF      VALUE      PROB
                        1        0.8821     0.34762
===== END OF REPORT =====

```

Συνολικά, παρατηρούμε ότι παρόλο που διαφαίνεται να υφίσταται μια ήπια θετική χωρική συσχέτιση στα αποτελέσματα των ξενοδοχείων του δείγματός μας, δηλαδή ότι ενδεχομένως να εμφανίζονται κάποιες συγκεντρώσεις ξενοδοχείων με παρόμοια αποτελέσματα, εντούτοις εντοπίζεται πρόβλημα ετεροσκεδαστικότητας.

9.1.6 ΔΙΟΡΘΩΣΗ ΕΤΕΡΟΣΚΕΔΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Παρατηρώντας, λοιπόν, τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης τόσο με βάση το κριτήριο της απόστασης όσο και με το κριτήριο των 4 πλησιέστερων γειτόνων, βλέπουμε ότι εμφανίζουν ετεροσκεδαστικότητα - δηλαδή η απόκλιση των παρατηρήσεων από τη γραμμή της συνάρτησης παρουσιάζει μεγάλη διακύμανση - και ότι η τιμή του R^2 είναι χαμηλή - δηλαδή ο συντελεστής προσδιορισμού μας δείχνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές κατάφεραν να ερμηνεύσουν μικρό μέρος της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής (EBIT/Op. Exp.). Επομένως, κάνουμε μια απόπειρα διόρθωσης της ετεροσκεδαστικότητας, αρχικά για την παλινδρόμηση με το κριτήριο

distance, διαιρώντας όλους τους όρους της αρχικής μας παλινδρόμησης, δηλαδή τόσο την εξαρτημένη όσο και τις ανεξάρτητες, με το τετράγωνο των καταλοίπων.

Εικόνα 40: Κατάλοιπα Παλινδρόμησης με Βάση το Κριτήριο Distance

	Distance_LAG_PREDIC	Distance_LAG_RESIDU	Distance_LAG_PRDERR	Residual_Distance_2
1	0.322778	0.471703	0.471458	0.222504
2	0.304561	0.105243	0.104952	0.011076
3	0.426800	0.057594	0.056910	0.003317
4	0.444352	-0.004981	-0.005320	0.000025
5	0.444352	-0.105677	-0.106059	0.011168
6	0.444352	-0.403180	-0.403689	0.162554
7	0.256050	0.231818	0.231412	0.053740
8	0.264691	0.356853	0.356592	0.127344
9	0.455206	-0.462786	-0.460462	0.214171
10	0.444533	0.838050	0.839837	0.702327
11	0.160772	0.451540	0.451280	0.203888
12	0.444585	0.045912	0.046482	0.002108
13	0.282386	-0.259586	-0.260034	0.067385
14	0.525051	-0.234662	-0.235379	0.055066
15	0.444352	0.173041	0.172778	0.029943
16	0.444352	-0.219656	-0.220087	0.048249
17	0.282386	0.435848	0.435698	0.189963
18	0.444352	0.719170	0.719142	0.517206
19	0.344853	0.547935	0.547833	0.300233
20	0.529346	-0.312545	-0.313016	0.097685
21	0.539608	0.432292	0.432140	0.186876
22	0.264773	0.280294	0.279920	0.078565
23	0.333458	-0.187012	-0.185806	0.034974
24	0.321983	-0.293052	-0.298088	0.085880
25	0.282668	0.116156	0.115673	0.013492
26	0.322839	-0.224835	-0.225349	0.050551
27	0.304912	0.503164	0.502748	0.253174
28	0.321983	-0.294564	-0.294843	0.086768
29	0.345161	-0.531315	-0.529198	0.282296
30	0.160352	-0.248713	-0.245746	0.061858
31	0.322742	-0.603219	-0.604623	0.363873
32	0.241535	0.282384	0.284060	0.079741
33	0.355839	-0.120099	-0.118826	0.014424
34	0.363161	0.056436	0.056485	0.003185
35	0.160518	-0.104180	-0.104561	0.010853
36	0.155520	-0.196064	-0.194868	0.038441
37	0.174419	0.090278	0.089886	0.008150
38	0.264812	-0.427420	-0.428906	0.182688
39	-0.018070	0.051370	0.051055	0.002639
40	0.081400	0.320438	0.319899	0.102681
41	0.085384	-0.266021	-0.264894	0.070767
42	0.345571	-0.215330	-0.214153	0.046367
43	0.367804	0.110521	0.110679	0.012215
44	0.282386	-0.264575	-0.265025	0.070000
45	0.265167	-0.698567	-0.697873	0.487995

Στην παραπάνω **Εικόνα 40** απεικονίζονται τα κατάλοιπα της παλινδρόμησης σύμφωνα με το κριτήριο distance, όπου η στήλη Residual_Distance_2 περιέχει το τετράγωνο των καταλοίπων.

Εικόνα 41: Διάρθρωση Όλων των Όρων με το Τετράγωνο των Καταλοίπων

	Y_Distance_Het	Stars5_Distance_Het	Function_Distance_Het	Pool_Distance_Het	Jacuzzi_Distance_Het	Spa_Distance_Het	Restaurant_Distance_Het	Cuisine_Distance_Het
1	3.569530	0.000000	4.494298	4.494298	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	36.972697	0.000000	90.284390	90.284390	0.000000	90.284390	0.000000	0.000000
3	145.824532	0.000000	301.470649	301.470649	0.000000	301.470649	301.470649	0.000000
4	17692.735773	0.000000	40299.413495	40299.413495	0.000000	0.000000	40299.413495	0.000000
5	80.292334	0.000000	89.544571	89.544571	0.000000	0.000000	89.544571	0.000000
6	0.230150	0.000000	6.151800	6.151800	0.000000	0.000000	6.151800	0.000000
7	9.070821	0.000000	18.608230	0.000000	18.608230	0.000000	0.000000	18.608230
8	-4.878774	0.000000	7.852737	7.852737	7.852737	7.852737	7.852737	0.000000
9	-0.024543	0.000000	4.669177	4.669177	0.000000	0.000000	4.669177	4.669177
10	1.828735	0.000000	1.423838	1.423838	0.000000	0.000000	1.423838	0.000000
11	3.001905	0.000000	4.904653	4.904653	4.904653	0.000000	0.000000	0.000000
12	232.958682	0.000000	474.393207	474.393207	0.000000	0.000000	474.393207	0.000000
13	0.331695	0.000000	14.840084	14.840084	14.840084	0.000000	14.840084	0.000000
14	5.260400	18.159880	18.159880	18.159880	0.000000	0.000000	18.159880	0.000000
15	20.610123	0.000000	33.396705	33.396705	0.000000	0.000000	33.396705	0.000000
16	4.648115	0.000000	20.725940	20.725940	0.000000	0.000000	20.725940	0.000000
17	3.780116	0.000000	5.264173	5.264173	5.264173	0.000000	5.264173	0.000000
18	2.249576	0.000000	1.933466	1.933466	0.000000	0.000000	1.933466	0.000000
19	2.873314	3.330752	3.330752	3.330752	3.330752	3.330752	3.330752	0.000000
20	2.214576	0.000000	10.237032	0.000000	0.000000	0.000000	10.237032	0.000000
21	5.109960	0.000000	5.351140	0.000000	0.000000	0.000000	5.351140	5.351140
22	6.933061	0.000000	12.728364	12.728364	12.728364	12.728364	12.728364	0.000000
23	4.221819	0.000000	28.593047	28.593047	0.000000	0.000000	0.000000	28.593047
24	0.278240	0.000000	11.644202	11.644202	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
25	29.523632	0.000000	74.116309	74.116309	74.116309	0.000000	74.116309	0.000000
26	1.928571	0.000000	19.782128	19.782128	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
27	3.190137	0.000000	3.949852	3.949852	0.000000	3.949852	0.000000	0.000000
28	0.312790	0.000000	11.524986	11.524986	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
29	-0.651920	3.542386	3.542386	3.542386	3.542386	3.542386	3.542386	0.000000
30	-1.380484	0.000000	16.165991	16.165991	16.165991	0.000000	0.000000	0.000000
31	-0.774670	0.000000	2.748215	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
32	6.581275	12.540606	12.540606	12.540606	12.540606	0.000000	0.000000	0.000000
33	16.432161	69.330330	69.330330	69.330330	69.330330	69.330330	69.330330	69.330330
34	131.797877	313.973942	313.973942	313.973942	313.973942	0.000000	313.973942	0.000000
35	5.159697	0.000000	62.136563	62.136563	62.136563	0.000000	0.000000	0.000000
36	-1.023584	26.013707	0.000000	0.000000	26.013707	0.000000	0.000000	0.000000
37	32.429635	122.698092	0.000000	122.698092	122.698092	122.698092	122.698092	0.000000
38	-0.888221	0.000000	5.473814	5.473814	5.473814	5.473814	5.473814	0.000000
39	12.489690	0.000000	0.000000	378.952584	378.952584	378.952584	0.000000	378.952584
40	3.906233	9.738942	0.000000	9.738942	9.738942	0.000000	0.000000	9.738942
41	-2.536631	0.000000	0.000000	0.000000	14.130625	0.000000	0.000000	14.130625
42	2.834295	21.567029	21.567029	21.567029	21.567029	21.567029	21.567029	0.000000
43	39.171977	0.000000	81.867074	0.000000	81.867074	0.000000	81.867074	0.000000
44	0.248008	0.000000	14.285733	14.285733	14.285733	0.000000	14.285733	0.000000
45	-0.886701	0.000000	2.049200	2.049200	2.049200	2.049200	2.049200	0.000000

Στη συνέχεια διαιρούμε όλους τους όρους με το τετράγωνο των καταλοίπων (**Εικόνα 41**) και ξανατρέχουμε την παλινδρόμηση (**Εικόνα 42**).

Εικόνα 42: Παλινδρόμηση μετά τη Διόρθωση της Ετεροσκεδαστικότητας - Κριτήριο Distance

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: SPATIAL LAG MODEL - MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION
Data set           : Data for GeoDa
Spatial Weight     : Data for GeoDa distance
Dependent Variable : Y_Distance_Het
Number of Observations: 45
Mean dependent var : 411.064   Number of Variables : 9
S.D. dependent var : 2605.67   Degrees of Freedom : 36
Lag coeff. (Rho)   : -0.00127763

R-squared          : 0.999995   Log likelihood      : -144.483
Sq. Correlation    : -         Akaike info criterion : 306.965
Sigma-square       : 36.002     Schwarz criterion    : 323.225
S.E of regression  : 6.00017

-----
Variable           Coefficient      Std.Error      z-value      Probability
-----
W_Y_Distance       -0.00127763    0.00168955    -0.756196    0.44953
CONSTANT           0.315393      1.25072       0.252169    0.80091
Stars5..tance_Het  -0.0140539     0.0415236     -0.338455    0.73502
Functio..tance_Het 0.191692      0.0429331     4.4649       0.00001
Pool_Distance_Het  0.0368516     0.0447792     0.822962     0.41053
Jacuzzi..tance_Het -0.0176239     0.0385234     -0.457484    0.64732
Spa_Distance_Het   0.0525112     0.0191453     2.74276      0.00609
Restaur..tance_Het 0.210487      0.0418285     5.03215      0.00000
Cuisine..tance_Het -0.0408435     0.054158      -0.754155    0.45076
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST                DF      VALUE      PROB
Breusch-Pagan test   7       8.6956     0.27525

DIAGNOSTICS FOR SPATIAL DEPENDENCE
SPATIAL LAG DEPENDENCE FOR WEIGHT MATRIX : Data for GeoDa distance
TEST                DF      VALUE      PROB
Likelihood Ratio Test 1       0.5686     0.45081

```

Σύμφωνα με τον τύπο $\frac{\beta + \frac{1}{N-1}}{Std.Error}$, όπου N το μέγεθος του δείγματος και παίρνοντας τα αντίστοιχα δεδομένα από την **Εικόνα 42**, η χωρική συσχέτιση θεωρείται στατιστικά σημαντική, αλλά η τιμή του β είναι πολύ κοντά στο 0.

Όσον αφορά στη διόρθωση της ετεροσκεδαστικότητας στην παλινδρόμηση με βάση το κριτήριο k=4 neighbors, ακολουθούμε την ίδια διαδικασία, όπως εμφανίζεται και στις **Εικόνες 43, 44 & 45** που ακολουθούν.

Εικόνα 43: Κατάλοιπα Παλινδρόμησης με Βάση το Κριτήριο k=4 Neighbors

	k4_LAG_PREDIC	k4_LAG_RESIDU	k4_LAG_PRDERR	Residual_k4_2
1	0.316058	0.470488	0.478178	0.221359
2	0.310439	0.094634	0.099075	0.008956
3	0.393358	0.048360	0.090352	0.002339
4	0.431287	0.022136	0.007745	0.000490
5	0.420184	-0.073890	-0.081891	0.005460
6	0.418009	-0.403639	-0.377346	0.162925
7	0.281057	0.178703	0.206405	0.031935
8	0.246295	0.342663	0.374988	0.117418
9	0.436013	-0.399620	-0.441269	0.159696
10	0.410755	0.867108	0.873615	0.751877
11	0.161364	0.409017	0.450688	0.167295
12	0.429215	0.075701	0.061852	0.005731
13	0.294857	-0.300870	-0.272506	0.090523
14	0.524961	-0.255001	-0.235290	0.065026
15	0.425999	0.199144	0.191131	0.039658
16	0.453678	-0.271388	-0.229413	0.073652
17	0.279619	0.429266	0.438464	0.184269
18	0.442489	0.739654	0.721005	0.547089
19	0.386073	0.508976	0.506612	0.259056
20	0.519594	-0.348667	-0.303264	0.121569
21	0.559422	0.395472	0.412326	0.156398
22	0.254407	0.276350	0.290287	0.076370
23	0.347201	-0.158569	-0.199549	0.025144
24	0.309440	-0.349859	-0.285544	0.122401
25	0.274535	0.081229	0.123806	0.006598
26	0.308506	-0.209230	-0.211015	0.043777
27	0.290127	0.489124	0.517533	0.239243
28	0.327900	-0.304994	-0.300759	0.093022
29	0.334787	-0.481042	-0.518824	0.231401
30	0.150830	-0.184350	-0.236225	0.033985
31	0.322726	-0.626963	-0.604607	0.393083
32	0.261384	0.320927	0.264211	0.102994
33	0.385626	-0.103729	-0.148614	0.010760
34	0.370789	0.019331	0.048857	0.000374
35	0.166474	-0.064425	-0.110517	0.004151
36	0.154178	-0.152246	-0.193526	0.023179
37	0.171729	0.064503	0.092576	0.004161
38	0.246295	-0.481882	-0.410389	0.232210
39	0.002561	0.068258	0.030424	0.004659
40	0.126723	0.252555	0.274576	0.063784
41	0.092300	-0.233070	-0.271811	0.054322
42	0.346474	-0.174274	-0.215056	0.030371
43	0.334619	0.159807	0.143864	0.025538
44	0.284499	-0.283756	-0.267139	0.080517
45	0.244648	-0.651941	-0.677353	0.425027

Όπως βλέπουμε και στην **Εικόνα 43**, το τετράγωνο των καταλοίπων περιέχεται αυτή τη φορά στη στήλη Residual_k4_2.

Εικόνα 44: Διαίρεση Όλων των Όρων με το Τετράγωνο των Καταλοίπων

	Y_k4_Het	Stars5_k4_Het	Function_k4_Het	Pool_k4_Het	Jacuzzi_k4_Het	Spa_k4_Het	Restaurant_k4_Het	Cuisine_k4_Het
1	3.588000	0.000000	4.517554	4.517554	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	45.727223	0.000000	111.662245	111.662245	0.000000	111.662245	0.000000	0.000000
3	206.829148	0.000000	427.588669	427.588669	0.000000	427.588669	427.588669	0.000000
4	895.960212	0.000000	2040.762464	2040.762464	0.000000	0.000000	2040.762464	0.000000
5	61.960824	0.000000	183.157077	183.157077	0.000000	0.000000	183.157077	0.000000
6	0.249581	0.000000	6.137805	6.137805	0.000000	0.000000	6.137805	0.000000
7	15.264260	0.000000	31.313691	0.000000	31.313691	0.000000	0.000000	31.313691
8	5.291222	0.000000	8.516603	8.516603	8.516603	8.516603	8.516603	0.000000
9	-0.032915	0.000000	6.261882	6.261882	0.000000	0.000000	6.261882	6.261882
10	1.708219	0.000000	1.330005	1.330005	0.000000	0.000000	1.330005	0.000000
11	3.658524	0.000000	5.977467	5.977467	5.977467	0.000000	0.000000	0.000000
12	85.692577	0.000000	174.502797	174.502797	0.000000	0.000000	174.502797	0.000000
13	0.246913	0.000000	11.046917	11.046917	11.046917	0.000000	11.046917	0.000000
14	4.454726	15.378542	15.378542	15.378542	0.000000	0.000000	15.378542	0.000000
15	15.561175	0.000000	25.215375	25.215375	0.000000	0.000000	25.215375	0.000000
16	3.044948	0.000000	13.577418	13.577418	0.000000	0.000000	13.577418	0.000000
17	3.896932	0.000000	5.426852	5.426852	5.426852	0.000000	5.426852	0.000000
18	2.126701	0.000000	1.827857	1.827857	0.000000	0.000000	1.827857	0.000000
19	3.445914	3.860166	3.860166	3.860166	3.860166	3.860166	3.860166	0.000000
20	1.779487	0.000000	8.225801	0.000000	0.000000	0.000000	8.225801	0.000000
21	6.213283	0.000000	6.393923	0.000000	0.000000	0.000000	6.393923	6.393923
22	7.132346	0.000000	13.094229	13.094229	13.094229	13.094229	13.094229	0.000000
23	5.872252	0.000000	39.770904	39.770904	0.000000	0.000000	0.000000	39.770904
24	0.195220	0.000000	8.169849	8.169849	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
25	60.371163	0.000000	151.556144	151.556144	151.556144	0.000000	151.556144	0.000000
26	2.226966	0.000000	22.842889	22.842889	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
27	3.375903	0.000000	4.179857	4.179857	0.000000	4.179857	0.000000	0.000000
28	0.291762	0.000000	10.750194	10.750194	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
29	-0.795313	4.321494	4.321494	4.321494	4.321494	4.321494	4.321494	0.000000
30	-2.512723	0.000000	29.424936	29.424936	29.424936	0.000000	0.000000	0.000000
31	-0.717104	0.000000	2.543995	2.543995	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
32	5.103141	9.709273	9.709273	9.709273	9.709273	0.000000	0.000000	0.000000
33	22.027638	92.938682	92.938682	92.938682	92.938682	92.938682	92.938682	92.938682
34	1123.026255	2676.128280	2676.128280	2676.128280	2676.128280	0.000000	2676.128280	0.000000
35	13.481556	0.000000	240.926517	240.926517	240.926517	0.000000	0.000000	0.000000
36	-1.697582	43.142891	0.000000	0.000000	43.142891	0.000000	0.000000	0.000000
37	63.524145	240.344710	0.000000	240.344710	240.344710	240.344710	240.344710	0.000000
38	-0.706662	0.000000	4.306440	4.306440	4.306440	4.306440	4.306440	0.000000
39	7.079777	0.000000	0.000000	214.633755	214.633755	214.633755	0.000000	214.633755
40	6.291532	15.677892	0.000000	15.677892	15.677892	0.000000	0.000000	15.677892
41	-3.304577	0.000000	0.000000	0.000000	18.408827	0.000000	0.000000	18.408827
42	4.327047	32.925840	32.925840	32.925840	32.925840	32.925840	32.925840	0.000000
43	18.735847	0.000000	39.156793	0.000000	39.156793	0.000000	39.156793	0.000000
44	0.215612	0.000000	12.419687	12.419687	12.419687	0.000000	12.419687	0.000000
45	-1.018066	0.000000	2.352792	2.352792	2.352792	2.352792	2.352792	0.000000

Εικόνα 45: Παλινδρόμηση μετά τη Διόρθωση της Ετεροσκεδαστικότητας - Κριτήριο k=4 Neighbors

```

REGRESSION
-----
SUMMARY OF OUTPUT: SPATIAL LAG MODEL - MAXIMUM LIKELIHOOD ESTIMATION
Data set      : Data for GeoDa
Spatial Weight : Data for GeoDa k=4 neighbors symmetric
Dependent Variable : Y_k4_Het  Number of Observations: 45
Mean dependent var : 59.9821  Number of Variables : 9
S.D. dependent var : 209.108  Degrees of Freedom : 36
Lag coeff. (Rho) : -0.00560597

R-squared      : 0.998914  Log likelihood : -150.715
Sq. Correlation : -        Akaike info criterion : 319.429
Sigma-square   : 47.4913  Schwarz criterion : 335.689
S.E of regression : 6.89139

-----
Variable      Coefficient      Std.Error      z-value      Probability
-----
W_Y_k4_Het    -0.00560597      0.0125533      -0.446574      0.65518
CONSTANT      -0.185282        1.44981        -0.127797      0.89831
Stars5_k4_Het 0.0662659        0.0341619        1.93976        0.05241
Function_k4_Het 0.17723          0.0301951        5.8695         0.00000
Pool_k4_Het    0.0255304        0.045359        0.562852        0.57354
Jacuzzi_k4_Het -0.0860569        0.0341403        -2.52068        0.01171
Spa_k4_Het     0.0465619        0.0160536        2.9004         0.00373
Restaurant_k4_Het 0.236297        0.0358787        6.586          0.00000
Cuisine_k4_Het 0.0116835        0.0411207        0.284128        0.77631
-----

REGRESSION DIAGNOSTICS
DIAGNOSTICS FOR HETEROSKEDASTICITY
RANDOM COEFFICIENTS
TEST      DF      VALUE      PROB
Breusch-Pagan test      7      11.2924      0.12636

DIAGNOSTICS FOR SPATIAL DEPENDENCE
SPATIAL LAG DEPENDENCE FOR WEIGHT MATRIX : Data for GeoDa k=4 neighbors symmetric
TEST      DF      VALUE      PROB
Likelihood Ratio Test    1      0.1991      0.65548

```

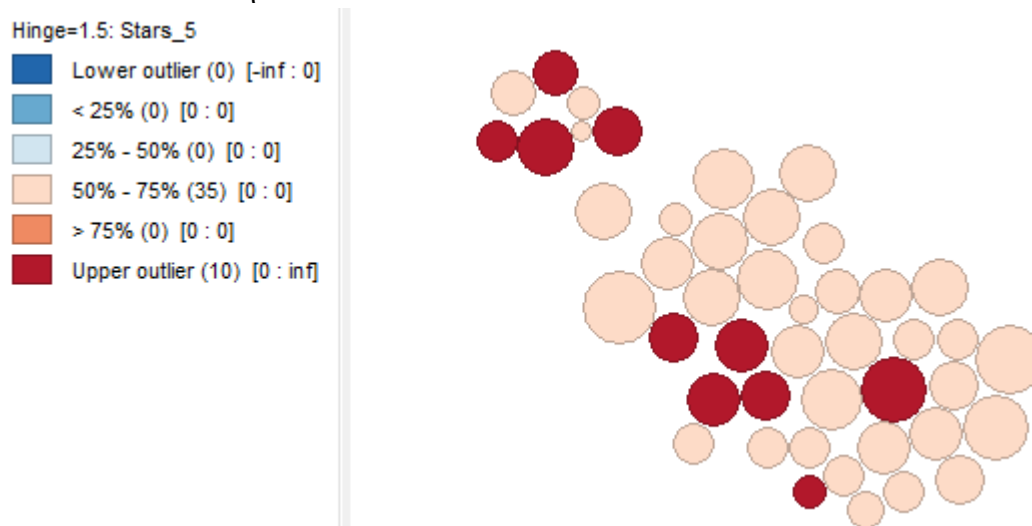
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των παλινδρομήσεων μετά τη διόρθωση της ετεροσκεδαστικότητας (Εικόνες 42 & 45) αυτό που παρατηρούμε είναι ότι και οι τιμές του συντελεστή προσδιορισμού (R^2) είναι πλέον πολύ κοντά στο 1. Στο σημείο αυτό δεν θα προχωρήσουμε σε ερμηνεία των β που έχουν εξαχθεί, καθώς εξετάζουμε το μοντέλο μας ως *model fit*, δηλαδή ως προς την προσαρμογή των δεδομένων μας στο μοντέλο (σταθμική καμπύλη). Δηλαδή, ουσιαστικά δεν προσπαθούμε να γενικεύσουμε ή να ερμηνεύσουμε άλλα δεδομένα με βάση το μοντέλο που έχουμε δημιουργήσει. Αντίθετα, κάνουμε μια ανάλυση διακύμανσης, δηλαδή των αποκλίσεων από τον μέσο όρο, με τη διαφοροποίηση ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι γεωγραφικά σταθμισμένη. Επομένως, αν η - σταθμισμένη με την απόσταση - απόκλιση είναι θετική οδηγεί σε αύξηση την εξαρτημένη, ενώ αντίθετα αν είναι αρνητική σε μείωση.

9.2 ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΣΩ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΟΥ GEODA

9.2.1 ΧΑΡΤΟΓΡΑΜΜΑ (CARTOGRAM)

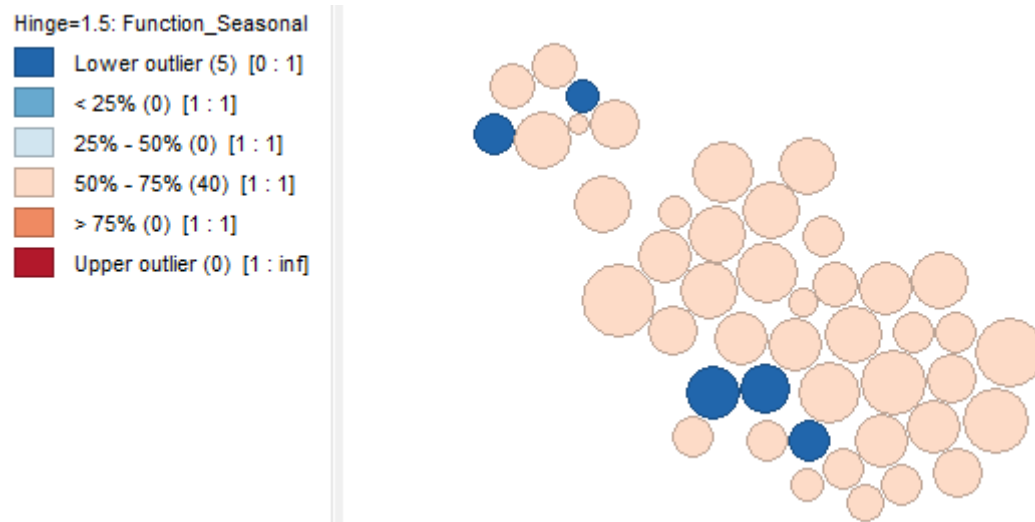
Τα χαρτογράμματα μπορούν να μας βοηθήσουν να αποκτήσουμε μια οπτική εικόνα των δεδομένων μας στον χώρο, ούτως ώστε να μπορέσουμε να εξάγουμε κάποια επιπλέον συμπεράσματα. Σε όλα τα παρακάτω χαρτογράμματα το μέγεθος των κύκλων αντιπροσωπεύει το μέγεθος της εξαρτημένης μεταβλητής EBIT/Op. Expr., δηλαδή το αποτέλεσμα των ξενοδοχείων με βάση τα ζητούμενα που έχουμε θέσει, ενώ το χρώμα τους την τιμή της ανεξάρτητης ψευδομεταβλητής που εξετάζεται κατά περίπτωση.

Εικόνα 46: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων 5άστερων Ξενοδοχείων και Μη



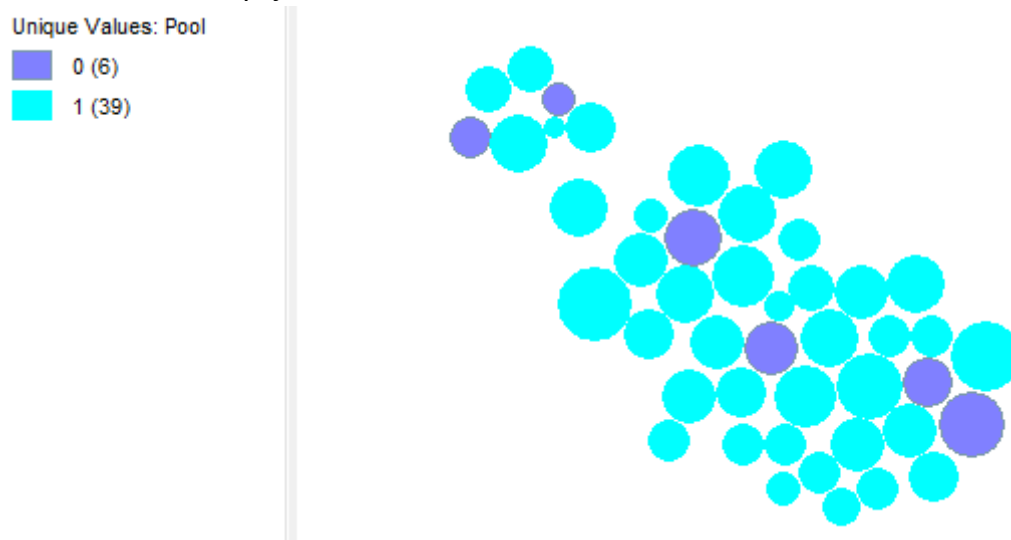
Ξεκινώντας με τη μεταβλητή Stars_5 (**Εικόνα 46**), αυτό που είναι εμφανές είναι ότι τα 5άστερα ξενοδοχεία συγκεντρώνονται κυρίως στα Φηρά και στην Οία. Το άλλο ενδιαφέρον στοιχείο που αποκομίζουμε είναι ότι με εξαίρεση την περιοχή της Οίας, όπου τα 5άστερα φαίνεται να έχουν καλύτερο αποτέλεσμα σε σχέση με τα υπόλοιπα, σε όλες τις υπόλοιπες περιοχές τα ξενοδοχεία που δεν είναι 5 αστέρων φαίνεται να αποδίδουν καλύτερα.

Εικόνα 47: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων Εποχικής και Συνεχούς Λειτουργίας



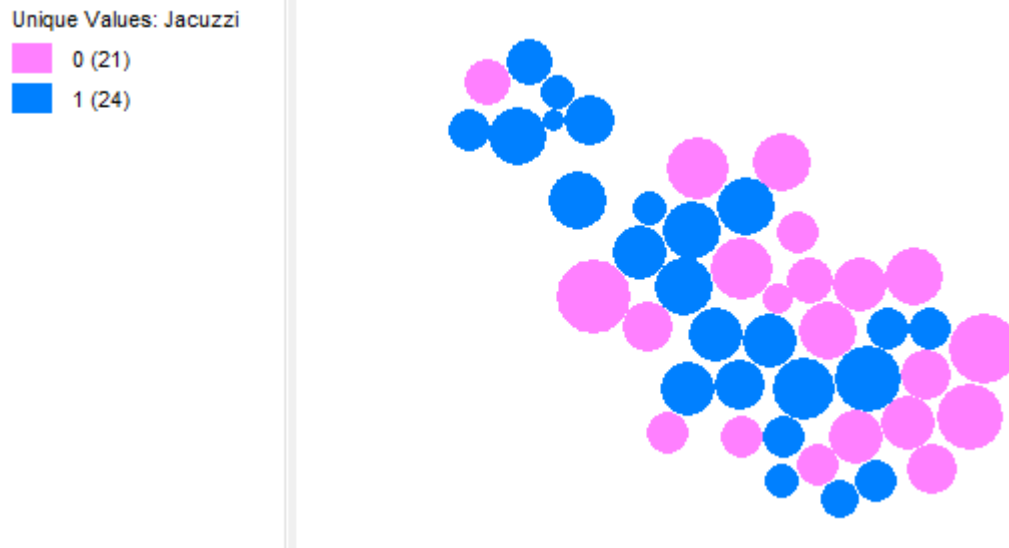
Το θέμα της ορθής αποτύπωσης της εποχικής λειτουργίας των ξενοδοχείων στα δεδομένα μας το έχουμε αναλύσει παραπάνω, οπότε δεν θα το επαναλάβουμε ξανά. Από το χαρτόγραμμα (Εικόνα 47) αποκομίζουμε την ίδια εικόνα, ότι δηλαδή δεν εμφανίζεται να υπάρχει κάποιος θετικός αντίκτυπος στο αποτέλεσμα των ξενοδοχείων που λειτουργούν όλο τον χρόνο.

Εικόνα 48: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Πισίνα και Χωρίς



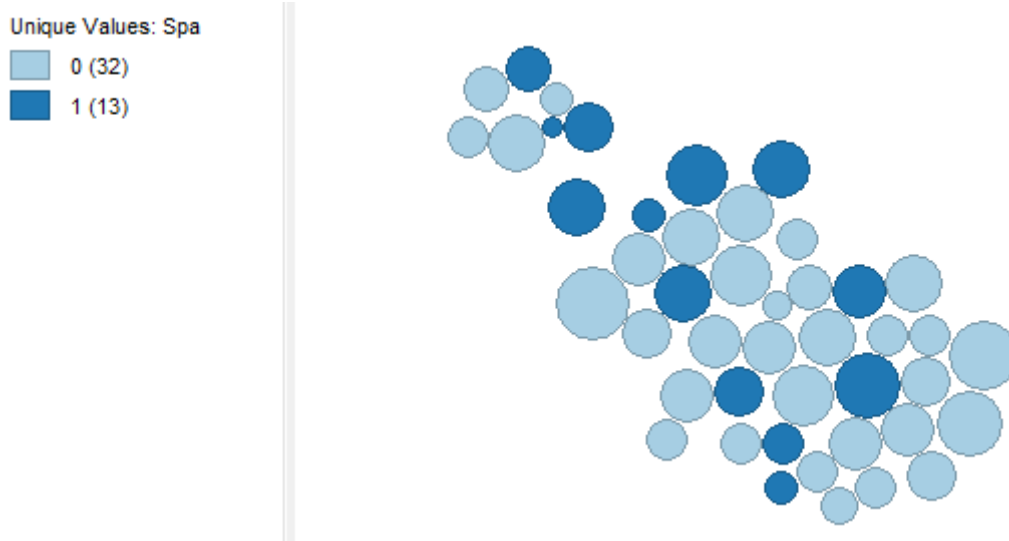
Η ύπαρξη κοινόχρηστης πισίνας εντοπίζεται στην πλειοψηφία των ξενοδοχείων του νησιού, τα οποία φαίνεται να τα πηγαίνουν καλύτερα ανά περιοχή σε σχέση με εκείνα που δεν διαθέτουν την εν λόγω παροχή (Εικόνα 48).

Εικόνα 49: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Jacuzzi και Χωρίς



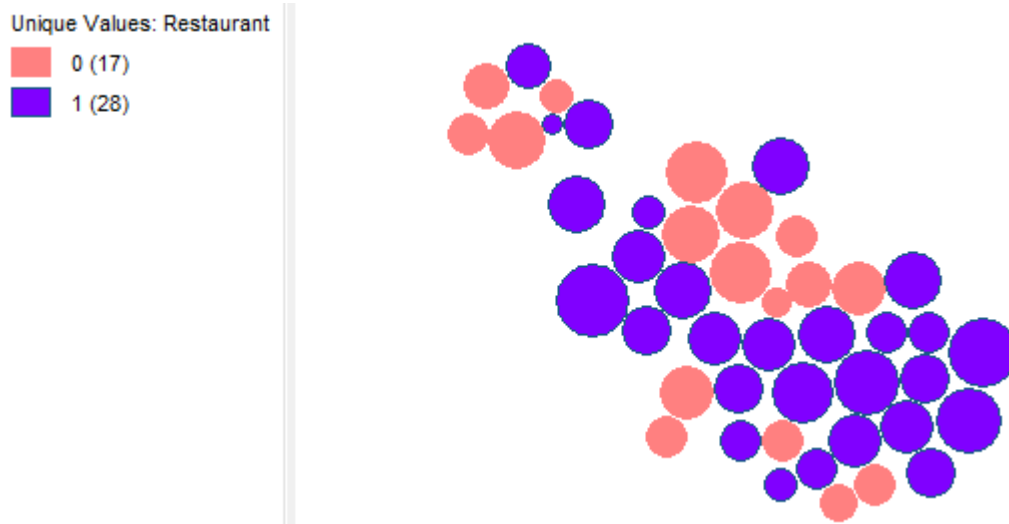
Το να υπάρχει ιδιωτική πισίνα ή jacuzzi σε κάποια από τα δωμάτια, όπως βλέπουμε στην **Εικόνα 49**, είναι σύνηθες στα ξενοδοχεία σε περιοχές όπως η Οία και το Ημεροβίγλι, κάποια εκ των οποίων φαίνεται να έχουν και αρκετά καλά αποτελέσματα. Επίσης, ξενοδοχεία που βρίσκονται προς την ενδοχώρα της περιοχής του Καμαρίου και διαθέτουν την εν λόγω παροχή φαίνεται να τα πηγαίνουν καλύτερα από τα γειτονικά τους. Αντίθετα, στο υπόλοιπο νησί και ιδίως στις περιοχές όπου βρίσκονται τα περισσότερα ξενοδοχεία της Σαντορίνης, δηλαδή στην ευρύτερη περιοχή των Φηρών και του Καμαρίου, τα ξενοδοχεία χωρίς ιδιωτικές πισίνες και jacuzzi παρουσιάζουν καλύτερα αποτελέσματα.

Εικόνα 50: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Spa και Χωρίς



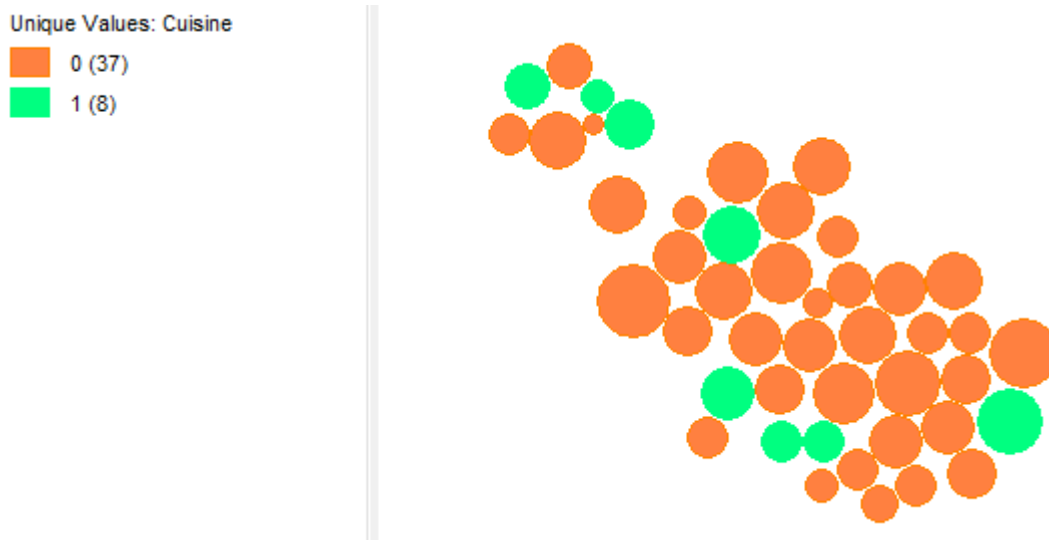
Στο Ημεροβίγλι, αλλά και προς την ενδοχώρα της περιοχής του Καμαρίου φαίνεται ότι τα ξενοδοχεία που διαθέτουν spa έχουν καλύτερα αποτελέσματα σε σχέση με τα γειτονικά τους που δεν διαθέτουν την εν λόγω παροχή, αλλά γενικά στις περιοχές των Φηρών, του Καμαρίου όπως και της Οίας συμβαίνει το αντίθετο (Εικόνα 50).

Εικόνα 51: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Εστιατόριο και Χωρίς



Η ύπαρξη εστιατορίου στα ξενοδοχεία, βλέπουμε πως επιδρά θετικά στα αποτελέσματά τους, με κυριότερη εξαίρεση την περιοχή της Οίας (Εικόνα 51).

Εικόνα 52: Χαρτόγραμμα Αντιπαραβολής Αποτελεσμάτων Ξενοδοχείων με Κουζίνα και Χωρίς

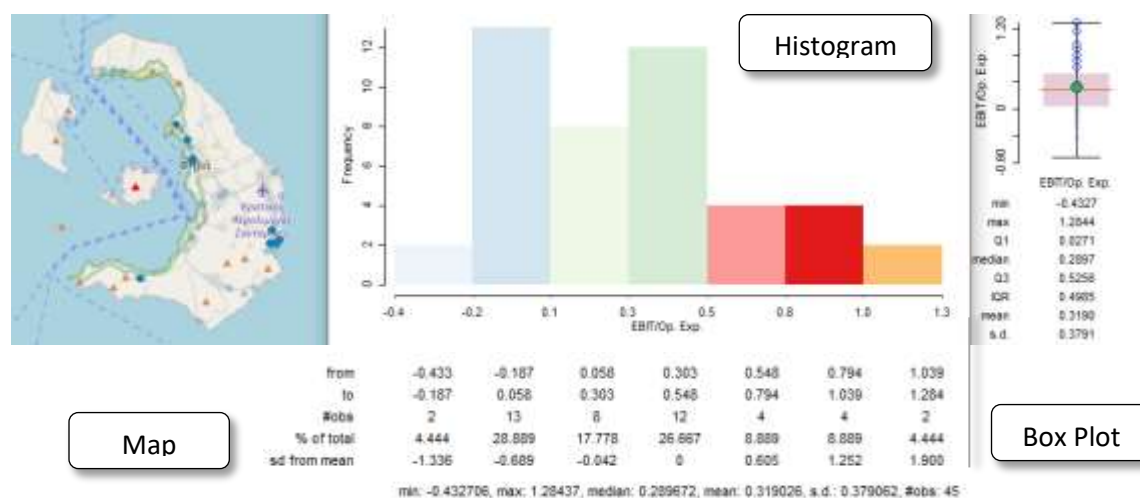


Από την άλλη, η ύπαρξη κουζίνας έστω και σε κάποια από τα δωμάτια των ξενοδοχείων δεν φαίνεται να επιδρά θετικά στα αποτελέσματά τους σε καμία από τις περιοχές του νησιού (Εικόνα 52).

9.2.2 ΙΣΤΟΓΡΑΜΜΑ (HISTOGRAM) ΚΑΙ ΘΗΚΟΓΡΑΜΜΑ (BOX PLOT)

Στη συνέχεια, δημιουργούμε το ιστόγραμμα και το θηκόγραμμα της εξαρτημένης μας μεταβλητής (EBIT/Op. Exp.) και βλέπουμε την κατανομή του αποτελέσματος των ξενοδοχείων (Εικόνα 53). Με την επιλογή των παρατηρήσεων που βρίσκονται πάνω από τον μέσο, παρατηρούμε ότι τα ξενοδοχεία με τα καλύτερα αποτελέσματα βρίσκονται κυρίως στο Καμάρι και στα Φηρά, όπως και ένα προς το Ακρωτήρι. Το εντυπωσιακό είναι ότι δεν έχουμε κάποιο ξενοδοχείο από την Οία ή το Ημεροβίγλι.

Εικόνα 53: Ιστόγραμμα και Θηκόγραμμα των Αποτελεσμάτων (EBIT/Op. Exp.) των Ξενοδοχείων



9.2.3 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΙΣ (CLUSTERS) ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΚΡΙΤΗΡΙΟ K MEANS

Στη συνέχεια, λοιπόν, εξετάζουμε την ύπαρξη τυχόν συγκεντρώσεων (*clusters*) με βάση το κριτήριο K Means, δηλαδή σε σχέση με τις μέσες τιμές. Επιλέγουμε να κατηγοριοποιήσουμε τις παρατηρήσεις μας σε 7 clusters και ως αποτέλεσμα έχουμε τον χάρτη της Εικόνας 54.

Εικόνα 54: Χάρτης Συγκεντρώσεων των Ξενοδοχείων



Αυτό που παρατηρούμε είναι ότι οι συγκεντρώσεις που προκύπτουν, εν γένει συνάδουν με τις διαφορετικές περιοχές της Σαντορίνης στις οποίες βρίσκονται τα ξενοδοχεία (Καμάρι, Φηρά, Οία κ.λπ.) και δεν μας προσφέρουν επιπλέον πληροφορία.

9.2.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΠΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ (LISA CLUSTER MAP ANALYSIS)

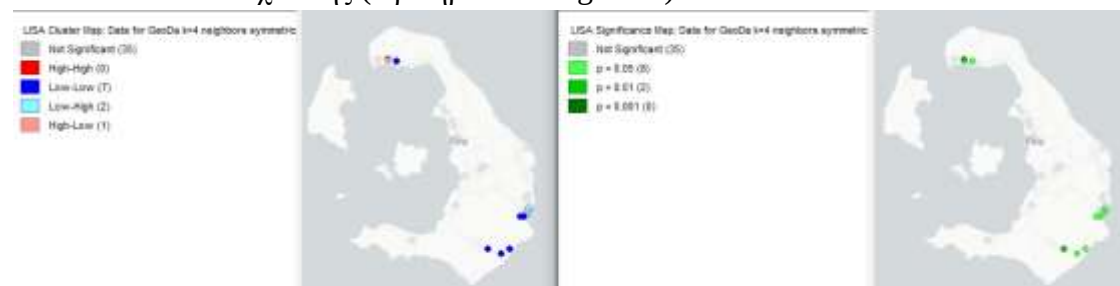
Σύμφωνα με την ανάλυση του Τοπικού Δείκτη Στατιστικής Συσχέτισης (*Local Indicator of Statistical Association*), στον αριστερό χάρτη της **Εικόνας 55** με κόκκινο χρώμα απεικονίζονται τα ξενοδοχεία με καλό αποτέλεσμα τα γειτονικά των οποίων είναι πιθανό να έχουν επίσης καλά αποτελέσματα (*high-high*). Αντίθετα, με μπλε σκούρο απεικονίζονται τα ξενοδοχεία που δεν έχουν καλό αποτέλεσμα και ταυτόχρονα τα γειτονικά τους είναι πιθανό να παρουσιάζουν επίσης χαμηλά επίπεδα στην τιμή EBIT/Op. Expr. (*low-low*). Εμφανίζονται μόνο τα αποτελέσματα για επίπεδο σημαντικότητας άνω του 95%, ενώ στον χάρτη δεξιά, μπορούμε να δούμε και τα επίπεδα σημαντικότητας, 95%, 99% και 99,9% ανάλογα με το χρώμα. Αυτά είναι τα αποτελέσματα για τη γεωγραφική στάθμιση σύμφωνα με το κριτήριο distance.

Εικόνα 55: Χάρτης Απεικόνισης της Ανάλυσης του Τοπικού Δείκτη Στατιστικής Συσχέτισης (Κριτήριο Distance)



Κάνοντας την ίδια ανάλυση για τη γεωγραφική στάθμιση σύμφωνα με το κριτήριο k-neighbors, αφού την έχουμε κάνει συμμετρική όπως έχουμε προαναφέρει, παρατηρούμε ότι ο χάρτης είναι παρόμοιος (**Εικόνα 56**), αν και δεν υπάρχει κάποια κόκκινη περιοχή (*high-high*). Οι περιοχές που παρουσιάζουν συνέπεια ως προς τις δύο μεθόδους είναι το βορειοδυτικό και το νοτιοανατολικό κομμάτι του νησιού, όπου φαίνεται ότι τα αποτελέσματα των ξενοδοχείων δεν είναι καλά (*low-low*).

Εικόνα 56: Χάρτης Απεικόνισης της Ανάλυσης του Τοπικού Δείκτη Στατιστικής Συσχέτισης (Κριτήριο K-Neighbors)



Ως κατακλείδα, θα μπορούσαμε να καταγράψουμε κάποιες σκέψεις που προκύπτουν ως απόσταγμα, τόσο μέσα από τη θεωρητική προσέγγιση του θέματος όσο και από τη χωρική οικονομετρική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης.

Καταρχάς, θα πρέπει να υπενθυμίσουμε τη βασική στόχευση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, η οποία δεν ήταν άλλη από το να γίνει μια προσπάθεια να προσεγγιστεί το θέμα του αποτελέσματος των ξενοδοχείων συνεκτιμώντας παραμέτρους που συνδέονται με τα περιβαλλοντικά οικονομικά, την κοινωνική οικονομία και τους παράγοντες ESG, λαμβάνοντας υπ' όψιν τη θέση τους στον χώρο. Εξ αρχής, ο συγκεκρισμός όλων των παραπάνω αποτέλεσε πρόκληση, όπως επίσης και η προσπάθεια να μεταφραστούν οι ανωτέρω έννοιες σε αριθμητικά δεδομένα. Το γεγονός ότι δεν υφίστανται στη βιβλιογραφία πολλές μελέτες με ανάλογες επιδιώξεις, σίγουρα συνέβαλε στο να ανακύψουν δυσκολίες σε αυτή την προσπάθεια, αλλά παράλληλα αποτέλεσε και ισχυρό κίνητρο για να υπερκεραστούν.

Επιχειρήθηκε, λοιπόν, να αξιοποιηθεί η όποια υφιστάμενη βιβλιογραφία άπτεται των θεμάτων που προσπαθούμε να προσεγγίσουμε και να συνδυαστεί κατάλληλα, ώστε να μας βοηθήσει στη δημιουργία ενός οικονομετρικού μοντέλου χωρικής υστέρησης, που να είναι δόκιμο για την ερμηνεία των δεδομένων μας. Παράλληλα, η μελέτη μας επικεντρώθηκε στο νησί της Σαντορίνης υπό τη μορφή μιας μελέτης περίπτωσης (*case study*). Θα πρέπει να υπογραμμίσουμε, ότι σε καμία περίπτωση σκοπό της παρούσας διπλωματικής εργασίας δεν αποτέλεσε η εξαγωγή ακριβών μετρήσεων και αποτελεσμάτων, αλλά περισσότερο η επίτευξη της συγκρισιμότητας μεταξύ των δεδομένων μας. Ούτε, όμως, και η γενίκευση των συμπερασμάτων μας, καθώς κάθε τύπος παρουσιάζει διαφορετικά χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες, ενώ για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο απαιτείται και διαφορετική μεθοδολογία ως προς την οικονομετρική ανάλυση που θα πραγματοποιηθεί.

Ως προς το οικονομετρικό μοντέλο, προσπαθήσαμε να δημιουργήσουμε μια εξαρτημένη μεταβλητή που δεν αντικατοπτρίζει αποκλειστικά την κερδοφορία, αλλά εμπεριέχει και τις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας στο κοινωνικό γίνεσθαι και στο περιβάλλον. Έπειτα από μια μικρή ανάλυση, καταλήξαμε στο EBIT/Op. Expr., ενώ συμπληρωματικά τρέξαμε την παλινδρόμηση και με το EBITDA/Op. Expr. ώστε να συγκρίνουμε τα εξαγόμενα αποτελέσματα, με γενική διαπίστωση ότι στην περίπτωσή μας αυτά δεν διέφεραν ιδιαίτερα, όποια από τις δύο και αν χρησιμοποιήθηκε. Σε ό,τι αφορά την επιλογή ανεξάρτητων μεταβλητών, βασική επιδίωξη ήταν να είναι κατάλληλες για να ερμηνεύσουν μια τέτοια εξαρτημένη.

Από το αποτέλεσμα της παλινδρόμησης, έπειτα και από τη διόρθωση της ετεροσκεδαστικότητας, δεν διαφαίνεται να υφίσταται χωρική συσχέτιση στην κατανομή των αποτελεσμάτων - με την έννοια που τα έχουμε προσεγγίσει στην παρούσα μελέτη - των ξενοδοχείων (Εικόνες 42 & 45). Από εκεί και πέρα, μπορούμε να προχωρήσουμε στην ερμηνεία των εξαχθέντων β (*coefficients*) των ανεξάρτητων μεταβλητών των παλινδρομήσεων που έχουμε τρέξει, όπως παρακάτω:

- Ο χαρακτηρισμός ενός ξενοδοχείου ως *5άστερο* φαίνεται να επιδρά θετικά στο αποτέλεσμα των ξενοδοχείων, καθώς η διαμονή σε αυτά εΐθισται να κοστίζει πιο ακριβά, χωρίς αυτά να διαθέτουν απαραίτητα όλες τις «ενεργοβόρες» παροχές που συμπεριλάβαμε στο μοντέλο μας. Αντιθέτως, πληρούν άλλα κριτήρια με μικρότερο κόστος, ώστε να κατατάσσονται στα 5άστερα ξενοδοχεία, όπως ελάχιστο εμβαδόν ανά κλίνη, θέσεις στάθμευσης ανά κλίνη, χώροι υποδοχής κ.λπ..
- Αναφορικά με την *εποχική λειτουργία* των ξενοδοχείων, φαινομενικά έχουμε το αντίθετο αποτέλεσμα από αυτό που αναμέναμε με βάση τη θεωρία, αλλά πιθανότατα αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι απαιτούνται επιπλέον δεδομένα για να απεικονιστεί ορθότερα. Θεωρούμε πως αν είχαμε στοιχεία σχετικά με τις πληρότητες των ξενοδοχείων ανά συγκεκριμένες περιόδους και τις συσχετίζαμε με τα αποτελέσματά τους κατά τις αντίστοιχες περιόδους, θα μπορούσαμε να εξάγουμε σαφώς πιο ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την επίδραση της εποχικής τους λειτουργίας.
- Περνώντας στις παροχές, διαπιστώνουμε ότι η μεταβλητή *jacuzzi* - όπως αυτή έχει οριστεί από εμάς, όταν δηλαδή υπάρχει σε κάποια κατηγορία δωματίων είτε ιδιωτική πισίνα είτε jacuzzi - φαίνεται να αποτελεί την πιο ενεργοβόρα παροχή. Όταν αυτές οι παροχές είναι άμεσα και εύκολα διαθέσιμες στο δωμάτιο του καθενός, εξασφαλίζοντας και την επιθυμητή ιδιωτικότητα, εμφανώς χρησιμοποιούνται περισσότερο από τους επισκέπτες σε σχέση με την κοινόχρηστη πισίνα ή το spa, ενώ επιπρόσθετα το κόστος των τελευταίων επιμερίζεται και σε περισσότερες κλίνες. Παρόλα αυτά, και η λειτουργία της κοινόχρηστης πισίνας και του spa προϋποθέτει την ανάλωση πόρων, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται αρνητικά το αποτέλεσμα των ξενοδοχείων.
- Αντίθετα, το *εστιατόριο* φαίνεται να είναι μία παροχή που έχει θετικό αντίκτυπο στο αποτέλεσμά τους. Άλλωστε, είναι γεγονός πως τα περισσότερα εστιατόρια, εν γένει προσπαθούν να κάνουν ορθή διαχείριση των πρώτων υλών, αξιοποιώντας τις με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και περιορίζοντας τη φύρα, ούτως ώστε να μεγιστοποιήσουν την κερδοφορία τους, κάτι που ελαχιστοποιεί την κατασπατάληση των πόρων. Τέλος, σχετικά με την επίδραση της παροχής της *κουζίνας* συνάγουμε ότι χαρακτηρίζεται από μια ουδετερότητα, καθώς δεν διαφαίνεται να επηρεάζει το αποτέλεσμα των υπό εξέταση ξενοδοχείων.

Διεισδύοντας, ακολούθως, σε ένα δεύτερο επίπεδο ανάλυσης, κυρίως μέσω της χρήσης των διαθέσιμων διαγραμμάτων του προγράμματος GeoDa, διαπιστώσαμε ότι αναδύονται κάποιες συγκεντρώσεις στην κατανομή των αποτελεσμάτων των ξενοδοχείων. Από το ιστόγραμμα και το θηκόγραμμα των αποτελεσμάτων των ξενοδοχείων και την απεικόνισή τους στον χάρτη (Εικόνα 53), τα καλύτερα αποτελέσματα εντοπίζονται στο Καμάρι και στα Φηρά, και μάλιστα σε ξενοδοχεία που δεν είναι 5 αστέρων ούτε διαθέτουν παροχές όπως jacuzzi και spa. Από την άλλη, τα χειρότερα αποτελέσματα απαντώνται στο βορειοδυτικό (Οία) και στο νοτιοανατολικό (Περίσσα και Εμπορειό) κομμάτι του νησιού και μάλιστα, εμφανίζεται ότι υπάρχει ανάλογη χωρική συσχέτιση (Εικόνες 55 & 56). Από τα χαρτογράμματα (Εικόνες 46 - 52) προκύπτουν επίσης κάποια ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Ειδικότερα, στις περιοχές Οία και Ημεροβίγλι, που είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς ανάμεσα σε τουρίστες υψηλών εισοδηματικών κριτηρίων, τα καλύτερα αποτελέσματα τα συναντάμε σε ξενοδοχεία με jacuzzi, ενώ συγκεκριμένα στην Οία, σε ξενοδοχεία με την εν λόγω παροχή που είναι και 5άστερα. Οι παροχές του spa και της κουζίνας φαίνεται να μην επηρεάζουν θετικά τα αποτελέσματα σχεδόν σε καμία περιοχή του νησιού, ενώ αντίθετα η πισίνα και το εστιατόριο τα επηρεάζουν σε όλες θετικά – με εξαίρεση την παροχή του εστιατορίου στην περιοχή της Οίας (πιθανόν όσοι διαμένουν εκεί να προτιμούν τα ιδιαίτερα εστιατόρια ή οινοποιεία του νησιού).

Από την ανωτέρω οικονομετρική ανάλυση, έπειτα και από τη διόρθωση της ετεροσκεδαστικότητας, προκύπτουν κάποια επιπλέον συμπεράσματα. Αρχικά, ο σταθερός όρος είναι στατιστικά μη σημαντικός, κάτι που σημαίνει ότι η συνάρτηση διέρχεται από την αρχή των αξόνων. Αυτό ενδέχεται να οφείλεται στο γεγονός ότι τιμή της εξαρτημένης μας μεταβλητής μπορεί να είναι ίση με μηδέν, καθώς αν δεν υπάρχει παροχή υπηρεσιών και δεν θα υπάρχουν και λειτουργικά έξοδα. Επιπρόσθετα, αν θεωρήσουμε το $y = \rho W y + X \beta + u$ ως τη συναρτησιακή μορφή του μοντέλου χωρικής υστέρησης, είδαμε ότι στη δικιά μας περίπτωση ο όρος που αντιπροσωπεύει την επίδραση του χώρου δεν θεωρείται στατιστικά σημαντικός ή είναι περίπου ίσος με το 0. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι τοπικά, η εξαρτημένη μας - που είναι κλάσμα - δεν διαφοροποιείται σε σχέση με τον χώρο, παρόλο που οι όροι που την απαρτίζουν ενδεχομένως διαφοροποιούνται. Αυτό είναι σίγουρα ένα θέμα που χρήζει περεταίρω διερεύνησης, καθώς κατ' αυτό τον τρόπο θα μπορούσε να υπολογιστεί η σταθερή αυτή αναλογία (EBIT/Op. Exp.) για κάθε ξενοδοχείο, συνιστώντας ουσιαστικά τη σταθερή απόδοσή του (yield), μια τιμή που θα μπορούσε να αποβεί εξαιρετικά χρήσιμη στον κλάδο της εκτιμητικής. Από την άλλη πλευρά, όταν προχωρήσαμε στην ανάλυση μέσω των διαγραμμάτων του προγράμματος GeoDa, διαπιστώσαμε την ύπαρξη κάποιων συγκεντρώσεων ανά περιοχή του νησιού, όπως για παράδειγμα τα ξενοδοχεία 5 αστέρων στην Οία. Επομένως, ενδεχομένως λόγω των πολύ μικρών αποστάσεων μεταξύ των παρατηρήσεων σε ένα νησί όπως η Σαντορίνη, να μην μπόρεσε να αποτυπωθεί στα αποτελέσματα του μοντέλου η επίδραση του χώρου, ενώ και από τα αποτελέσματα του GeoDa, στατιστική σημαντικότητα της επίδρασης του χώρου εντοπίστηκε σχεδόν μόνο στα βορειοδυτικά και νοτιοανατολικά του νησιού.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, επίσης, παρουσιάζει η αντιπαράβολή των ευρημάτων μας με αυτά της μελέτης του (Ευαγγελίδης Πασχάλης, 2018), τα οποία μάλιστα έχουν προέλθει από το ίδιο δείγμα με έτος αναφοράς το 2015, με τη διαφορά ότι εμείς αναγκαστήκαμε να αφαιρέσουμε εννιά από τις αρχικές παρατηρήσεις λόγω έλλειψης των απαιτούμενων δεδομένων για το έτος αναφοράς που θέσαμε, ήτοι το 2017:

- Στην πρώτη, είχε διαπιστωθεί η θετική σχέση του αριθμού δωματίων με την κερδοφορία με βάση το ROE ενός ξενοδοχείου, δηλαδή η ύπαρξη οικονομικών κλίμακας, ενώ στη δικιά μας περίπτωση (Εικόνα 28), δεν φαίνεται να υπάρχει θετική σχέση που να υποδηλώνει ότι τα αποτελέσματα των ξενοδοχείων, με τον τρόπο που τα προσεγγίζουμε στη μελέτη μας, βελτιώνονται όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθός τους, είτε ως προς τα δωμάτια είτε ως προς τις κλίνες.
- Όσον αφορά στα ξενοδοχεία 5 αστέρων, είχε διαπιστωθεί ότι είναι πιο κερδοφόρα ως προς τον δείκτη ROE από αυτά των υπόλοιπων βαθμίδων. Πιο συγκεκριμένα, ως αποτέλεσμα είχε εξαχθεί ότι η επίδραση της εν λόγω ανεξάρτητης μεταβλητής αυξάνεται όσο κινούμαστε από τα ανατολικά - λιγότερο πυκνοκατοικημένα τμήματα του νησιού - προς τα δυτικά, όπως και προς τα βόρεια, όταν οι υπόλοιποι παράγοντες παραμένουν σταθεροί. Σύμφωνα με την ανάλυσή μας, όμως, και με βάση την εξαρτημένη μεταβλητή που δημιουργήσαμε, η μοναδική περιοχή στην οποία τα αποτελέσματα των 5άστερων ξενοδοχείων είναι καλύτερα από αυτά των υπολοίπων, είναι η περιοχή της Οίας (Εικόνα 46) και αυτή λογικά «ευθύνεται» για τα προαναφερθέντα ευρήματα. Αντίθετα, όπως έχουμε προαναφέρει, σύμφωνα με την ανάλυσή μας υπάρχουν περιοχές στις οποίες τα ξενοδοχεία παρουσιάζουν καλύτερα αποτελέσματα, όπως το Καμάρι και τα Φηρά (Εικόνα 53), και μάλιστα αυτά που δεν είναι 5 αστέρων (Εικόνα 46).
- Στην εν λόγω μελέτη, είχε γίνει διερεύνηση και της χωρικής συμπεριφοράς της επίδρασης του αριθμού των δωματίων στην κερδοφορία των ξενοδοχείων με βάση το ROE τους, η οποία ήταν ακριβώς αντίθετη από αυτή της μεταβλητής «ξενοδοχείο 5 αστέρων». Δηλαδή, έχει αυξητική τάση όσο κινούμαστε προς τα νοτιοανατολικά του νησιού, άρα το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας επιδρά περισσότερο στο οικονομικό της αποτέλεσμα όταν αυτά βρίσκονται προς τις περιοχές Περίσσα, Εμπορείο κ.λπ.. Αυτές οι δύο περιοχές ακριβώς, όμως, ήτοι τα βορειοδυτικά του νησιού όπου βρίσκεται η Οία και τα νοτιοανατολικά όπου βρίσκονται η Περίσσα και το Εμπορείο, είναι και αυτές που εμφανίζουν στατιστικά σημαντική χωρική συσχέτιση χαμηλών αποτελεσμάτων (*low-low*) των ξενοδοχείων που είναι εγκατεστημένα σε αυτές (Εικόνες 55 & 56). Οι λόγοι, βέβαια, που συμβαίνει αυτό στις δύο αυτές περιοχές φαίνεται να είναι τελείως διαφορετικοί. Η Οία από τη μια, είναι ίσως η περιοχή που η χωρική συγκέντρωση και άρα ο ανταγωνισμός (τόσο μεταξύ των επιχειρήσεων όσο και για τη γη) είναι εντονότερος και ενδεχομένως, να κάνουν την εμφάνισή τους και αρνητικά

φαινόμενα που δημιουργούνται λόγω της υπερβολικής συγκέντρωσης σύμφωνα με τη βιβλιογραφία. Από την άλλη, το νοτιοανατολικό κομμάτι του νησιού είναι ίσως το πιο αραιοκατοικημένο, αλλά ίσως να μην έχει κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις υπόλοιπες περιοχές κι επομένως δεν υπάρχει η ανάλογη ζήτηση. Τα παραπάνω, σίγουρα συνιστούν μια απλή εικασία ως ερμηνεία των αποτελεσμάτων μας, σύμφωνα με τα όσα γνωρίζουμε για το νησί, αλλά δεν απέχουν πολύ από την πραγματικότητα.

Συνεκτιμώντας όλα όσα προαναφέραμε, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι προφανώς οι επιχειρηματίες του ιδιωτικού τομέα, που έχουν ως σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους, θα επιλέξουν τον τόπο εγκατάστασης και το πλάνο ανάπτυξης της ξενοδοχειακής τους μονάδας με γνώμονα αυτή την παράμετρο. Επομένως, αν η πολιτεία έχει τη βούληση να διαφυλάξει το περιβάλλον και τις τοπικές κοινωνίες, θα πρέπει είτε να δημιουργήσει τα κατάλληλα κίνητρα ώστε να συνεκτιμώνται παράμετροι που συνδέονται με τους παράγοντες ESG ή σε αντιδιαστολή να θεσπίσει τα ανάλογα αντικίνητρα - είτε χρηματικά είτε διοικητικά - για να προωθήσει την ανάπτυξη μονάδων που προάγουν το εν λόγω εγχείρημα. Εναλλακτικά, αφού εμείς εξετάζουμε την ποσότητα των πόρων που απαιτούνται να αναλωθούν, μπορεί να αλλάξει η πηγή προέλευσής τους, ώστε να είναι όσο το δυνατόν μικρότερη η επιβάρυνση για το περιβάλλον. Ενδεικτικά, η ηλεκτρική διασύνδεση των Κυκλάδων και συγκεκριμένα της Σαντορίνης με το ηπειρωτικό σύστημα ηλεκτροδότησης, μπορεί να συμβάλει στην απολιγνιτοποίηση της παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, καθόσον δυνητικά αυτή μπορεί ευκολότερα να προέρχεται από Α.Π.Ε.. Σε άλλες περιπτώσεις, ανάλογα και με τις καιρικές συνθήκες κάθε τόπου, μπορεί να γίνει αξιοποίηση του βρόχινου νερού, όπως γίνεται για παράδειγμα σε ξενοδοχεία στην Ταϋλάνδη.

Όπως έγινε έκδηλο σε αρκετά σημεία της παρούσας διπλωματικής εργασίας, η ανάλυσή μας αποτελεί μια πρώτη απόπειρα να αποτυπωθούν τέτοιου είδους έννοιες με αριθμητικά δεδομένα, ώστε να μπορούν να εισαχθούν σε ένα οικονομετρικό μοντέλο που σαφώς επιδέχεται βελτίωσης και εξέλιξης καθώς υπάρχουν εμφανείς αδυναμίες.

Αρχικά, δεν είναι σαφώς και επακριβώς καθορισμένο το περιεχόμενο των στηλών των κατηγοριών που χρησιμοποιήθηκαν για τον υπολογισμό της τιμής της εξαρτημένης μας μεταβλητής, καθώς δεν μπορούμε να γνωρίζουμε τον τρόπο που απεικονίζει κάθε εταιρεία τα λογιστικά της μεγέθη. Εμείς έχουμε προχωρήσει σε κάποιες υποθέσεις, όπως αυτές έχουν καταγραφεί στο Κεφάλαιο 8, οι οποίες στην ουσία αποτελούν τις παραδοχές μας, ως προς το ποιοι επιβαρυντικοί παράγοντες για το οικονομικό, οικολογικό και κοινωνικό περιβάλλον συνυπολογίζονται μέσα από την εξαρτημένη μας μεταβλητή. Επίσης, όπως έχουμε αναφέρει επανειλημμένα, σε καμία περίπτωση δεν θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η χρήση του εν λόγω μοντέλου αποτιμά αριθμητικά το "αποτύπωμα" του ξενοδοχείου στο περιβάλλον του, κάτι που είναι εξαιρετικά δύσκολο να υλοποιηθεί, αλλά η χρήση του έχει ως σκοπό την επίτευξη της συγκρισιμότητας και της ανάλυσης των δεδομένων.

Επιπρόσθετα, στο πλαίσιο της εξακρίβωσης των δεδομένων μας, έγινε αντιπαραβολή των στοιχείων της ICAP - μέσω αναζήτησης στο διαδίκτυο - για τα ξενοδοχεία ένα προς ένα, ως προς τις παροχές τους, καθώς και επαλήθευση - μέσω του Google Maps - της δηλωμένης τοποθεσίας τους και διαπιστώθηκαν αποκλίσεις οι οποίες διορθώθηκαν. Δεν μπορεί, όμως, να αποκλειστεί η πιθανότητα ανθρώπινου λάθους, κάτι που συνιστά αδυναμία στη συγκέντρωση των δεδομένων που εισήχθησαν στην οικονομετρική ανάλυση.

Τέλος, όπως φάνηκε και από τα αποτελέσματα της οικονομετρικής μας ανάλυσης και έχουμε προαναφέρει, δεν επιτεύχθηκε η ορθή απεικόνιση της εποχικής λειτουργίας - χρονικής συγκέντρωσης με τα διαθέσιμα στοιχεία. Επομένως, ως πρόταση για μεταγενέστερες προσπάθειες απεικόνισης του εν λόγω μεγέθους, θα μπορούσαν να αναζητηθούν στοιχεία σχετικά με τις πληρότητες των ξενοδοχείων ανά συγκεκριμένες περιόδους ώστε να διερευνηθεί η σχέση τους με τα αποτελέσματά τους κατά τις αντίστοιχες περιόδους, αλλά και πάλι όχι μόνο τα οικονομικά, ούτως ώστε να μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με την επίδραση της εποχικής λειτουργίας.

Επιπλέον, αναφορικά με το μοντέλο μας εκτιμάται ότι θα μπορούσε να εμπλουτιστεί με δεδομένα πολλαπλών χρονολογικών ετών, ώστε η ανάλυση να μην είναι μόνο διαστρωματική. Επίσης, μια ενδεχόμενη εναλλακτική μεθοδολογία θα ήταν να γίνει μια πολυπαραγοντική ανάλυση (*factor analysis*) από την οποία να προκύψει μια ταξινόμηση των ξενοδοχείων - πριν τρέξει το μοντέλο - σε νέφη (*clusters*) ανάλογα με τις παροχές που προσφέρουν και στη συνέχεια να τρέξει μια παλινδρόμηση για κάθε νέφος ξεχωριστά.

Αναφορικά, λοιπόν, με λοιπές προτάσεις για μελλοντική έρευνα, είναι δεδομένο πως υπάρχει μεγάλο κενό στη βιβλιογραφία στο υπό εξέταση πεδίο, καθώς η πλειοψηφία των δημοσιευμένων εργασιών και μελετών περιορίζεται στην προσέγγιση τέτοιου είδους ζητημάτων αποκλειστικά σε θεωρητικό επίπεδο. Είναι δεδομένο, πως το να αποτυπωθούν έννοιες που άπτονται των θεμάτων των «πράσινων» οικονομικών ή της κοινωνικής οικονομίας με αριθμητικά δεδομένα παρουσιάζει πολλές δυσκολίες, αλλά αποτελεί και μια πρόκληση για την οικονομική επιστήμη εν γένει, ενώ μπορεί να ωφελήσει ολόκληρη την ανθρωπότητα, σε μια προσπάθεια να στραφεί προς τη βιωσιμότητα καθώς και την προστασία του περιβάλλοντος και των συνανθρώπων μας.

Κλείνοντας, βλέπουμε ότι στην εποχή μας, στη δημόσια σφαίρα επικρατεί μια άκριτη δαιμονοποίηση του μαζικού τουρισμού, αλλά αυτό που θα πρέπει να προκαλεί προβληματισμό είναι το τι θα τον υποκαταστήσει. Γιατί μπορεί η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού να ηχεί εύχλα στα αυτιά του κόσμου και να είναι «πιασάρικη» φράση για προωθητικές ενέργειες και προεκλογικά σποτ, αλλά στην ουσία, ακόμα και ο οικοτουρισμός σε εύθραυστα οικοσυστήματα μπορεί να αποβεί

καταστροφικός αν υλοποιηθεί με λάθος τρόπο. Το ίδιο ισχύει και για όσους ευαγγελίζονται βιωσιμότητα και πράσινη ανάπτυξη, χωρίς να υπάρχουν επαρκή δεδομένα για το συνολικό «αποτύπωμα» όλων των μορφών Α.Π.Ε., όπως για παράδειγμα των ανεμογεννητριών για τις οποίες έχουν αρχίσει να εγείρονται αμφιβολίες και ζητήματα σχετικά με τη διαχείρισή τους μετά τη λήξη του χρόνου ζωής τους. Έπειτα, θα πρέπει να συνεκτιμηθεί ότι αρκετές εκ των Α.Π.Ε. προϋποθέτουν τη χρήση υλικών που κατατάσσονται στις σπάνιες γαίες (ΣΓ), τα αποθέματα των οποίων είναι επίσης περιορισμένα και συγκεντρωμένα σε συγκεκριμένες περιοχές του πλανήτη. Εν γένει, λοιπόν, και με αφορμή την παρατεταμένη καραντίνα σε παγκόσμιο επίπεδο για τον περιορισμό της διασποράς του COVID-19 - όταν και υπήρξε μια παύση μεγάλου μέρους της ανθρώπινης δραστηριότητας και παρατηρήθηκαν φαινόμενα όπως η εμφάνιση δελφινιών στη Βενετία - δημιουργούνται σκέψεις και προβληματισμοί σχετικά με το πώς θα έμοιαζε ο πλανήτης μας χωρίς την, τόσο εκτεταμένη, ανθρώπινη παρέμβαση. Αν και σίγουρα η βούληση είναι απαραίτητη ως πρώτο βήμα για να κινηθούμε προς την κατεύθυνση ενός μελλοντικού κόσμου πιο φιλικού προς το περιβάλλον και τον άνθρωπο, για να καταστεί η επίτευξη ενός τέτοιου στόχου δυνατή, θα πρέπει να έχει προηγηθεί η ανάλογη - επιστημονικά τεκμηριωμένη - μελέτη, ορθολογικός σχεδιασμός και οργάνωση των απαιτούμενων ενεργειών, ώστε να έχουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Alonso William. (1964). *Location and Land Use*. Cambridge: Harvard University Press.
- Anselin Luc. (1988). *Spatial Econometrics: Methods and Models*. Kluwer Academic Publishers.
- Botterill T.D. & Crompton J. (1996). Two case studies exploring the nature of the tourists experience. *Journal of Leisure Research*, σσ. 57-82.
- Butler R. (1994). *Seasonality in Tourism: Issues and Implications*. *Tourism: A State-of-the-art*.
- Choi H. C. & Sirakaya E. (2006). *Sustainability Indicators for Managing Community Tourism* (Τόμ. Tourism Management).
- Cressie Noel. (1992). *Statistics for Spatial Data*. Wiley.
- el.wiktionary.org. (n.d.).
- Gregory D. Johnston R. Pratt G. Watts M. & Whatmore S. (2009). *The Dictionary of Human Geography*.
- Hinch T. D. & Hickey G. P. (1997). Tourism Attractions and Seasonality: Spatial Relationships in Alberta. Στο K. McKay (Ed.), *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association* (Τόμ. Canadian Chapter, σσ. 69 - 76). Winnipeg, Canada: University of Manitoba.
- <https://www.boutique-hotel.gr/>. (n.d.).
- <https://www.mixanitouxronou.gr/tag/σαντορίνη/>. (n.d.).
- Hunziker Walter, K. K. (1942). *Grundriß der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraph.
- INSETE. (2019). *Ο Τουρισμός στην Ελληνική Οικονομία 2017-2018*. Αθήνα: INSETE INTELLIGENCE.
- INSETE. (2019). *Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου - Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2018*. Αθήνα: INSETE INTELLIGENCE.
- INSETE. (2019). *Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου - Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2018*. INSETE INTELLIGENCE.
- INSETE. (2020). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019*. Αθήνα.
- Jovicic D. & Dragin A. (2008). The Assessment of Carrying Capacity – A Crucial Tool for Managing Tourism Effects in Tourist Destinations. *Turizam - International Scientific Journal*, σσ. 4-11.
- Mossetto Gianfranco. (1993). Culture and Environmental Waste: An Economic Approach. Στο K. Dora, *Culture Environment and Regional Development* (σσ. 45-47). Athens: Regional Development Institute.
- Paolo Costa & Jan van der Borg. (1993). Managing Mass Tourism in Vulnerable Art Cities. Στο K. Dora, *Culture Environment and Regional Development* (σσ. 67-69). Athens: Regional Development Institute.

Saveriades A. (2000). *Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus*. Tourism Management.

Smith D. M. (1966). *A Theoretical Framework For Geographical Studies Of Industrial Location*. Economic Geography.

Tietenberg T. (1997). *Οικονομική του Περιβάλλοντος και των Φυσικών Πόρων* (Τόμ. Α'). Αθήνα: Gutenberg.

UN Department of Economic & Social Affairs Statistics Division. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York: United Nations.

Weaver D. (1993). Model of Urban Tourism for Small Caribbean Islands. *Geographical Review*.

Αραβώσης Κ. (2015). Εισαγωγή στην Οικονομική του Περιβάλλοντος. Στο *Τεχνολογική Οικονομική II: Επιχειρηματικός Σχεδιασμός ΜΥ*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών, Τομέας Βιομηχανικής Διοίκησης και Επιχειρησιακής Έρευνας.

Βελισσαρίου Ε. (2002). *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων, Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού* (Τόμ. Δ'). Πάτρα: Ε.Α.Π.

Βουμβουλάκη Αικατερίνη. (2007). Οργανισμοί Διαχείρισης Προορισμών και Νέες Τεχνολογίες: Στρατηγικές και Εφαρμογές Προώθησης Προορισμών. *Τελική Εργασία*. Αθήνα: Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης.

Γεωργίου Στεφανία Ιωαννίδου Κυριακή & Πασόη Μελπομένη. (2017). Ο Εναλλακτικός Τουρισμός στην Ελλάδα. Διερεύνηση Γενικών Περιβαλλοντικών Γνώσεων και Στάσεων των Τουριστών: Μελέτη Περίπτωσης. *Διπλωματική Εργασία*. Αλεξανδρούπολη: Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Σχολή Επιστημών Αγωγής, Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης, Τομέας Θετικών Επιστημών.

Γεωργούλη Στ. (2019). *Διερεύνηση των Επιπτώσεων του Τουρισμού στο Κοινωνικό και Πολιτιστικό Περιβάλλον των Τόπων Υποδοχής. Η Περίπτωση της Ελλάδας*. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Διατμηματικό Π.Μ.Σ. "Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού".

Γκαραβέλας Σωτήριος. (2016). Οι Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ποινική προστασία του περιβάλλοντος και η ενσωμάτωσή τους στην Ελληνική έννομη τάξη. Αθήνα.

Ευαγγελίδης Πασχάλης. (2018). Ξενοδοχεία: Επενδυτικές Επιλογές και Επιλογή του Τόπου Εγκατάστασης. Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο.

Ζαχαράτος Γεράσιμος. (2006). *Τουριστική Πολιτική*. Αθήνα: Ε.Σ.Δ.Δ.

Ηγουμενάκης Ν. (1991). *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης Ν. (1999). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης Ν. και Κραβαναρίτης Κ. (2004). *Τουρισμός Βασικές Έννοιες*. Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης Ν. Κραβάρητης Κ. & Λύτρας Π. (1998). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης Ν. Κραβάρητης Κ. & Λύτρας Π. (1999). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.

Θεοδωρικάκης Μάριος. (2013). *Εγκυκλοπαίδεια του Περιβάλλοντος για Νέους*. Αθήνα: Σελένα Εκδοτική Α.Ε., National Geographic Society.

- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. (2014, Δεκέμβριος). Τα ξενοδοχεία All Inclusive στον ελληνικό τουρισμό. Αθήνα.
- Κατσικέα Ευαγγελία. (2003). *Σημειώσεις Τουριστικού Μάρκετινγκ*. Ο.Π.Α.
- Κεσίσογλου Δουκένη. (2017, Ιούνιος). Αγορά Κατοικίας και Γεωγραφία: Η Περίπτωση της Ελλάδας. *Ερευνητική Εργασία*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική.
- Κοκκώσης Χ. (2002). Πρακτικά Συνεδρίου με θέμα «Φέρουσα Ικανότητα». Αθήνα: WWF.
- Κομίλης Π. & Βαγιόνης Ν. (1999). *Τουριστικός σχεδιασμός, Μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης*. Προπομπός.
- Κούτουλας Δ. (2001). *Ο Θεωρητικός Προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως Βασική Προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ*.
- Μακρυδάκη Μαρία. (2016, Ιούνιος). Τουριστική Φέρουσα Ικανότητα: Μέθοδοι Υπολογισμού και Δείκτες. *Ερευνητική Εργασία*. (Βαγιωνά Δήμητρα, Επιμ.) Θεσσαλονίκη: Α.Π.Θ., Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης.
- Μπίθας Κ. (2011). *Οικονομική του Περιβάλλοντος και των Φυσικών Πόρων*. Αθήνα: ΙΑΠΑΔ Πάντειο Πανεπιστήμιο.
- Παππάς Νικόλαος. (2008). *Περιβάλλον-Πολιτισμός-Τουρισμός-Περιφερειακή Ανάπτυξη*. (Μ. Κωνσταντίνος, Επιμ.) Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
- Ποδηματάς Δημήτριος. (2008). Ο Αειφόρος Τουρισμός ως Εργαλείο και Μέσο Οικονομικής και Βιώσιμης Ανάπτυξης μιας Ορεινής Περιοχής. Μελέτη Περίπτωσης στο Δήμο Πλαστήρα Νομού Καρδίτσας. *Διπλωματική Εργασία*. Αθήνα: Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών "Βιώσιμης Ανάπτυξης".
- Σγουρινάκης Ν. (2017, Οκτώβριος 17). *epixeirisi.gr*. Ανάκτηση από Υποκεφαλαιοδότηση και η σημασία του δείκτη EBITDA: <http://epixeirisi.gr>
- Τσάρτας Π. (1996α). Αειφορική ανάπτυξη και τουρισμός: προβληματισμοί και προτάσεις για ένα διαφορετικό τύπο τουριστικής ανάπτυξης. Στο Λάσκαρις Κ., *Sustainable Development: Θεωρητικές προσεγγίσεις μιας κρίσιμης έννοιας*. Αθήνα: Παπασωτηρίου.
- Τσάρτας Π. (1996β). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Έξαντας.
- Τσάρτας Π. Λαγός Δ. Σταυρινούδης Θ. Πρωΐου Ε. (2014). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις*.
- Τσάρτας Π. Σταυρινούδης Θ. Ζαγκότση Σ. Κυριακάκη Α. Βασιλείου Μ. (2010). Τουρισμός και Περιβάλλον. *Οδηγός για το Περιβάλλον*. Αθήνα: WWF Ελλάς.
- Χατζιωαννίδης Γεώργιος. (2014, Μάιος). Η Συμβολή του Τουρισμού στα Δημοσιονομικά Μεγέθη. *Διατριβή Επιπέδου Μάστερ*. Θεσσαλονίκη: Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων-Τραπεζική Χρηματοοικονομική.