



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΒΑ)**

Διπλωματική Εργασία

**Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ – Η ΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ**

Ζούρα Μαρία-Κυριακή

Πειραιάς, 2018

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων: MBA» με τίτλο: «Η Εποχικότητα της Ζήτησης στον Ελληνικό Τουρισμό: Η περίπτωση των Δεν Τουριστών» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολο της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολο τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακής Φοιτήτριας Ονοματεπώνυμο

...Μαρία-Κυριακή Ζούρα

✱ 

Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – Η ΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Ζούρα Μαρία-Κυριακή

Σημαντικοί Όροι: Τουρισμός, Ζήτηση, Εποχικότητα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία ζητούμενο είναι η διερεύνηση του προβλήματος της εποχικότητας της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό και η σημασία του για την ευρύτερη λειτουργία του κλάδου και κατεπέκταση του αποτυπώματος που αφήνει στην καθημερινότητα.

Για το λόγο αυτό η εργασία διακρίνεται στα παρακάτω 5 κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται το πρόβλημα της εποχικότητας στον Ελληνικό τουρισμό και επισυμαίνεται η σημασία του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται η βιβλιογραφική τεκμηρίωση της ανάγκης της μελέτης του προβλήματος της εποχικότητας της ζήτησης στον Ελληνικό τουρισμό.

Επίσης, πραγματοποιείται ανάπτυξη σε βάθος, προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι μορφές και οι τύποι της εποχικότητας να αναδυχθούν και να τεκμηριωθούν οι αιτίες καθώς και οι επιπτώσεις του φαινομένου αυτού ,προκειμένου να γίνει κατανοητός ο μηχανισμός εκδήλωσής του και να πραγματοποιηθεί προσπάθεια μέτρησης του φαινομένου της εποχικότητας.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η μεθοδολογία της έρευνας, με σκοπό να αναδείξει την οπτική του καταναλωτή των τουριστικών υπηρεσιών, σε επίπεδο ενχώριου τουρισμού, όσον αφορά στο πρόβλημα της εποχικότητας και να υποδείξει κατά το δυνατό κατευθύνσεις περιορισμού-αντιμετώπισης του συγκεκριμένου προβλήματος.

Αναφέρεται η χρονική περίοδος, το δείγματικό πλαίσιο και η συλλογή στοιχείων καθώς και οι περιορισμοί της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας με την ανάλυση των απαντήσεων των ερηματολογίων. Τα αποτελέσματα συνοδεύονται από αντίστοιχα γραφήματα για την καλύτερη απεικόνισή τους.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο αναλύονται τα συμπεράσματα της έρευνας, γίνεται προσπάθεια ερμηνείας των αποτελεσμάτων και διατυπώνονται προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Πίνακας 1: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό για την περίοδο 2010-2014....	11
Πίνακας 2: Προσωπικά ταξίδια ημεδαπών τουριστών με 4 ή περισσότερες διανυκτερεύσεις για την περίοδο 2011-2013.....	12
Πίνακας 3: Συνοπτικός πίνακας αιτιών της εποχικότητας	19
Πίνακας 4: Περιβαλλοντικές επιπτώσεις της εποχικότητας	22
Πίνακας 5: Στρατηγικές για τον περιορισμό της εποχικότητας	27

Κατάσταση Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Συνεισφορά του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν	10
Διάγραμμα 2: Μοτίβο εγχώριου τουρισμού ως παράδειγμα εποχικότητας μιας κορυφής.....	14
Διάγραμμα 3: Μοτίβο εγχώριου τουρισμού ως παράδειγμα εποχικότητας μιας κορυφής.....	16
Διάγραμμα 4: Γεωγραφική διασπορά της αναμενόμενης μέγιστης μέσης καλοκαιρινής θερμοκρασίας για τις περιόδους 2021-2050 (a) και 2071-2100 (b) σε σχέση με την περίοδο 1961-1990.....	18
Διάγραμμα 5: Παράγοντες ώθησης και έλξης (push και pull factors) της εποχικότητας.....	20
Διάγραμμα 6: Επιλογή «μέσου» κλεισίματος διακοπών.....	33
Διάγραμμα 7: Επιλογή σημείου - καταλύματος διαμονής κατά τις διακοπές.....	34
Διάγραμμα 8: Κριτήρια επιλογής καταλύματος	35
Διάγραμμα 9: Εξυπηρέτηση μιας έμφυτης ανθρώπινης ανάγκης μέσω του τουρισμού	36
Διάγραμμα 10: Το τουριστικό ταξίδι ως μια επιθυμία προς ικανοποίηση.....	37
Διάγραμμα 11: Το τουριστικό ταξίδι ως απόδραση από την καθημερινότητα	38
Διάγραμμα 12: Το τουριστικό ταξίδι ως ανταμοιβή.....	39
Διάγραμμα 13: Συμβολή του τουριστικού ταξιδιού στην ανάκτηση δυνάμεων	40
Διάγραμμα 14: Συμβολή του τουριστικού ταξιδιού στη διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων.....	41
Διάγραμμα 15: Κίνητρα επιλογής τουριστικού προορισμού	42
Διάγραμμα 16: Θετικά και αρνητικά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος	44
Διάγραμμα 17: Αιτίες του προβλήματος της εποχικότητας.....	45

Διάγραμμα 18: Θετικά και αρνητικά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος	46
Διάγραμμα 19: Κατευθύνσεις περιορισμού του προβλήματος της εποχικότητας..	47
Διάγραμμα 20: Αντίληψη συνέχισης του φαινομένου της εποχικότητας	48
Διάγραμμα 21: Αντίληψη σχετικά με το αναπόφευκτο του προβλήματος της εποχικότητας.....	48
Διάγραμμα 22: Εκνευρισμός σχετικά με το συνωστισμό κατά τις διακοπές.....	49
Διάγραμμα 23: Κατανομή δείγματος ως προς το φύλο	50
Διάγραμμα 24: Κατανομή δείγματος ως προς την ηλικία	50
Διάγραμμα 25: Κατανομή δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο.....	51
Διάγραμμα 26: Περίοδος διακοπών.....	52

Περιεχόμενα

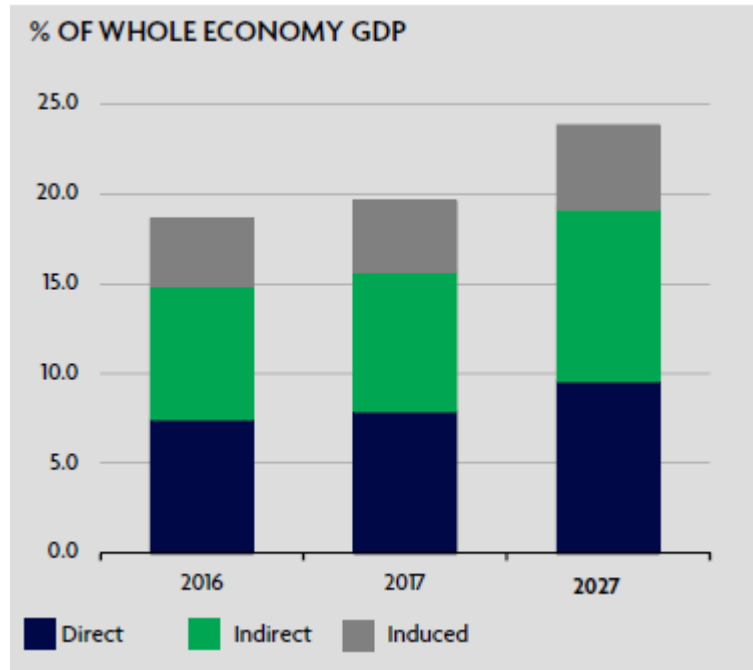
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
Κατάσταση Πινάκων	4
Κατάσταση Διαγραμμάτων	5
Κεφάλαιο 1:ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
1.1: Το πρόβλημα της εποχικότητας της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό και η σημασία του	9
1.2: Κύριοι στόχοι της εργασίας	12
1.3: Αναμενόμενα αποτελέσματα	13
1.4: Συνοπτική περιγραφή προσέγγισης του θέματος	13
Κεφάλαιο 2: ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	14
2.1: Βιβλιογραφική τεκμηρίωση της ανάγκης για τη μελέτη του προβλήματος της εποχικότητας της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό	14
2.2: Βιβλιογραφική τεκμηρίωση των θέσεων	16
2.2.1 Μορφές - τύποι της εποχικότητας.....	16
2.2.2 Αιτίες της εποχικότητας.....	17
2.2.3 Επιπτώσεις της εποχικότητας	20
2.2.4 Χρονική και χωρική διάσταση του φαινομένου	24
2.2.5 Μέτρηση του φαινομένου της εποχικότητας.....	24
2.2.6 Πολιτικές και στρατηγικές για τη διαχείριση του φαινομένου	25
Κεφάλαιο 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	31
3.1: Περιγραφή μεθοδολογίας έρευνας.....	31
3.2: Περιορισμοί έρευνας.....	32
Κεφάλαιο 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	33
Κεφάλαιο 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ	54
5.1: Παρουσίαση κυρίων συμπερασμάτων	54
5.2: Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	56
Βιβλιογραφία	57
Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο.....	62

Κεφάλαιο 1:ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1: Το πρόβλημα της εποχικότητας της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό και η σημασία του

Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί την εγχώρια «βαριά βιομηχανία», με το δυναμικό του να είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την εγχώρια οικονομία, πόσο μάλλον σε μια περίοδο όπως αυτή της τρέχουσας οικονομικής ύφεσης. Επομένως, κάθε πεδίο το οποίο μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά την απρόσκοπτη λειτουργία του τομέα του τουρισμού πρέπει να αποτελεί αντικείμενο ενδεδειγμένης μελέτης και έρευνας.

Αυτός ο χαρακτηρισμός της «βαριάς βιομηχανίας» δεν αποτελεί μια ευρύτερα διαχεόμενη αίσθηση αλλά επιβεβαιώνεται από στοιχεία επίσημων φορέων. Χαρακτηριστικό είναι το ακόλουθο διάγραμμα σχετικής πρόσφατης έκθεσης (World Travel and Tourism Council, 2017) στο οποίο παρουσιάζεται η ποσοστιαία συνεισφορά του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) (Gross Domestic Product – GDP). Αναλυτικότερα, συμπεριλαμβάνεται η άμεση (direct), η έμμεση (indirect) και η επαγόμενη (induced) συνεισφορά. Η άμεση (direct) συνεισφορά αντανακλά τα οικονομικά μεγέθη που σχετίζονται με τις τουριστικές υπηρεσίες που παρέχονται άμεσα στους επισκέπτες. Η έμμεση (indirect) συνεισφορά σχετίζεται με εκείνα τα οικονομικά μεγέθη τα οποία προκύπτουν από τις επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού. Τέλος, η επαγόμενη (induced) συνεισφορά αντικατοπτρίζει το οικονομικό κύκλο που σχετίζεται με το σύνολο των ατόμων τα οποία εργάζονται στον τομέα του τουρισμού.



Διάγραμμα 1: Συνεισφορά του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

Πηγή: (World Travel and Tourism Council, 2017, p. 3)

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη πως η συμβολή αυτή αγγίζει το 20% για το 2017, με σαφή μάλιστα αυξητική τάση για την επόμενη δεκαετία, γίνεται αντιληπτή η ευρύτερη σημασία του τουρισμού για την εγχώρια οικονομία.

Εντούτοις, ο τομέας παρουσιάζει αρκετές αδυναμίες, στα επίπεδα περιβάλλοντος, θεσμών, προσφοράς και ζήτησης. Στο τελευταίο πεδίο εντάσσεται και το πρόβλημα της εποχικότητας, σε συνδυασμό με άλλα μειονεκτήματα όπως το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν "Ήλιος - θάλασσα" και η υψηλή εξάρτηση της τουριστικής ζήτησης από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό που συνεπάγεται χαμηλή τουριστική δαπάνη.

Το πρόβλημα της εποχικότητας αφορά στη μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου (Μάιος - Σεπτέμβριος), στην οποία παρατηρούνται ιδιαίτερα αυξημένες αφίξεις σε σχέση με την υπόλοιπη περίοδο του έτους (Βαρώτσου, 2013, p. 13).

Ενδεικτικός είναι ο ακόλουθος πίνακας στον οποίο είναι εμφανής η διαφορά των αφίξεων μη κατοίκων από το εξωτερικό για την προαναφερόμενη περίοδο σε σχέση με τους υπόλοιπες μήνες του έτους, με αυτή τη διαφορά να παραμένει καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2010-2014, γεγονός που επιτρέπει στο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό να αποδοθεί μια μόνιμη ιδιότητα.

Πίνακας 1: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό για την περίοδο 2010-2014

Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2015, π. 5)

Τρίμηνο και μήνας	2010	2011	2012	2013	2014
Σύνολο	15.007.490	16.427.247	15.517.622	17.919.580	22.033.462
<i>A´ τρίμηνο</i>	<i>980.411</i>	<i>1.108.387</i>	<i>978.559</i>	<i>1.023.354</i>	<i>1.186.901</i>
Ιανουάριος	274.952	362.517	352.320	365.605	404.292
Φεβρουάριος	296.529	333.197	266.067	295.652	325.953
Μάρτιος	408.930	412.673	360.172	362.098	456.656
<i>B´ τρίμηνο</i>	<i>3.674.753</i>	<i>4.195.768</i>	<i>3.849.245</i>	<i>4.397.476</i>	<i>5.077.136</i>
Απρίλιος	563.415	669.391	625.838	557.496	727.963
Μάιος	1.247.893	1.342.966	1.179.714	1.467.134	1.651.703
Ιούνιος	1.863.445	2.183.411	2.043.693	2.372.846	2.697.470
<i>Γ´ τρίμηνο</i>	<i>8.238.133</i>	<i>8.925.699</i>	<i>8.655.186</i>	<i>10.113.077</i>	<i>12.722.924</i>
Ιούλιος	2.783.843	2.984.058	2.863.095	3.263.921	4.222.873
Αύγουστος	3.155.878	3.352.934	3.269.203	3.885.717	4.856.356
Σεπτέμβριος	2.298.412	2.588.707	2.522.888	2.963.439	3.643.695
<i>Δ´ τρίμηνο</i>	<i>2.114.193</i>	<i>2.197.393</i>	<i>2.034.632</i>	<i>2.385.673</i>	<i>3.046.501</i>
Οκτώβριος	1.316.460	1.428.961	1.310.986	1.547.626	1.840.599
Νοέμβριος	458.142	423.107	392.800	435.303	668.174
Δεκέμβριος	339.591	345.325	330.846	402.744	537.728

Ανάλογο φαινόμενο παρατηρείται όχι μόνο στον εισερχόμενο τουρισμό αλλά και στον εσωτερικό, όπως ενδεικτικά καταγράφεται από τον ακόλουθο πίνακα προσωπικών ταξιδιών ημεδαπών τουριστών με 4 ή περισσότερες διανυκτερεύσεις για την περίοδο 2011-2013.

Πίνακας 2: Προσωπικά ταξίδια ημεδαπών τουριστών με 4 ή περισσότερες διανυκτερεύσεις για την περίοδο 2011-2013

Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2015, π. 13)

Μήνας	2011			2012			2013		
	Σύνολο	Εσωτερικού	Εξωτερικού	Σύνολο	Εσωτερικού	Εξωτερικού	Σύνολο	Εσωτερικού	Εξωτερικού
ΙΑΝ	176	136	40	103	80	23	71	50	21
ΦΕΒ	76	63	13	65	48	17	52	38	13
ΜΑΡ	198	146	52	66	48	19	63	51	11
ΑΠΡ	721	668	53	410	373	37	232	188	44
ΜΑΪ	164	125	39	151	128	23	258	220	39
ΙΟΥΝ	373	324	49	229	206	23	225	194	31
ΙΟΥΛ	1.147	1.070	77	853	788	65	820	757	63
ΑΥΓ	1.730	1.650	80	1.561	1.448	113	1.455	1.329	126
ΣΕΠ	216	197	19	168	139	29	146	108	37
ΟΚΤ	173	138	34	100	82	18	119	87	32
ΝΟΕ	150	114	36	89	59	30	71	49	22
ΔΕΚ	357	278	79	233	200	34	228	187	41

Στα πλαίσια της αναγνώρισης λοιπόν της σημασίας αλλά και του μεγέθους του συγκεκριμένου προβλήματος, ζητούμενο της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση του προβλήματος της εποχικότητας της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό και η σημασία του για την ευρύτερη λειτουργία του κλάδου και επομένως του αποτυπώματος που αφήνει στην καθημερινότητα.

1.2: Κύριοι στόχοι της εργασίας

Ο πρώτος στόχος της εργασίας είναι να αναδειχθεί και να τεκμηριωθεί το πρόβλημα της εποχικότητας στον ελληνικό τουρισμό. Ακολουθως, ο δεύτερος στόχος είναι να γίνει κατανοητός ο μηχανισμός εκδήλωσης του συγκεκριμένου προβλήματος και να διερευνηθεί το δυναμικό επίλυσής του.

1.3: Αναμενόμενα αποτελέσματα

Από την παρούσα εργασία αναμένεται να γίνει αντιληπτό το μέγεθος του προβλήματος της εποχικότητας και το κατά πόσο το συγκεκριμένο πρόβλημα μπορεί να αποτελέσει μια ευκαιρία περαιτέρω ανάπτυξης του κλάδου του τουρισμού με ότι και αν συνεπάγεται αυτό για την εγχώρια οικονομία.

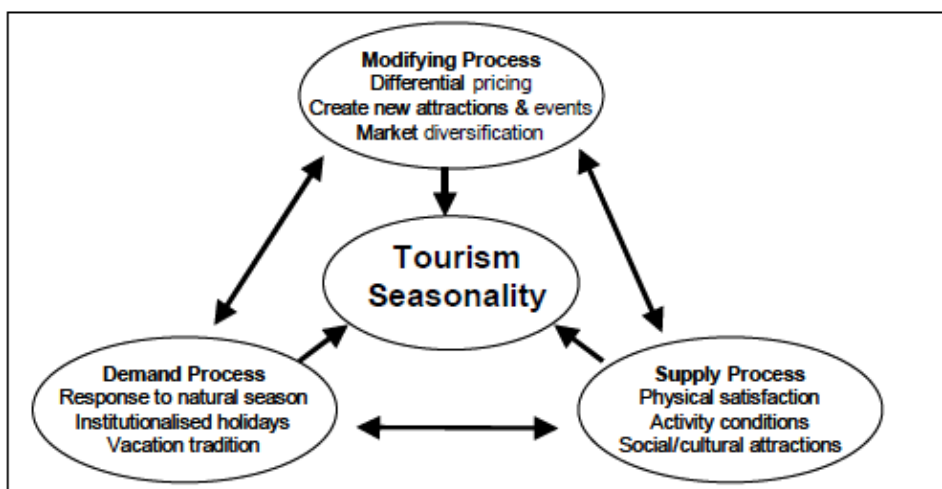
1.4: Συνοπτική περιγραφή προσέγγισης του θέματος

Για την προσέγγιση του συγκεκριμένου θέματος, σε πρώτη φάση θα γίνει βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με την τεκμηρίωση του προβλήματος και των υφιστάμενων θέσεων ως προς τη φύση και την αντιμετώπισή του. Σε δεύτερη φάση, θα γίνει σχετική πρωτογενής έρευνα για την αντίληψη του προβλήματος υπό το πρίσμα του καταναλωτή των αντίστοιχων υπηρεσιών (εσωτερικός τουρισμός) μέσω ερωτηματολογίου. Τέλος, τα ευρήματα της έρευνας συγκρίνονται με τα αντίστοιχα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και συνάγονται τα σχετικά συμπεράσματα.

Κεφάλαιο 2: ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1: Βιβλιογραφική τεκμηρίωση της ανάγκης για τη μελέτη του προβλήματος της εποχικότητας της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό

Η εποχικότητα ορίζεται ως μια «χρονική ανισορροπία στο φαινόμενο του τουρισμού, η οποία εκφράζεται μέσω στοιχείων και μεγεθών όπως ο αριθμός και τα έξοδα των επισκεπτών, το κυκλοφοριακό φορτίο, η απασχόληση και οι επισκέψεις σε αξιοθέατα» (Butler, 1994). Ο Allcock (1989) επέμεινε στη σημαντικότερη παράμετρο της έννοιας, τη συγκέντρωση δηλαδή της τουριστικής ροής σε σύντομα χρονικά διαστήματα του έτους. Στην ίδια επίσης μελέτη η εποχικότητα προσεγγίζεται ως ένα φυσιολογικό και ταυτόχρονα αναπόφευκτο χαρακτηριστικό του τουρισμού. Σύμφωνα με τον Moore (1989, p.49) ορίζεται ως «κίνηση στον άξονα του χρόνου η οποία λαμβάνει χώρα συγκεκριμένη περίοδο κάθε έτους». Ο Hylleberg (1992, p.4) εντάσσει στον ορισμό και την αιτιολογία του φαινομένου, ορίζοντάς την ως τη «συστηματική ενδο-ετήσια κίνηση που προκαλείται από καιρικές και ημερολογιακές αλλαγές, καθώς και αλλαγές στο χρόνο και στο είδος των αποφάσεων οι οποίες επηρεάζονται από τις προσφορές, τις προσδοκίες και τις προτιμήσεις των παραγωγών και των καταναλωτών» (Cannas, 2010, p. 41). Ο μηχανισμός της εποχικότητας περιγράφεται στο διάγραμμα που ακολουθεί. Όπως μπορεί να παρατηρηθεί, διακρίνονται τρεις ξεχωριστές μα αλληλεπιδρώσες διαδικασίες, αυτές της ζήτησης, της προσφοράς και της διαμόρφωσής της.



Διάγραμμα 2: Μοτίβο εγχώριου τουρισμού ως παράδειγμα εποχικότητας μιας κορυφής

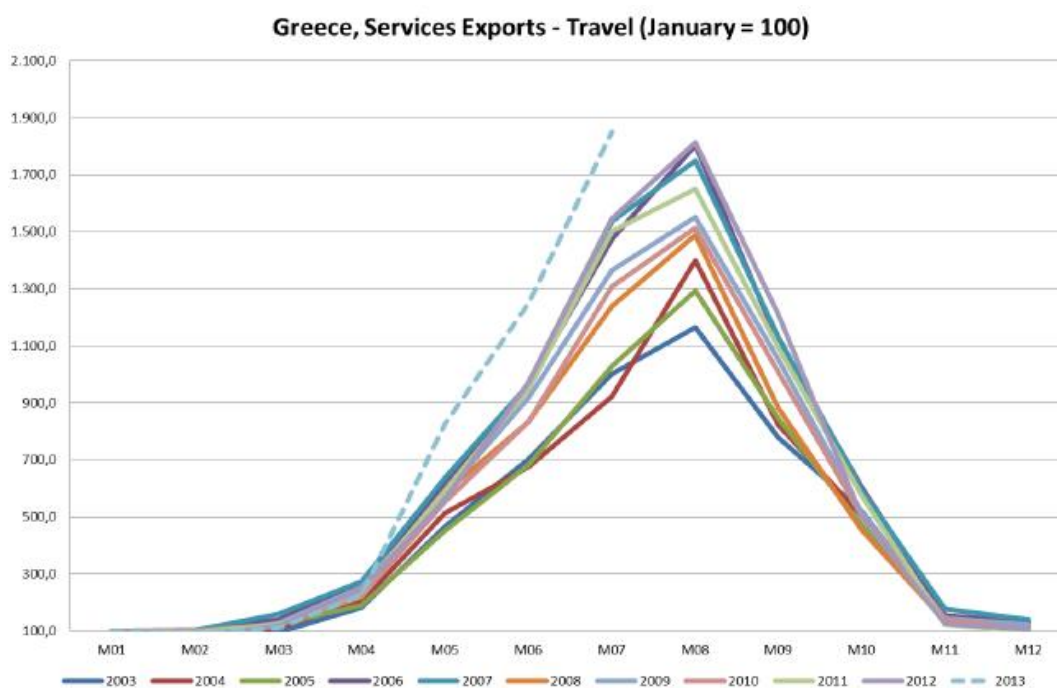
Πηγή: (Koenig-Lewis and Bischoff, 2005, p. 7)

Η εποχικότητα αποτελεί ένα φαινόμενο το οποίο έχει λάβει ιδιαίτερη προσοχή στη σχετική βιβλιογραφική έρευνα, με το ενδιαφέρον αυτό να παραμένει (Butler, 1998) και με ζητούμενο τη σε βάθος ανάλυση του ζητήματος (Baum and Lundtorp, 2001). Υπό οικονομικό πρίσμα, η εποχικότητα κατά τον Hirschey (1993) αντιπροσωπεύει ένα «ρυθμικό ετήσιο μοτίβο» ("rhythmic annual pattern") συγκεκριμένων μετρούμενων δεικτών όπως οι πωλήσεις, η κατανάλωση και η κερδοφορία, ως ένα υποσύνολο μιας ευρύτερης διακύμανσης της οικονομίας (Frechtling, 2001). Σε επίπεδο στατιστικής, η εποχικότητα διακρίνεται από τυχαίες διακυμάνσεις στην οικονομική απόδοση οι οποίες οφείλονται σε άλλες αιτίες όπως φυσικές καταστροφές, πόλεμοι, επιδημίες και πολιτική αστάθεια (Bar On, 1976). Ο τουρισμός δεν αποτελεί τη μόνη οικονομική δραστηριότητα με παροδική διαφοροποίηση, με εποχικές, κυκλικές και περιοδικές αλλαγές να είναι ενδημικές στις διαδικασίες της παραγωγής και της κατανάλωσης σε ένα μεγάλο εύρος οικονομικών δραστηριοτήτων όπως η γεωργία και οι κατασκευές (Bar On, 1976). Η εποχικότητα αποτελεί ένα κρίσιμο πρόβλημα για την τουριστική βιομηχανία, είναι υπεύθυνη δε για πλήθος προβλημάτων όπως η πρόσβαση σε κεφάλαια, η διατήρηση του προσωπικού, η αξιοποίηση των υποδομών, η χαμηλή απόδοση των επενδύσεων κ.α. Αυτά τα προβλήματα εμποδίζουν πολλές φορές το να γίνει ο τουρισμός μια βιώσιμη οικονομική δραστηριότητα σε πολλές περιοχές. Η αναγνώρισή τους έχει οδηγήσει σε αντίστοιχες προσπάθειες περιορισμού της εποχικότητας τόσο από το δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα. Στη σχετική βιβλιογραφία η εποχικότητα προσεγγίζεται περισσότερο ως ένα αρνητικό χαρακτηριστικό του τουρισμού, παρά ως μια θετική πτυχή του. Έτσι, προσεγγίζεται ως ένα πρόβλημα το οποίο πρέπει να ξεπεραστεί μέσω της υιοθέτησης συγκεκριμένων πολιτικών και διαδικασιών (Butler, 1998). Υφίστανται ωστόσο και διαφορετικές απόψεις. Για παράδειγμα ο Flognfeldt (2001) θεωρεί πως σε συγκεκριμένες συνθήκες η εποχικότητα μπορεί να αποτελέσει πεδίο ευκαιριών για άλλα πεδία τουριστικής δραστηριότητας, όπως για παράδειγμα στις αγροτικές περιοχές (Cannas, 2010, p. 42).

2.2: Βιβλιογραφική τεκμηρίωση των θέσεων

2.2.1 Μορφές - τύποι της εποχικότητας

Σε σχετική μελέτη (Butler, 1998) ταυτοποιούνται τρία βασικά μοτίβα εποχικότητας: μίας, δύο και καμίας κορυφής. Η πρώτη κατηγορία λαμβάνει χώρα όταν αυξημένη εποχικότητα παρατηρείται για μια συγκεκριμένη περίοδο του έτους όπως για παράδειγμα το καλοκαίρι για τους περισσότερους μεσογειακούς προορισμούς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της συγκεκριμένης κατηγορίας είναι η περίπτωση του εγχώριου τουρισμού, όπως αποτυπώνεται στο διάγραμμα που ακολουθεί.



Διάγραμμα 3: Μοτίβο εγχώριου τουρισμού ως παράδειγμα εποχικότητας μιας κορυφής

Πηγή: (Butler, 2015, p. 3)

Η δεύτερη κατηγορία (των δύο κορυφών) αφορά αντίστοιχα την ύπαρξη δύο διαφορετικών περιόδων εποχικότητας (Baum and Lundtorp, 2001, p. 8), όπως για παράδειγμα η Καραϊβική η οποία ως τουριστικός προορισμός παρουσιάζει μια κορυφή χειμερινής ζήτησης από Καυκάσιους πληθυσμούς και μια κορυφή καλοκαιρινής ζήτησης που σχετίζεται με τον απόδημο πληθυσμό. Τέλος, η τρίτη κατηγορία αφορά προορισμούς που παρουσιάζουν κίνηση καθ'όλη τη διάρκεια του έτους από διαφορετικούς πληθυσμούς (Page and Connell, 2006, p. 49).

Ακόμα ένα μοτίβο αναφέρεται από τους Candela and Figini (2012, p. 221) το οποίο περιγράφει μια μικρή κορυφή η οποία υφίσταται ανάμεσα στην υψηλή και στη χαμηλή ζήτηση, ενώ στην ίδια μελέτη επισημαίνεται η σύνδεση διαφορετικής εποχικότητας και διαφορετικών κατηγοριών τουρισμού (για παράδειγμα ο ορεινός τουρισμός παρουσιάζει δύο περιόδους ζήτησης, κάτι που δε συμβαίνει στην περίπτωση του πολιτιστικού τουρισμού (Kesidou, 2016, p. 10).

2.2.2 Αιτίες της εποχικότητας

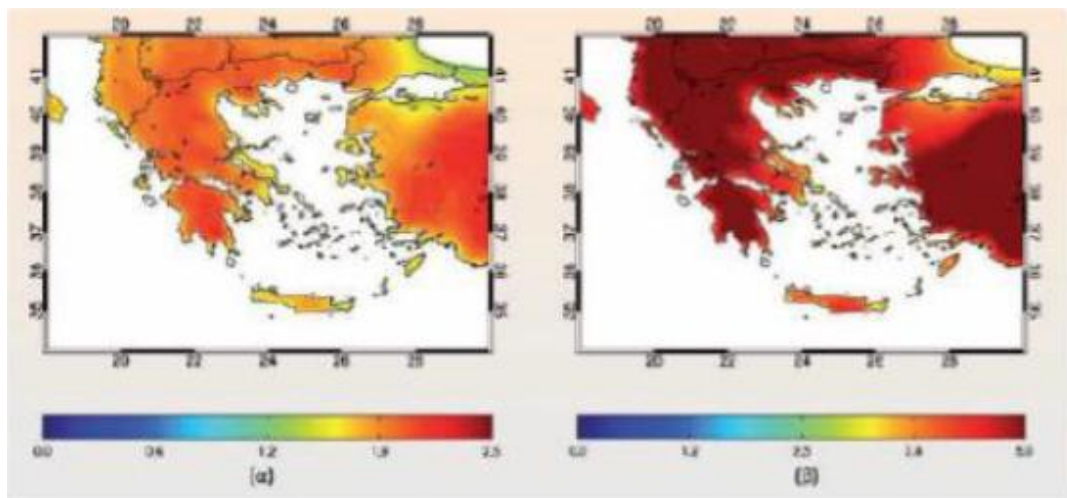
Η κατανόηση της αιτιολογίας της εποχικότητας είναι ιδιαίτερα σημαντική προκειμένου να σχεδιαστούν και εφαρμοστούν στρατηγικές αντιμετώπισής της. Μάλιστα, η κατανόηση αυτή θα πρέπει να υφίσταται τόσο από τη μεριά του προορισμού (παροχή τουριστικών υπηρεσιών) όσο και από αυτή της προέλευσης (ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών).

Από τη σχετική προσέγγιση των αιτιών του φαινομένου, προκύπτει πως υφίστανται αίτια διαφορετικής φύσεως. Έχουν καταγραφεί μέχρι σήμερα διάφορες προσπάθειες κατηγοριοποίησης των αιτιών της εποχικότητας, είτε σε επίπεδο μελετών (Bar On, 1976; Mourdoukoutas, 1988, pp. 315–329; Butler, 1998), είτε σε επίπεδο μετα-αναλύσεων (Koenig-Lewis and Bischoff, 2005, pp. 201–219; Goulding, 2006). Ο Hylleberg (1992) ομαδοποίησε τις αιτίες σε τρεις διαφορετικές ομάδες, τις καιρικές (π.χ. υψηλές θερμοκρασίες), τις ημερολογιακές (π.χ. θρησκευτικές εορτές) και τις χρονικές (π.χ. σχολικές διακοπές). Από τα αίτια αυτών των ομάδων, άλλα είναι σταθερά για μεγάλες χρονικές περιόδους, άλλα παρουσιάζουν διακυμάνσεις σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα ενώ άλλα είναι απρόβλεπτα συνεχώς (Cannas, 2010, pp. 42–43).

Συνολικά τα αίτια μπορούν να συνδεθούν με δύο κύριες κατηγορίες παραγόντων, τους φυσικούς και τους θεσμοθετημένους (χρησιμοποιούνται οι όροι *natural* και *institutional* αντίστοιχα) (Bar On, 1976; Hartmann, 1986). Στην πρώτη κατηγορία εντάσσονται παράγοντες όπως οι κλιματικές αλλαγές κατά τη διάρκεια του έτους, οι διαφοροποιήσεις στην ηλιοφάνεια και στη θερμοκρασία, με τη σταθερότητα αυτών των συνθηκών να συνεπάγεται και ανάλογη δυσκολία στην αντιμετώπιση του προβλήματος της εποχικότητας που δημιουργούν. Ο ρόλος αυτών των παραγόντων ενισχύεται σε περιοχές – προορισμούς που βασίζονται σε εξωτερικές τουριστικές δραστηριότητες (π.χ. παράκτιες περιοχές). Αν και θα περίμενε κανείς τη σταθερότητα αυτών των παραγόντων, υφίσταται σημαντική αδυναμία ακριβούς τους πρόβλεψης, με την αδυναμία αυτή να ενισχύεται εξαιτίας της υφιστάμενης

κλιματικής αλλαγής (Agnew, 2001, pp. 37–60). Κλιματικές μεταβολές και φαινόμενα που αυτές συνεπάγονται μπορούν να συνδεθούν με διάφορες οικονομικές επαγόμενες για τον τουρισμό διαδικασίες, όπως πιθανή απόκλιση στον αριθμό των τουριστικών αφίξεων, πιθανή απόκλιση στη μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών, μείωση του διαθέσιμου στον τουρισμό εισοδήματος εξαιτίας αντίστοιχης πτώσης του ΑΕΠ, αύξηση του παρεχόμενου στους τουρίστες κόστους υπηρεσιών, περιπτώσεις ευκαιριακού κόστους και κέρδους αλλά και πραγματοποίηση έργων για τη μείωση της μόλυνσης και των εκπομπών αερίου (Kesidou, 2016, p. 18).

Ειδικότερα στην περίπτωση της Ελλάδας, η κλιματική αλλαγή και οι υψηλές θερμοκρασίες κατά την περίοδο του καλοκαιριού έχουν διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο, ο οποίος αναμένεται να γίνει σημαντικότερος της επόμενες δεκαετίες. Χαρακτηριστικό είναι το διάγραμμα που ακολουθεί και απεικονίζει τη γεωγραφική διασπορά της αναμενόμενης μέγιστης μέσης καλοκαιρινής θερμοκρασίας για τις περιόδους 2021-2050 (a) και 2071-2100 (b) σε σχέση με την περίοδο 1961-1990.



Διάγραμμα 4: Γεωγραφική διασπορά της αναμενόμενης μέγιστης μέσης καλοκαιρινής θερμοκρασίας για τις περιόδους 2021-2050 (a) και 2071-2100 (b) σε σχέση με την περίοδο 1961-1990

Πηγή: (Kesidou, 2016, p. 20)

Ο όρος «θεσμιοθετημένη εποχικότητα» ("institutionalised seasonality") αφορά στις παραδοσιακές και παροδικές διαφοροποιήσεις οι οποίες οφείλονται στις ανθρώπινες δράσεις και πολιτικές που συχνά κατοχυρώνονται νομικά (Butler,

1998). Οι δημόσιες αργίες αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα της κατηγορίας και βασίζονται σε ένα συνδυασμό θρησκευτικών, πολιτιστικών, κοινωνικών και πολιτικών χαρακτηριστικών. Στην ίδια κατηγορία εντάσσονται οι σχολικές διακοπές και οι άδειες εργασίας (ειδικά όταν αφορά διακοπή εργασιών συγκεκριμένων κλάδων που συνηθίζεται την περίοδο του καλοκαιριού).

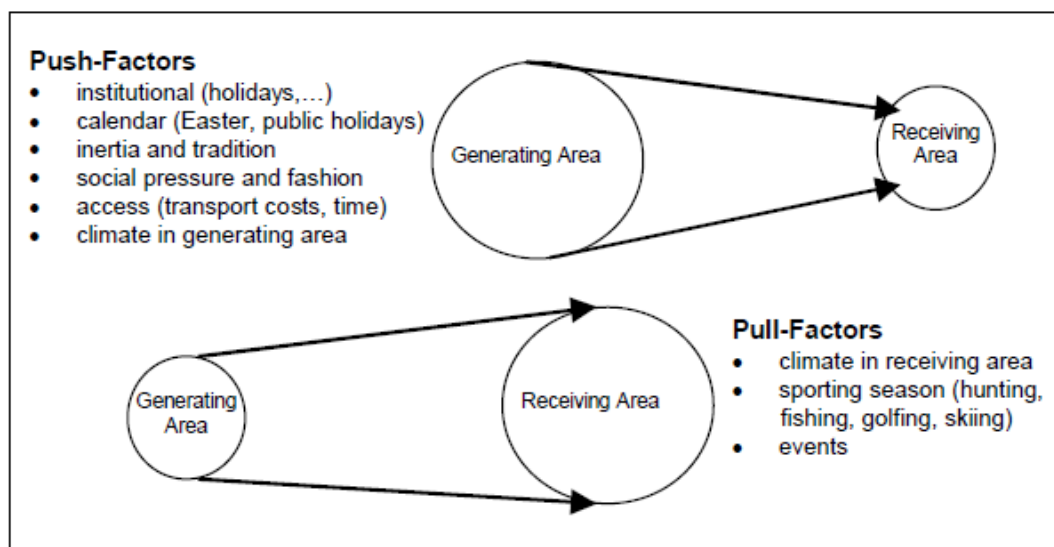
Όσον αφορά στην κοινωνική διάσταση του ζητήματος, η εποχικότητα συνδέεται με τις ανθρώπινες συνήθειες και τις κοινωνικές τάσεις – συναναστροφές, υπό την έννοια ότι ασκείται μια μορφή «πίεσης» για συμμετοχή σε συγκεκριμένες δραστηριότητες σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους. Επίσης, σε κοινωνικό επίπεδο γίνεται και η αναφορά στην τάση συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων να έχουν υποδιαιρέσει τη ζωή τους σε συγκεκριμένες περιόδους κατ' αντιστοιχία με τις δράσεις που πραγματοποιούν κάθε φορά, μέρος των οποίων αποτελεί και ο τουρισμός. Αυτή η τάση αφορά περισσότερο κοινωνικά στρώματα υψηλότερου εισοδήματος με χαρακτηριστικό παράδειγμα την επιλογή χειμερινών διακοπών σε αντίστοιχα θέρετρα, ή ακόμα και σε ευρύτερο κοινωνικό επίπεδο την εποχή του κυνηγιού. Επισημαίνεται επίσης η δύναμη της συνήθειας και της αδρανειακής δράσης με τους τουρίστες να συνεχίζουν να κάνουν διακοπές σε περιόδους αιχμής από πλευράς τουριστικής κίνησης, απλά επειδή «έτσι κάνουν πάντα» (Cannas, 2010, pp. 42–43).

Πίνακας 3: Συνοπτικός πίνακας αιτιών της εποχικότητας

Πηγή: (Kesidou, 2016, pp. 10–11)

<i>Φυσικά αίτια</i>	<i>Θεσμοθετημένα αίτια</i>
Θερμοκρασία	Διακοπές (θρησκευτικές, εθνικές, δημόσιες, σχολικές, εργασίας)
Βροχοπτώσεις, Χιονοπτώσεις	Οικονομία – Κόστη Υπηρεσιών
Ωρες ηλιοφάνειας	Κρατικές πολιτικές μεταφορών (ασφάλεια, έλεγχος τουριστικής ροής)
Γεωγραφικά χαρακτηριστικά προορισμού	Τουριστικές τάσεις
Ακραία καιρικά φαινόμενα (καταιγίδες, σεισμοί, πλημμύρες)	Κρατική τουριστική πολιτική (προώθηση, διαθεσιμότητα, αναπτυξιακή χρηματοδότηση)

Υπό το πρίσμα της επιθυμίας για την πραγματοποίηση ενός τουριστικού ταξιδιού και της επίδρασης των παραγόντων στον τόπο αναχώρησης ή προορισμού, στο διάγραμμα που ακολουθεί γίνεται μια συνοπτική κατηγοριοποίηση σχετικά με τους παράγοντες που ωθούν τη συγκεκριμένη επιθυμία (push και pull factors αντίστοιχα).



Διάγραμμα 5: Παράγοντες ώθησης και έλξης (push και pull factors) της εποχικότητας

Πηγή: (Koenig-Lewis and Bischoff, 2005, p. 6)

2.2.3 Επιπτώσεις της εποχικότητας

Οι επιπτώσεις της εποχικότητας έχουν ενισχυθεί σημαντικά εξαιτίας του φαινομένου του μαζικού τουρισμού, ως φυσικό επακόλουθο της αύξησης του αριθμού και του μεγέθους των τουριστικών επιχειρήσεων και της επαγόμενης μείωσης της ικανότητάς τους να προσαρμοστούν σε ενδεχόμενες αλλαγές (Yan and Wall, 2003, pp. 191–205). Για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων θα πρέπει να αντισταθμιστούν οι διακυμάνσεις στη συστηματική ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών. Σε άμεσο επίπεδο και από την πλευρά των παρεχόμενων υπηρεσιών, η εποχικότητα συνεπάγεται χαμηλότερη ποιότητα εξυπηρέτησης. Από την άλλη πλευρά, η εποχικότητα μπορεί να προσφέρει πλεονεκτήματα από οικολογική και κοινωνικο – πολιτιστική προοπτική, αφού συνεπάγεται την ύπαρξη περιόδων

ανάκαμψης σε σχέση με το φορτίο των περιόδων αιχμής (Butler, 1998), με την προοπτική αυτή να επισημαίνεται και από τον Hartmann (1986), ως πεδίο που χρήζει περαιτέρω έρευνας σχετικά με το ζήτημα της εποχικότητας, το οποίο δεν πρέπει να προσεγγιστεί μόνο από την οικονομική του πλευρά.

Οι επιδράσεις της εποχικότητας μπορούν να υποδιαιρεθούν σε τρεις βασικές κατηγορίες: οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικο – πολιτιστικές και οικολογικές (Cannas, 2010, pp. 45–47).

Στις οικονομικές επιδράσεις εντάσσονται προβλήματα που αφορούν την περίοδο χωρίς τουριστικό φορτίο και σχετίζονται με την απώλεια κέρδους εξαιτίας μη επαρκούς χρήσης πόρων και υποδομών (Williams and Shaw, 1991). Επισημαίνεται ότι η υπερ-αξιοποίηση των πόρων για το χρονικό διάστημα αιχμής σε πολλές περιπτώσεις δεν επαρκεί για τη βιωσιμότητα των τουριστικών επιχειρήσεων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, με αποτέλεσμα να απαιτούνται δημόσιες επενδύσεις – επιχορηγήσεις (λαμβάνοντας μάλιστα υπόψη την απουσία πρόθεσης ιδιωτικών επενδύσεων στις συγκεκριμένες περιπτώσεις) (Mathieson and Wall, 1982). Στο πεδίο των καταλυμάτων, οι εποχικές διακυμάνσεις μπορεί να προκαλέσουν έλλειψη δωματίων στην περίοδο αιχμής και υπο-αξιοποίηση των υποδομών στην υπόλοιπη περίοδο του έτους. Η εποχικότητα έχει σημαντική επίσης επίδραση στον τομέα της απασχόλησης (Flognfeldt, 2001, pp. 109–117). Βασικό πρόβλημα αποτελεί η πρόσληψη και η διατήρηση προσωπικού πλήρους απασχόλησης (Yacoumis, 1980) και κατ' επέκταση η διατήρηση υψηλής ποιότητας του τουριστικού προϊόντος. Υφίσταται και η προοπτική της θετικής οικονομικής επίπτωσης της εποχικότητας, η οποία σχετίζεται με την προσφορά ευκαιριακής απασχόλησης σε κοινωνικές ομάδες που αποζητούν μόνο τέτοιου είδους απασχόληση (π.χ. φοιτητές, καλλιτέχνες κ.α.) ή με την αναβάθμιση της ίδιας της δραστηριότητας σε εξειδικευμένα πεδία όπως για παράδειγμα μπορεί να συμβεί με τον αγροτουρισμό (Mill and Morrison, 1992).

Οι κοινωνικο – πολιτιστικές επιδράσεις της εποχικότητας με τη σειρά τους μπορούν να διαχωριστούν σε εκείνες που αφορούν την κοινωνία του τουριστικού προορισμού και σε εκείνες που αφορούν τους ίδιους τους τουρίστες. Στην πρώτη περίπτωση, οι ντόπιοι μπορεί σε περιόδους αιχμής να βιώνουν προβλήματα που έχουν να κάνουν με την αυξημένη κίνηση στους δρόμους, την πρόσβαση σε υπηρεσίες, το αυξημένο κόστος αγαθών και υπηρεσιών (με επακόλουθο τη μείωση στην ποιότητα ζωής) (Commission of the European Communities, 1993). Έχει επίσης επισημανθεί και ενδεχόμενο αύξησης της εγκληματικότητας κατά τις περιόδους αιχμής (Mathieson and Wall, 1982), ενώ προκειμένου να εξασφαλιστεί η κατά το δυνατό καλύτερη διαχείριση του αυξημένου τουριστικού φορτίου και της

«επιβάρυνσης» που προκαλεί, θα πρέπει κατά τις συγκεκριμένες περιόδους να υφίσταται ενίσχυση των υποδομών σε διάφορους τομείς (υγεία, υγιεινή, αστυνόμευση, στάθμευση κ.α.). Η συγκεκριμένη ενίσχυση είναι αναγκαία αν ληφθεί υπόψη ότι οι υφιστάμενες κάθε φορά υποδομές έχουν υπολογιστεί με βάση την τοπική κοινωνία και χρηματοδοτούνται έμμεσα από τη φορολόγησή της. Σημαντικό είναι αυτού του είδους οι αρνητικές επιδράσεις να μην «στιγματίσουν» αρνητικά την τουριστική δραστηριότητα και διαμορφώσουν ανάλογα αρνητική στάση της τοπικής κοινωνίας ή ακόμα και να την προκαταβάλουν (Manning and Powers, 1984, pp. 25–31). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει από κοινωνιολογική – ανθρωπολογική άποψη η μελέτη της σχέσης ντόπιου – επισκέπτη, με την αλληλεπίδραση που καθορίζει τη συγκεκριμένη σχέση να περιγράφεται κατά τον Doxey (1975) από τον δείκτη «ενόχλησης» ("Irritation Index"). Ο συγκεκριμένος δείκτης «αποτυπώνει» καταστάσεις οι οποίες ξεκινούν από την ευφορία, μπορεί να εξελιχθούν σε απάθεια ή εκνευρισμό και φτάνουν μέχρι τον ανταγωνισμό, ως το τελικό και ζημιογόνο και για τις δύο πλευρές στάδιο. Μια άλλη ανάλυση κοινωνικής συμπεριφοράς από τον Butler (1975) θεωρεί πως η συμπεριφορά της κοινότητας μπορεί να είναι θετική ή αρνητική, ενεργητική ή παθητική, ή ένας συνδυασμός όλων αυτών. Σε κάθε περίπτωση, η σχέση ντόπιου – επισκέπτη εξαρτάται κάθε φορά από πλήθος παραγόντων. Στις θετικές επιδράσεις της εποχικότητας ως προς την τοπική κοινωνία συμπεριλαμβάνεται το γεγονός ότι η περίοδος χωρίς φορτίο επιτρέπει την ομαλοποίηση - ανάκαμψη της κατάστασης και τη διατήρηση του παραδοσιακού τοπικού μοτίβου, το οποίο αλλοιώνεται – διακόπτεται κατά τις περιόδους αιχμής.

Οι οικολογικές επιπτώσεις έχουν άμεση σχέση με τις αρνητικές επιδράσεις που υφίστανται εξαιτίας της μεγάλης συγκέντρωσης επισκεπτών στους τόπους προορισμού. Σε αυτές τις επιδράσεις συμπεριλαμβάνονται η φυσική διάβρωση, η διαταραχή της χλωρίδας και της πανίδας και η ευρύτερη επιβάρυνση του οικολογικού δυναμικού του τόπου προορισμού. Εντούτοις, δε σημαίνει ότι η ισοκατανομή του τουριστικού φορτίου καθόλη τη διάρκεια του έτους θα έχει μικρότερη οικολογική επιβάρυνση συγκριτικά με την κατάσταση εποχικότητας (Hartmann, 1986; Butler, 1998). Στον πίνακα που ακολουθεί γίνεται μια συνοπτική αναφορά των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της εποχικότητας.

Πίνακας 4: Περιβαλλοντικές επιπτώσεις της εποχικότητας

Πηγή: (Kesidou, 2016, pp. 13–14)

<i>Πεδίο επίπτωσης</i>	<i>Αρνητική επίπτωση</i>	<i>Θετική επίπτωση</i>
Βιοποικιλότητα	Διακοπή της διαδικασίας αναπαραγωγής	Ενθάρρυνση της διατήρησης των ζώων ως τουριστική παράμετρο
	Διαταραχή της διαδικασίας διατροφής, της βλάστησης και των μοτίβων μετανάστευσης	Εδραίωση προστατευμένων περιοχών
	Απώλεια ζώων λόγω ψυχαγωγίας (π.χ. κυνήγι) ή συλλογή αναμνηστικών	
	Απώλεια της φυσικής κατοικίας των ζώων	
	Αλλαγές στη σύνθεση των ειδών	
Διάβρωση και φυσική καταστροφή	Μόλυνση του υδροφόρου ορίζοντα	Εφαρμογή προγραμμάτων καθαρισμού για τη διατήρηση της ελκυστικότητας των προορισμών
	Μόλυνση του αέρα	
	Αύξηση των επιπέδων θορύβου	
Φυσικοί πόροι	Μείωση των επιπέδων νερού, των διαθέσιμων καυσίμων και των διαθέσιμων υλικών	Ανάπτυξη διαδικασιών βελτίωσης των διαθέσιμων πηγών
Οπτική/Δομική αλλαγή	Μεταφορά εκτάσεων σε τουριστικές αντι για αγροτικές δραστηριότητες	Εισαγωγή νέων αρχιτεκτονικών στυλ
	Αλλοίωση του οπτικού πεδίου εξαιτίας μη ελεγχόμενης τουριστικής ανάπτυξης	Αξιοποίηση εγκαταλελειμμένων κτιρίων
	Επέκταση των δομημένων περιοχών	

2.2.4 Χρονική και χωρική διάσταση του φαινομένου

Η εποχικότητα είναι ένα φαινόμενο το οποίο διαθέτει τόσο χωρική όσο και χρονική διάσταση. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι παρατηρούνται διαφοροποιήσεις ακόμα και για την ίδια χώρα προορισμού μεταξύ αστικών ή αποκεντρωμένων τουριστικών θέσεων σε διαφορετικά σημεία της περιόδου, με τις διαφοροποιήσεις αυτές να είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την τελική απόδοση της διαδικασίας. Το ζητούμενο είναι να κατανοηθούν οι εκάστοτε διαφοροποιήσεις και να χαραχθεί η κατάλληλη στρατηγική προκειμένου να διαμορφωθούν κατά το επιθυμητό οι διαστάσεις αυτές και να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά η πρόκληση των σύντομων κύκλων λειτουργίας και των εποχικών διακυμάνσεων (Butler, 2015). Οι στρατηγικές αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν διάφορα γεγονότα, εκδηλώσεις, φεστιβάλ, διαποίκιση της αγοράς, των προϊόντων και των υπηρεσιών. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει και ο συσχετισμός αυτών των διαστάσεων. Ενδεικτικά, οι Butler and Mao (1997) αναφέρουν πως η αιχμή της εποχικότητας αυξάνει ανάλογα με τη γεωγραφική απομάκρυνση από τον «πυρήνα» της τουριστικής κίνησης σε αστικές και παράκτιες περιοχές, επισημαίνοντας όμως τη σημασία της μεθοδολογίας μέτρησης που χρησιμοποιείται κάθε φορά (Murphy, 1997) (Cannas, 2010, pp. 47–48).

2.2.5 Μέτρηση του φαινομένου της εποχικότητας

Η δυνατότητα ποσοτικοποίησης της εποχικότητας και η μέτρηση συσχετιζόμενων με αυτή χαρακτηριστικών αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη διαχείριση – αντιμετώπισή της. Η πλειονότητα των σχετικών μελετών αφορούν το διεθνή τουρισμό (Cannas, 2010, pp. 48–49). Σε παλαιότερη μελέτη (Bar On, 1976), αναλύθηκε το μοτίβο των τουριστικών αφίξεων στα σύνορα 16 διαφορετικών χωρών σε ένα χρονικό πλαίσιο 17 ετών. Εκτιμήθηκαν οι παράγοντες της εποχικότητας μέσω της μηνιαίας μέσης τιμής και άλλων στατιστικών μέτρων όπως το εύρος της εποχικότητας (διαφορά υψηλότερης και χαμηλότερης τιμής αντίστοιχων δεικτών), η αναλογία της εποχικότητας (λόγος υψηλότερης και χαμηλότερης τιμής) και η τιμή κορυφής (υψηλότερη τιμή αντίστοιχων δεικτών). Αντίστοιχες προσεγγίσεις έγιναν και από τους (Sutcliffe and Sinclair, 1980, pp. 429–441; Yacoumis, 1980, pp. 84–98). Σε άλλες μελέτες (Donatos and Zairis, 1991, pp. 515–519) για τον υπολογισμό των δεικτών της εποχικότητας

συνυπολογίστηκε η παράμετρος της εθνικότητας των επισκεπτών, ενώ οι Yan and Wall (2003, pp. 191–205) χρησιμοποίησαν χρονοσειρές για την ταυτοποίηση της δομής, των χαρακτηριστικών και της έντασης των χρονικών διακυμάνσεων των διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Κίνα για την περίοδο 1980 – 1998, ενώ οι δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν αφορούσαν τις μηνιαίες αναλογίες και τις αποκλίσεις τους. Οι Grainger and Judge (1996) ανέλυσαν τη μεταβολή των μοτίβων της εποχικότητας στις αφίξεις σε ξενοδοχεία στο Πόρτσμουθ για την περίοδο 1987 - 1994, αναδεικνύοντας τη σημασία των παραμέτρων της μοντελοποίησης που θα χρησιμοποιηθούν κάθε φορά. Άλλες επίσης μελέτες διερεύνησαν το επίπεδο αξιοποίησης της χωρητικότητας των ξενοδοχειακών υποδομών και τη συσχέτισή τους με τον τομέα της απασχόλησης. Για παράδειγμα οι Jeffrey and Barden (1999, pp. 69–91) χρησιμοποίησαν δείγμα 279 ξενοδοχείων στην Αγγλία για την περίοδο 1992 - 1994. Επίσης, μεγάλος αριθμός μελετών έχει προσανατολιστεί στην ανάπτυξη μοντέλων πρόβλεψης και κατ' επέκταση αποδοτικότερης διαχείρισης του φαινομένου (Lim and McAleer, 2003, pp. 23–43). Η δυσκολία της πρόβλεψης και η μη αξιοπιστία των υφιστάμενων μοντέλων πρόβλεψης επισημάνθηκε από την Vergori (2016), παρά την εγνωσμένη αξία και ποιότητά τους όσον αφορά στην πρόβλεψη οικονομικών ειδικότερα διαδικασιών, με την εφαρμογή τους στην τουριστική διαδικασία να μην είναι ιδιαίτερα αποδοτική. Η εξαρτημένη μεταβλητή στη συγκεκριμένη μελέτη ήταν οι μηνιαίες διανυκτερεύσεις σε 4 Ευρωπαϊκές χώρες (Αυστρία, Φινλανδία, Πορτογαλία και Ολλανδία) για την περίοδο 1990-2014. Από τη μελέτη προέκυψε εποχικότητα μιας ή δύο κορυφών, με την αξιοπιστία της πρόβλεψης να προκύπτει αντιστρόφως ανάλογη από την ένταση της εποχικότητας.

Βασικός περιορισμός των παραπάνω ερευνών είναι η έλλειψη προτυποποίησης της διαδικασίας, έτσι ώστε να χρησιμοποιούνται κοινά μέτρα ανάλυσης της εποχικότητας και να υφίστανται σχετικές κατευθυντήριες οδηγίες (ενδεικτική προσπάθεια προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση είναι η χρήση του συντελεστή "Gini Coefficient" ο οποίος αποδίδει ασυμμετρία κατανομής και παρουσιάζει το πλεονέκτημα της μικρότερης επιρροής από ακραίες τιμές (Nadal, Font and Rosselló, 2004, pp. 697–711). Βασικό μέτρο εξακολουθεί να είναι ο αριθμός των επισκεπτών (Baum and Lundtorp, 2001).

2.2.6 Πολιτικές και στρατηγικές για τη διαχείριση του φαινομένου

Οι μέχρι σήμερα εφαρμοζόμενες πολιτικές και στρατηγικές σχετικά με τη διαχείριση του φαινομένου της εποχικότητας δεν φαντάζουν ιδιαίτερα αποτελεσματικές, με την ένταση του φαινομένου να ενισχύεται εξαιτίας της ευρύτερης ενίσχυσης του τουρισμού σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο. Στη σχετική βιβλιογραφία αναγνωρίζεται η δυσκολία αντιμετώπισης του φαινομένου, ιδιαίτερα όσον αφορά στην ολική του εξάλειψη. Εντούτοις, υφίστανται στρατηγικές που μπορούν να συμβάλλουν στην εξομάλυνση του φαινομένου (Yacoumis, 1980; Baum and Hagen, 1999). Σε αυτές τις στρατηγικές εντάσσονται στρατηγικές με βασικό άξονα την επιμήκυνση της κύριας περιόδου τουριστικής κίνησης και αφορούν διαποίκιληση της αγοράς, διαφοροποιήσεις στην τιμολόγηση και στη φορολόγηση, ενθάρρυνση της κλιμάκωσης των διακοπών και του εγχώριου τουρισμού σε περιόδους μη αιχμής, διοργάνωση εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων τις συγκεκριμένες περιόδους. Οι Weaver and Lawton (2006, pp. 211–213) αναφέρουν έξι στρατηγικές αντιστοίχισης παροχής – ζήτησης του τουριστικού προϊόντος ως προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση: την αύξηση της ζήτησης στην περίοδο εκτός αιχμής, τη μείωση της ζήτησης κατά την περίοδο αιχμής, την ανακατανομή της ζήτησης, τη μείωση της παροχής κατά την περίοδο αιχμής, την ανακατανομή ή την επαναδόμηση της παροχής.

Σε άλλη μελέτη (Yacoumis, 1980), επισημαίνεται ότι υφίσταται μια αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ του μίγματος τουριστικών προϊόντων – υπηρεσιών και του βαθμού της εποχικότητας. Στα πλαίσια διαποίκιλης της αγοράς, είναι αναγκαία η αναζήτηση νέων μορφών ζήτησης για υφιστάμενα προϊόντα και υποδομές (για παράδειγμα η προώθηση υπηρεσιών καταλύματος από Μεσογειακά θέρετρα σε επισκέπτες από τη Βόρεια Ευρώπη θα μπορούσε να συμπληρωθεί από προσφορά ελκυστικών πακέτων σε επιχειρηματικό – συνεδριακό τουρισμό, οικογένειες – συγγενείς ή σε επισκέπτες που αναζητούν διακοπές μικρής διάρκειας) (Baum and Hagen, 1999). Σημαντική επίσης συνιστώσα της διαδικασίας είναι η αξιοποίηση γεγονότων και εκδηλώσεων, τα οποία μπορεί να είναι παραδοσιακά ή έκτακτα (όπως για παράδειγμα το Oktoberfest του Μονάχου το οποίο από μόνο του δημιουργεί γύρω του μια περίοδο αιχμής) . Οι εκδηλώσεις αυτές μπορεί να έχουν διαφορετικό μέγεθος, διάρκεια αλλά και αντικείμενο ενδιαφέροντος (Getz, 2008, pp. 403–428). Επίσης, θα πρέπει ο παραδοσιακός τους χαρακτήρας να είναι τέτοιος που να ενθαρρύνει την παρατήρηση, ακόμα και τη συμμετοχή. Επίσης, μπορεί να έχουν έκτακτο χαρακτήρα, ανάλογα με μια ειδική ανάγκη της τοπικής κοινότητας ή μια έκτακτη ζήτηση που μπορεί να προκύψει. Μπορεί να έχουν σταθερή γεωγραφική θέση ή αυτή η θέση να μεταβάλλεται

περιοδικά. Στη μελέτη των Brännäs and Nordström (2006, pp. 291–302) προτείνονται διάφορα οικονομετρικά μοντέλα τα οποία μπορούν να συμβάλλουν στην εκτίμηση της συμβολής των φεστιβάλ στον τουρισμό, με χρησιμοποιούμενες μεταβλητές τη χωρητικότητα, τον αντίκτυπο της εκδήλωσης και το κόστος για τον επίσκεπτη. Συνδέθηκε μάλιστα η μεγαλύτερη παραμονή του επισκέπτη με αύξηση του θετικού αντίκτυπου των εκδηλώσεων. Όσον αφορά στη χωρική ανακατανομή της ζήτησης, μια στρατηγική θα μπορούσε να σχετίζεται με τη χρήση εναλλακτικών διαδρομών ή μέσων μεταφοράς για τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς (Commission of the European Communities, 1993). Θα πρέπει επίσης να επισημανθεί ότι τα όρια μεταξύ στρατηγικών προσφοράς και ζήτησης είναι δυσδιάκριτα. Η εφαρμογή μιας στρατηγικής από την πλευρά της ζήτησης (όπως για παράδειγμα η διοργάνωση ενός φεστιβάλ) δημιουργεί ταυτόχρονα απαιτήσεις και από την πλευρά της προσφοράς (αφού απαιτεί οργάνωση, υποδομές, προσωπικό κ.α.). Η υιοθέτηση των προαναφερόμενων στρατηγικών για την περίπτωση των απομακρυσμένων – περιφερειακών περιοχών δυσχεραίνει εξαιτίας παραγόντων που σχετίζονται με τις καιρικές συνθήκες, με τις υποδομές, τις μεταφορές και τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων κάθε φορά υπηρεσιών. Βασικό σημείο είναι η ενσωμάτωση στρατηγικών όπως οι παραπάνω σε ένα ευρύτερο πλαίσιο εφαρμογής το οποίο θα συνδυάζει τη βαθύτερη γνώση για την αγορά του τόπου προορισμού (Cannas, 2010, pp. 50–52).

Στον πίνακα που ακολουθεί γίνεται μια συνοπτική καταγραφή των στρατηγικών που είναι δυνατό να εφαρμοστούν προκειμένου να περιοριστεί το φαινόμενο της εποχικότητας, ομαδοποιημένες κατά άξονα εφαρμογής και στόχο προς τον οποίο προσανατολίζονται κάθε φορά.

Πίνακας 5: Στρατηγικές για τον περιορισμό της εποχικότητας

Πηγή: (Lee *et al.*, 2008, pp. 6–7)

<i>Βασικός Άξονας</i>	<i>Στρατηγική</i>	<i>Στόχος</i>
Διαφορετική τιμολογιακή πολιτική	Τιμολόγηση με βάση την εποχικότητα (π.χ. προσφορές σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου)	<ul style="list-style-type: none"> - Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου - Αύξηση της διάρκειας παραμονής - Υψηλές τιμές κατά την περίοδο αιχμής για την αποφυγή

	Προσφορές σε συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες (π.χ. συνταξιούχους)	- Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου
	Σχεδιασμός προϋπολογισμού με σκοπό τη διαχείριση του λειτουργικού κόστους με βάση την κυκλική μεταβολή της εποχικότητας	- Έλεγχος λειτουργικού κόστους και μεταβολής του με βάση την εποχικότητα
	Παύση εργασιών στις περιόδους μη αιχμής	- Μείωση του λειτουργικού κόστους
Αλλαγή του μίγματος προϊόντος	Διοργάνωση εκδηλώσεων και φεστιβάλ	- Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου)
	Ανάπτυξη του τοπικού περιβάλλοντος	- Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου
	Ενίσχυση των υποδομών (π.χ. δημόσιες μεταφορές)	- Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου)
	Διαφοροποίηση του επιπέδου των υπηρεσιών (π.χ. μείωση των ωρών λειτουργίας κατά την περίοδο μη-αιχμής)	- Μείωση λειτουργικού κόστους - Προσαρμογή στις απαιτήσεις του πελάτη
	Παροχή συμπληρωματικών υπηρεσιών ή θεματικών προσφορών (π.χ. συνδυασμός τουριστικών υποδομών με τοπικά χαρακτηριστικά)	- Επέκταση της περιόδου επισκεψιμότητας
	Παροχή τουριστικού «πακέτου» σε περιόδους	- Παροχή κινήτρου για επέκταση της παραμονής σε περιόδους μη-αιχμής

	μη-αιχμής	
	Αντιστοίχιση τουριστικής υπηρεσίας με τοπικά χαρακτηριστικά ή με τουριστικές απαιτήσεις	<ul style="list-style-type: none"> - Προσέλκυση διαφορετικής αγοράς - Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου - Αύξηση προσέλκυσης τοπικού πληθυσμού
Διαποίκιλη αγοράς	Πολυμηματική προσέγγιση	<ul style="list-style-type: none"> - Προσέλκυση διαφορετικών πληθυσμών σε διαφορετικές περιόδους - Ομαλοποίηση αιχμών
	Επιλογή βέλτιστου μίγματος προϊόντος	<ul style="list-style-type: none"> - Μείωση κόστους και αύξηση εσόδων
	«Ευθυγράμμιση» με τους τουριστικούς πράκτορες και γραφεία ταξιδίων	<ul style="list-style-type: none"> - Αύξηση επισκεψιμότητας σε περιόδους χαμηλού τουριστικού φορτίου
Εφαρμογή κυβερνητικών πολιτικών	Επέκταση τουριστικής περιόδου	<ul style="list-style-type: none"> - Ομαλοποίηση αιχμών
	Διευκόλυνση εργατικού δυναμικού (π.χ. «χαλάρωση» απαγορεύσεων και σχετικών κανονισμών)	<ul style="list-style-type: none"> - Αντιμετώπιση έλλειψης εργατικού δυναμικού σε περιόδους αιχμής
	Παροχή υποστηρικτικών υπηρεσιών	<ul style="list-style-type: none"> - Εξασφάλιση χρηματικής ροής και επίλυση οικονομικών και άλλων προβλημάτων
	Παροχή δανείων για την ανάπτυξη των τουριστικών υπηρεσιών	<ul style="list-style-type: none"> - Βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών - Αύξηση της επισκεψιμότητας
	Διευκολύνσεις κατά τη φορολόγηση ή την προμήθεια υλικών (π.χ. τιμή καυσίμων) σε απομακρυσμένες περιοχές	<ul style="list-style-type: none"> - Αύξηση της επισκεψιμότητας σε απομακρυσμένες περιοχές
	Πολιτικές αναγέννησης	<ul style="list-style-type: none"> - Αντιμετώπιση της επιβάρυνσης του

	περιβάλλοντος και οικοσυστήματος	περιβάλλοντος κατά τη διάρκεια των περιόδων αιχμής
	Υποστήριξη δράσεων τοπικών κοινοτήτων	- Ενίσχυση τοπικών επιχειρήσεων
	Ανάπτυξη και ενθάρρυνση δικτύου τοπικών επιχειρήσεων	- Ενίσχυση τοπικών επιχειρήσεων - Ανάπτυξη σχετικών υποδομών

Κεφάλαιο 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1: Περιγραφή μεθοδολογίας έρευνας

Στην παρούσα ενότητα αναλύεται το μεθοδολογικό πλαίσιο που ακολουθήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας (Τσίτου, 2014, pp. 48–51; Κουλουκάκου, 2015, pp. 52–54). Τα βασικά στοιχεία του πλαισίου έχουν ως εξής:

Στόχος της έρευνας

Να αναδείξει την οπτική του καταναλωτή των τουριστικών υπηρεσιών όσον αφορά στο πρόβλημα της εποχικότητας και να υποδείξει κατά το δυνατό κατευθύνσεις περιορισμού – αντιμετώπισης του συγκεκριμένου προβλήματος.

Χρονική Περίοδος

Η πρωτογενής έρευνα της παρούσας εργασίας έλαβε χώρα το μήνα Ιούλιο με διανομή και συζήτηση επί του ερωτηματολογίου πριν τη συμπλήρωση και συλλογή του.

Δείγμα Έρευνας

Το πλήθος του δείγματος (σύνολο συμμετεχόντων/ουσών) είναι 80 άτομα. Η σταθερά του δείγματος είναι η ιδιότητα του τουρίστα, ότι δηλαδή στο σύνολό τους θα αποτελούν καταναλωτές των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών σε επίπεδο εσωτερικού τουρισμού. Ζητούμενο αποτελεί η επιλογή ενός κατά το δυνατό αντιπροσωπευτικότερου δείγματος από πλευράς κατανομής των δημογραφικών του χαρακτηριστικών (φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο).

Χαρακτήρας της έρευνας

Ο χαρακτήρας της έρευνας είναι τόσο ποιοτικός όσο και ποσοτικός. Η πρώτη ιδιότητα σχετίζεται με το ότι μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση (δευτερογενής έρευνα) αντίστοιχων μελετών και στοιχείων φιλοδοξεί να απαντήσει σε ερωτήματα του τύπου «Γιατί», «Πως», «Τι», ενώ η δεύτερη ιδιότητα σχετίζεται με τους δείκτες (ποσοστά συμφωνίας με συγκεκριμένες δηλώσεις) και τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από τη στατιστική επεξεργασία των απαντήσεων που δόθηκαν.

«Εργαλεία» της έρευνας

Το «εργαλείο» που χρησιμοποιήθηκε ήταν η ημιδομημένη προσωπική συνέντευξη, με τη χρήση ερωτηματολογίου (παρατίθεται στο αντίστοιχο παράρτημα). Η επιλογή της μεθόδου βασίστηκε στα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει, όπως η άμεση πρόσβαση στην πληροφορία, η γρήγορη και καλή απόκριση (κατανόηση των ερωτημάτων) και η εξασφαλισμένη αξιοπιστία (Akbayrak, 2000). Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει τέσσερις διακριτές ενότητες με την εξής σειρά: τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και η περίοδος των διακοπών του δείγματος, την τουριστική καταναλωτική συμπεριφορά από άποψη υποκίνησης και κινήτρων, την αντίληψη του εγχώριου τουριστικού προϊόντος ως προς τα θετικά και αρνητικά του σημεία και τέλος την αντίληψη του προβλήματος της εποχικότητας. Κατά τη δόμηση του ερωτηματολογίου λήφθηκε μέριμνα έτσι ώστε οι διατυπωμένες ερωτήσεις να μην αφήνουν περιθώρια για παρερμηνείες. Συμπεριλαμβάνονται ερωτήσεις κλειστού τύπου πολλαπλών επιλογών (με προτεινόμενες απαντήσεις στις οποίες συγκεντρώνεται κατά το δυνατό η προς αξιοποίηση πληροφορία). Χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις κλίμακας Likert στις οποίες ο συμμετέχοντας καλείται να διατυπώσει τη συμφωνία – διαφωνία του ως προς μια καταφατική δήλωση μέσω μιας πενταβάθμιας κλίμακας όπου το 1 σημαίνει «Διαφωνώ απόλυτα» και το 5 «Συμφωνώ απόλυτα», με τις ενδιάμεσες βαθμολογίες να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αντιπροσωπευτικότερη έκφραση της εκάστοτε άποψης. Χρησιμοποιήθηκε επίσης μια δίτιμη ερώτηση κλειστού τύπου (με τις διαθέσιμες απαντήσεις να είναι οι Ναι και Όχι) σχετικά με την προοπτική του προβλήματος.

3.2: Περιορισμοί έρευνας

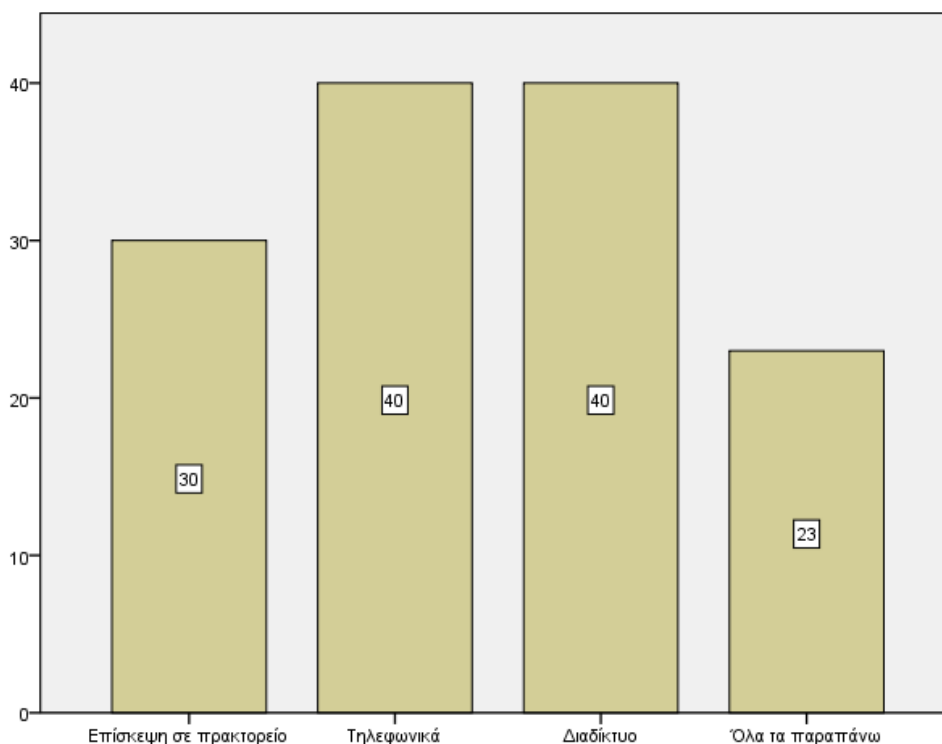
Οι περιορισμοί σχετίζονται κυρίως με την ποσότητα του δείγματος (ζητούμενο τα περισσότερα άτομα), την προέλευσή του (με ζητούμενο τον εμπλουτισμό με εισερχόμενο τουρισμό) αλλά και τη χρονική περίοδο διεξαγωγής της έρευνας.

Κεφάλαιο 4: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: Τουριστική καταναλωτική συμπεριφορά

Α.1.1 Επιλογή μέσου «κλεισίματος» διακοπών

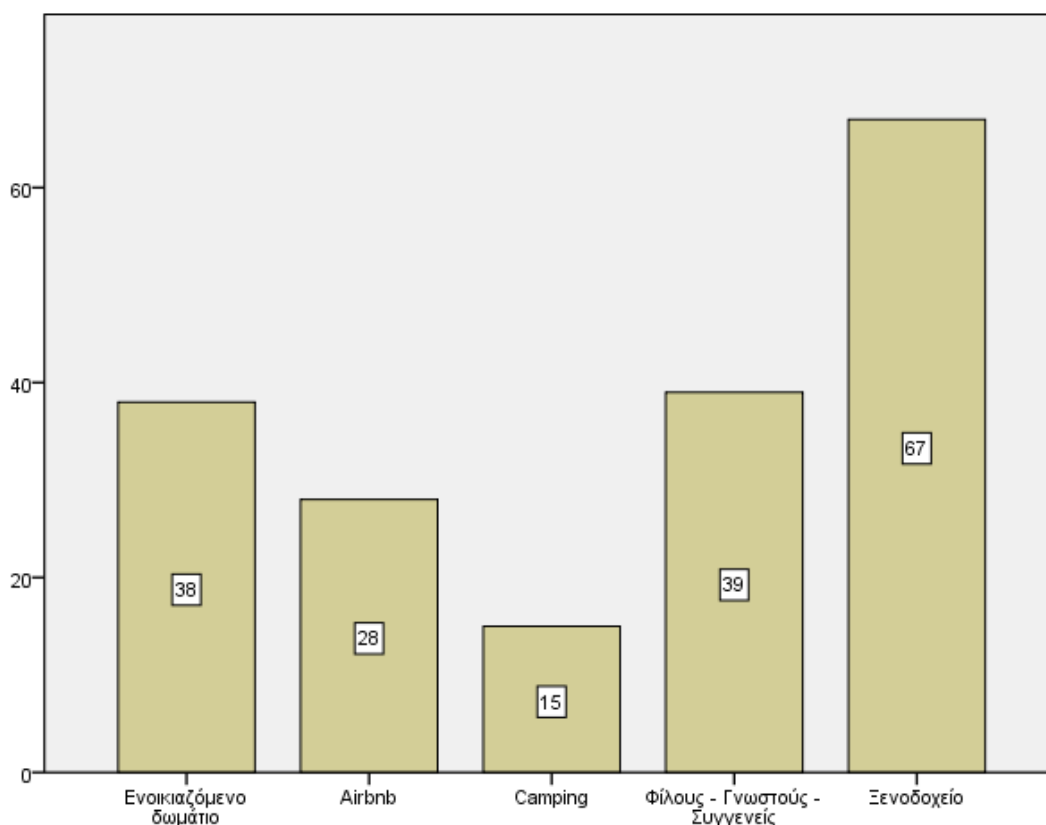
Όπως μπορεί να παρατηρηθεί από το ακόλουθο διάγραμμα η προσωπική επαφή με τον πάροχο των υπηρεσιών «κλεισίματος» των διακοπών που επιλέγει κάθε φορά ο καταναλωτής δεν αποτελεί επιλογή προτεραιότητας. Εντούτοις, παραμένει ακόμα σε υψηλά επίπεδα, τουλάχιστον σχετικά με τη δυναμική χρήση των νέων τεχνολογιών. Ενδεικτικά, αναφέρεται πως το 37,5% πραγματοποιεί επισκέψεις σε πρακτορείο για το σκοπό αυτό, ενώ το 29% του δείγματος επιλέγει συνδυαστικά το συγκεκριμένο μέσο μαζί με τα υπόλοιπα. Το γεγονός αυτό μπορεί να αποδοθεί στο ότι ζητούμενο για τον καταναλωτή είναι η υποβολή συγκεκριμένων προτάσεων – πακέτων και η συζήτηση επί των ενδεχόμενων επιλογών του.



Διάγραμμα 6: Επιλογή «μέσου» κλεισίματος διακοπών

A.1.2 Επιλογή σημείου - καταλύματος διαμονής κατά τις διακοπές

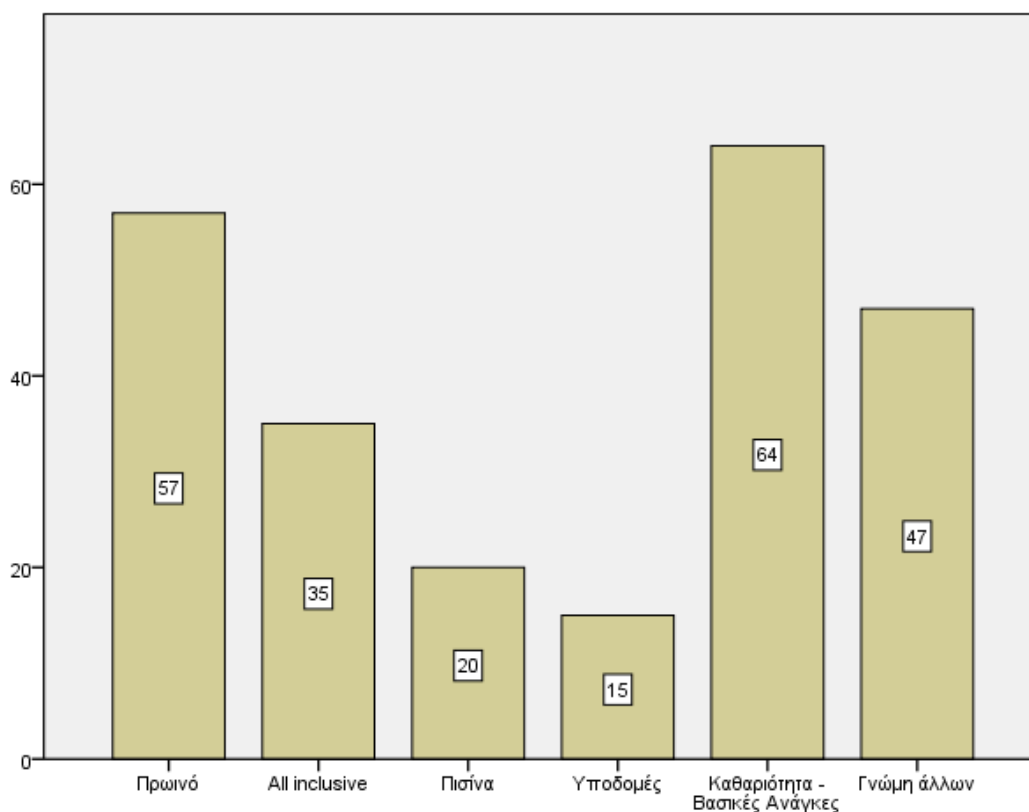
Το ξενοδοχείο και το ενοικιαζόμενο δωμάτιο αποτελούν τις βασικές επιλογές των συμμετεχόντων (σε ποσοστά 84% και 47.5% αντίστοιχα)όπως ήταν αναμενόμενο, στα πλαίσια του παραδοσιακού «μοτίβου» αυτής της επιλογής. Εντούτοις, θα πρέπει να σημειωθεί η αυξημένη δυναμική που παρουσιάζει η σύγχρονη επιλογή του Airbnb (35%), δείγμα της θετικής μελλοντικής προοπτικής του συγκεκριμένου κλάδου. Το ποσοστό της τάξης του 19% που αφορά την επιλογή του camping μπορεί να αποδοθεί στην ύπαρξη ενός μικρότερου αλλά σημαντικού μεριδίου του εναλλακτικού τουρισμού. Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό της τάξης του 49% (το ήμισυ περίπου του δείγματος) που επιλέγει ως σημείο διαμονής τα σπίτια φίλων-γνωστών-συγγενών, συνδέοντας τη συγκεκριμένη επιλογή αφενός με το ενισχυμένο οικογενειακό-φιλικό κλίμα που διέπει τις διαπροσωπικές σχέσεις στον εγχώριο πληθυσμό και αφετέρου με την οικονομική κρίση που ταλανίζει τη σύγχρονη ελληνική κοινωνία.



Διάγραμμα 7: Επιλογή σημείου - καταλύματος διαμονής κατά τις διακοπές

A.1.3 Κριτήρια επιλογής καταλύματος

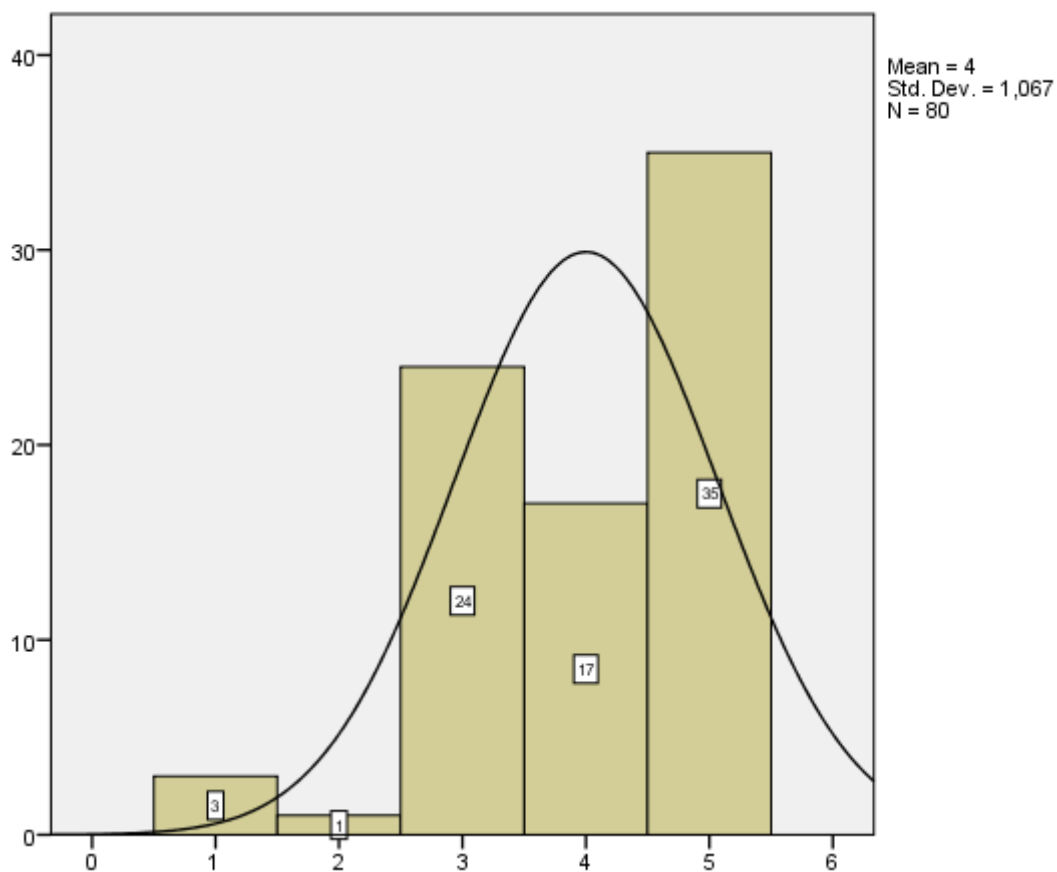
Όπως προκύπτει από την επισκόπηση των απαντήσεων στο συγκεκριμένο ερώτημα τα κριτήρια επιλογής του καταλύματος των διακοπών παραμένουν στην πλειονότητά τους σε βασικό επίπεδο, με την καθαριότητα-βασικές ανάγκες και το πρωινό να αποτελούν τις κύριες επιλογές (σε ποσοστό 80% και 71% αντίστοιχα). Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό της γνώμης των άλλων ως κριτήριο επιλογής (σε ποσοστό 59%), γεγονός που αποδίδει ιδιαίτερη σημασία σε μια ενδεχόμενη «αρνητική» διαφήμιση για έναν προορισμό. Χαμηλότερα είναι τα ποσοστά των κριτηρίων «πολυτελούς» διαμονής (πισίνας – υποδομές), κάτι όμως που δεν ισχύει στην περίπτωση των all-inclusive καταλυμάτων (ποσοστό 44%), με την αυξημένη προτιμησή τους, να μπορεί να συνδεθεί με την ανάγκη συγκεντρωμένων υπηρεσιών, τον περιορισμό χρόνου και την επιθυμία αποφυγής μετακινήσεων και πρόσθετου κόστους.



Διάγραμμα 8: Κριτήρια επιλογής καταλύματος

A.2: Επεξήγηση τουριστικής συμπεριφοράς

Όπως μπορεί να παρατηρηθεί από το ακόλουθο διάγραμμα υφίσταται αυξημένη συμφωνία με τη δήλωση ότι ο τουρισμός εξυπηρετεί μια έμφυτη ανθρώπινη ανάγκη, με μόνο το 4% να διαφωνεί με τη συγκεκριμένη δήλωση και το 30% να διατηρεί μια ουδέτερη στάση.



Εξυπηρέτηση μιας έμφυτης ανθρώπινης ανάγκης μέσω του τουρισμού

Πιο έντονη ουδετερότητα παρουσιάζεται στην περίπτωση της αντίληψης πως το τουριστικό ταξίδι προέρχεται από μια ανάγκη ή επιθυμία προς ικανοποίηση. Αυτή η ουδέτερη στάση (με σαφή όμως θετική προς τη συμφωνία κατεύθυνση) μπορεί να αποδοθεί στην υποβάθμιση της συγκεκριμένης ανάγκης σε σχέση με άλλες, περισσότερο άμεσες και πειστικές ως προς την ικανοποίησή τους, που αφορούν την καθημερινότητα. Η συγκεκριμένη άλλωστε ερμηνεία έρχεται σε συμφωνία με το μέσο όρο συμφωνίας – ουδετερότητας σχετικά με τη δήλωση ότι ο τουρισμός λειτουργεί ως απόδραση σε ένα φαντασιακό κόσμο ξεπερνώντας τη μονοτονία της

καθημερινότητας. Εντούτοις, η τάση προς τη συμφωνία καθώς και η μικρή τυπική απόκλιση καθιστά σαφές πως η επιθυμία υφίσταται σε βασικό επίπεδο, που όταν υπογραμμισθεί και τονιστεί σύμφωνα με τα κριτήρια του καθενός θα αναδείξει τη συγκεκριμένη ανάγκη.

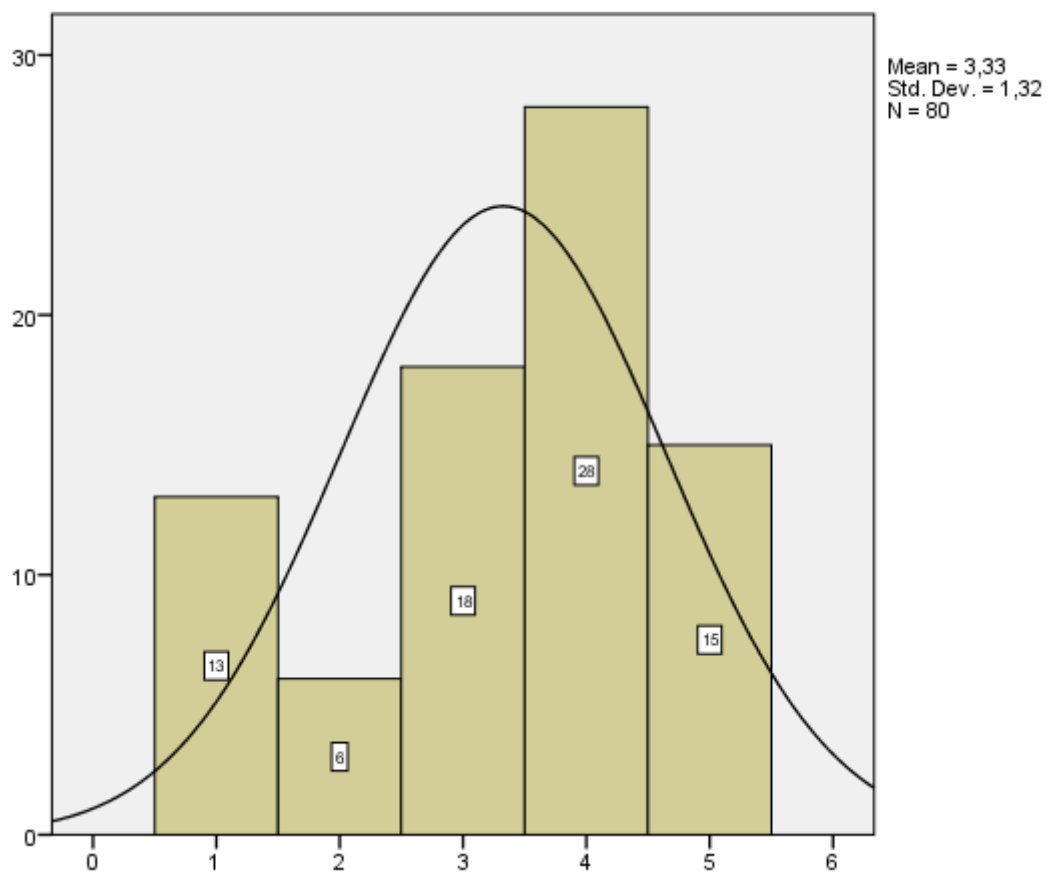


Το τουριστικό ταξίδι ως μια επιθυμία προς ικανοποίηση



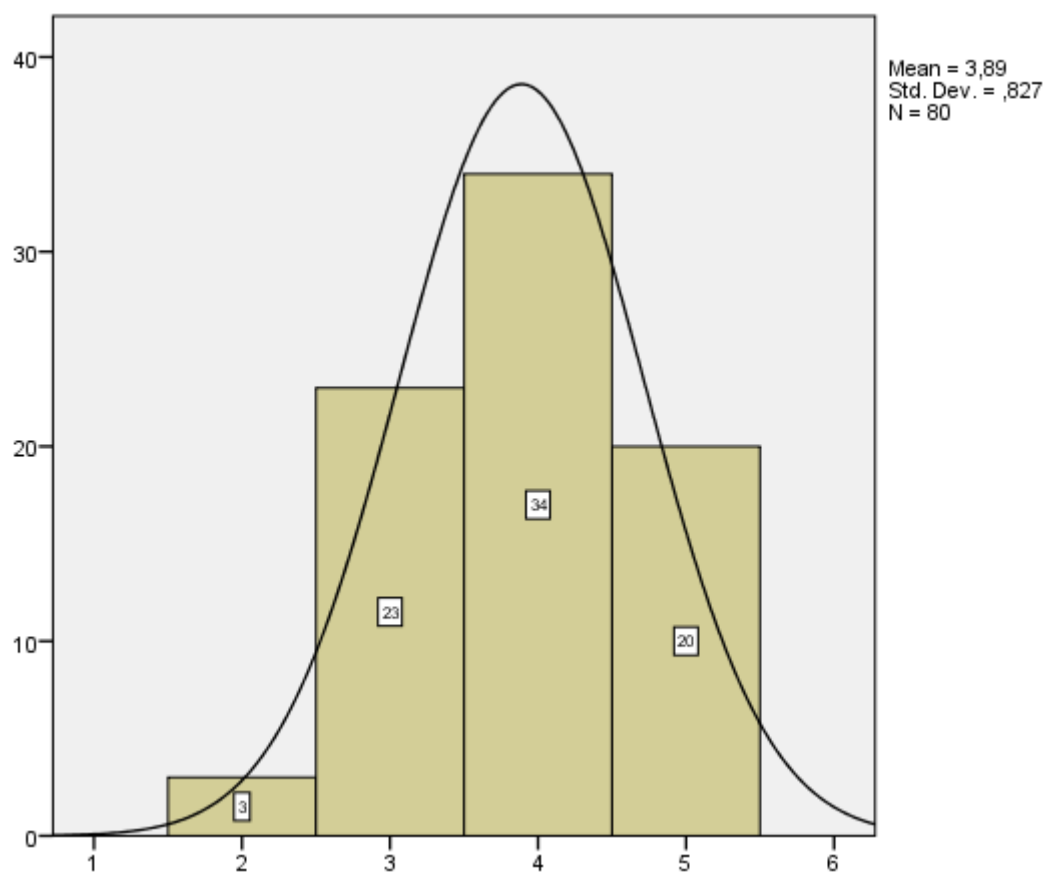
Το τουριστικό ταξίδι ως απόδραση από την καθημερινότητα

Στα ίδια πλαίσια με τα προαναφερόμενα αποτελέσματα σχετικά με την επιθυμία προς ικανοποίηση και την απόδραση από τη μονοτονία της καθημερινότητας μπορεί να ενταχθεί η λειτουργία του τουριστικού ταξιδιού ως προσωπική ή διαπροσωπική ανταμοιβή. Επιπρόσθετα, λαμβάνοντας υπόψη την έννοια της ανταμοιβής ως μια έκτακτη κατάσταση που μπορεί να προκύψει σε μικρή ή μεγάλη συχνότητα, προκύπτει πως υφίσταται γενικότερα μια ουδέτερη στάση ως προς την αντίληψη του τουριστικού ταξιδιού ως ανταμοιβή, συνδέοντας τη διαδικασία με την εποχικότητα του φαινομένου, αφού μπορεί μεν μια ανταμοιβή να γίνει αποδεκτό ότι πρέπει να αποδοθεί αλλά αυτό θα μπορεί να γίνει σε προγραμματισμένη βάση.



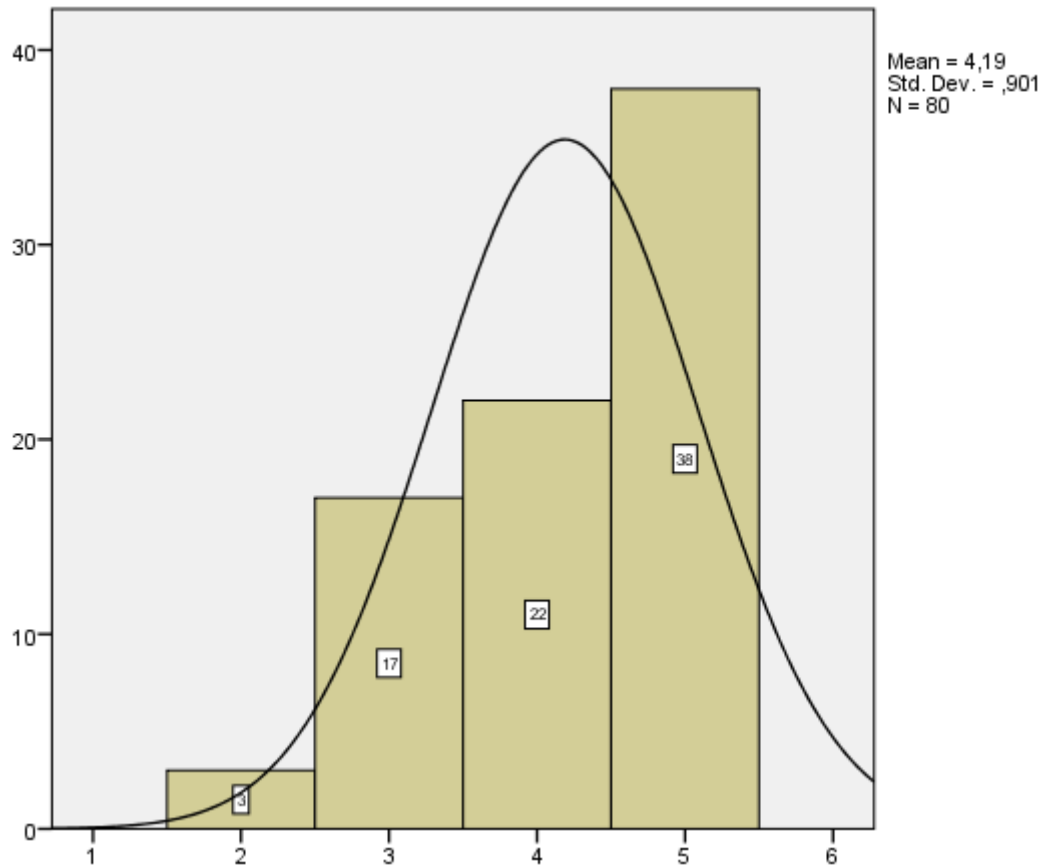
Διάγραμμα 9: Το τουριστικό ταξίδι ως ανταμοιβή

Παρατηρείται αυξημένη συμφωνία ως προς τη δήλωση ότι το τουριστικό ταξίδι μπορεί να συμβάλει στην ανάκτηση των φυσιολογικών και ψυχολογικών δυνάμεων (σε ποσοστό 67,5%) με τυπική μάλιστα απόκλιση μικρότερη της μονάδας. Η συγκεκριμένη στάση έρχεται σε συμφωνία με την εξ ορισμού ιδιότητα της τουριστικής διαδικασίας, αυτή της «φόρτισης» των μπαταριών όσων απολαμβάνουν μια αποδοτική τουριστική υπηρεσία σύμφωνα με τις επιθυμίες τους.



Συμβολή του τουριστικού ταξιδιού στην ανάκτηση δυνάμεων

Αυξημένη επίσης (μεγαλύτερη μάλιστα του αναμενομένου) προέκυψε η συμφωνία με τη δήλωση ότι το τουριστικό ταξίδι μπορεί να συμβάλλει στη διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων, αναδεικνύοντας τη σημασία εκείνης της πτυχής του τουρισμού η οποία σχετίζεται όχι με την καθαρή διασκέδαση αλλά με την αναψυχή που παρουσιάζει έντονη την πνευματική της διάσταση (αναδεικνύοντας έτσι τη δυναμική τουριστικών προορισμών που «απευθύνονται» στη συγκεκριμένη διάσταση, όπως μέρη που τονίζουν την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά του τόπου τους.

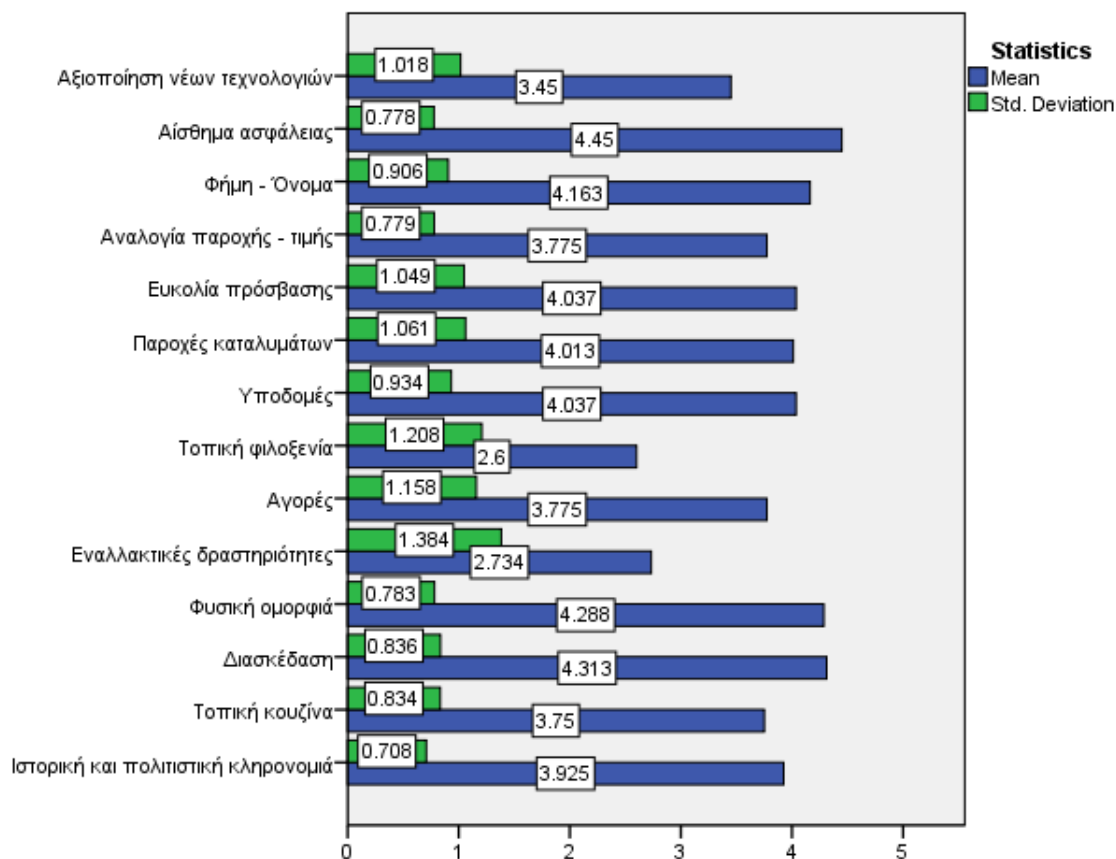


Συμβολή του τουριστικού ταξιδιού στη διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων

A.3: Κίνητρα τουρισμού

Σε πρώτη φάση, σύμφωνα με το διάγραμμα που ακολουθεί, επιβεβαιώνεται πως η επιλογή του τουριστικού προορισμού αποτελεί μια πολυπαραγοντική διαδικασία κατά την οποία λαμβάνεται υπόψη πλήθος παραμέτρων (μόνο 2 από τις 14 διαφορετικές μεταβλητές παρουσίασαν δείκτη διαφωνίας, η τοπική φιλοξενία και οι εναλλακτικές δραστηριότητας). Ακόμα όμως και στην περίπτωση αυτών των 2 μεταβλητών η τάση διαφωνίας μπορεί να αποδοθεί στο συγκεκριμένο κοινό στο οποίο απευθύνονται οι εναλλακτικές δραστηριότητες καθώς και στο ότι η αυξημένη προτίμηση σε ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια δεν αφήνει πολλά περιθώρια για «γνωριμία» με την τοπική φιλοξενία. Ιδιαίτερα ενισχυμένα παρουσιάζονται τα κίνητρα της φήμης-ονόματος του προορισμού, της ευκολίας πρόσβασης σε αυτόν, των παροχών των καταλυμάτων, των υποδομών (προφανώς επί του συνόλου των προορισμών και όχι μόνο των καταλυμάτων αν οι απαντήσεις προσεγγιστούν συνδυαστικά με εκείνες των κριτηρίων επιλογής καταλύματος, όπου οι υποδομές

παρουσιάζουν μειωμένη προτίμηση), της φυσικής ομορφιάς, της διασκέδασης καθώς και της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Ξεχωριστή αναφορά θα πρέπει να γίνει στο κίνητρο της αίσθησης της ασφάλειας, το οποίο παρουσιάζει συζητημένη προς την απόλυτη συμφωνία. Το γεγονός αυτό αναδεικνύει το δυναμικό χαρακτήρα της τουριστικής διαδικασίας, με τα πρόσφατα τρομοκρατικά «χτυπήματα» και την ευρύτερη ατμόσφαιρα «απειλής» να επηρεάζει σημαντικά τα ζητούμενα των τουριστών, που τείνουν να αποφεύγουν προορισμούς με έντονη τη συγκεκριμένη «απειλή».



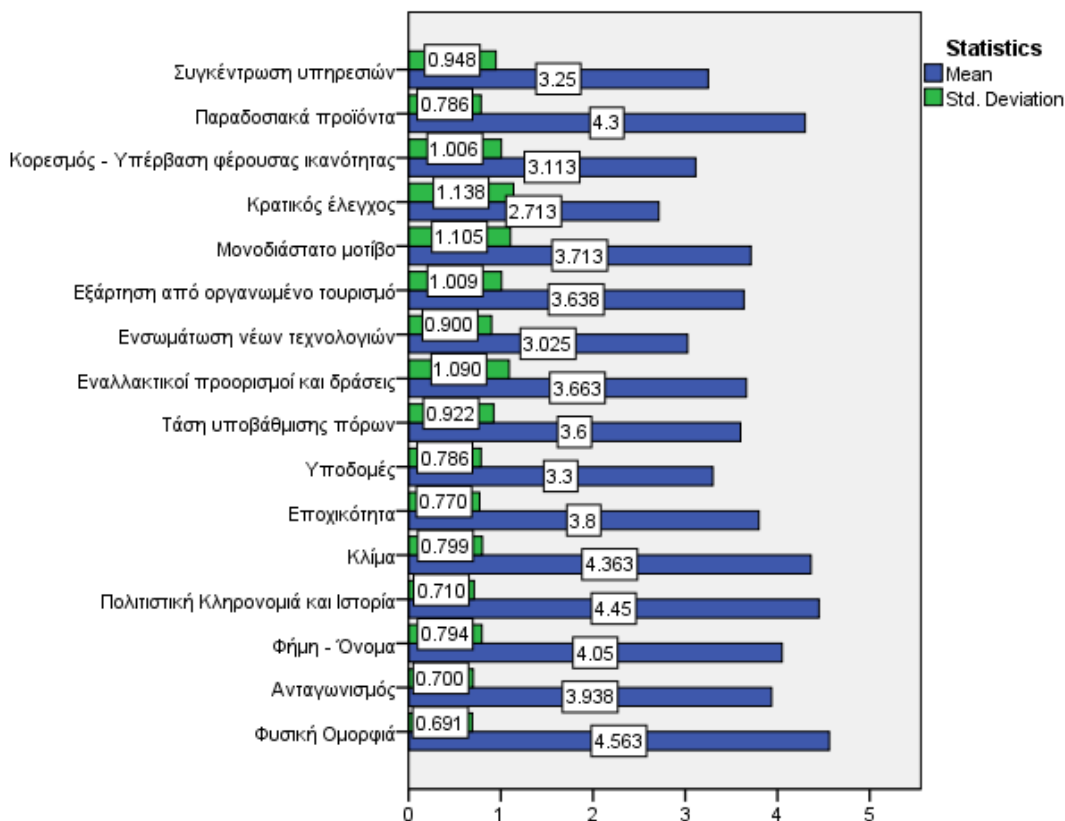
Διάγραμμα 10: Κίνητρα επιλογής τουριστικού προορισμού

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: Αντίληψη εγχώριου τουριστικού προϊόντος

B.1: Θετικά και αρνητικά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος

Τα θετικά και αρνητικά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος όπως προκύπτουν από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην παρούσα έρευνα συμφωνούν με εκείνα που προκύπτουν από τη γενικότερη αντίληψη επί του συγκεκριμένου θέματος. Έτσι, αναδείχθηκαν το καλό κλίμα, η ιστορία και η πολιτιστική κληρονομιά, η φήμη-όνομα της χώρας ως δημοφιλούς τουριστικού προορισμού, η φυσική ομορφιά αλλά και τα παραδοσιακά προϊόντα (μια ειδική πτυχή της διαδικασίας, που αξίζει να επισημανθεί ως προς τη δυνατότητα περαιτέρω αξιοποίησής της) στη θετική «όψη του νομίσματος», ενώ στον αντίποδα αναδείχθηκαν ο ελλιπής κρατικός έλεγχος-συντονισμός, η εξάρτηση από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό και το μονοδιάστατο τουριστικό μοτίβο «ήλιος – θάλασσα».

Ιδιαίτερα όσον αφορά στο στοιχείο της εποχικότητας, επισημαίνεται ως χαρακτηριστικό του εγχώριου τουριστικού προϊόντος, στοιχείο που συμφωνεί με τις υπόλοιπες σχετικές παραμέτρους, όπως το κλίμα και το μονοδιάστατο τουριστικό μοτίβο, αναδεικνύοντας την ανάγκη λήψης μέτρων διόρθωσης – βελτίωσης στο σύνολο των αρνητικών σημείων – χαρακτηριστικών.

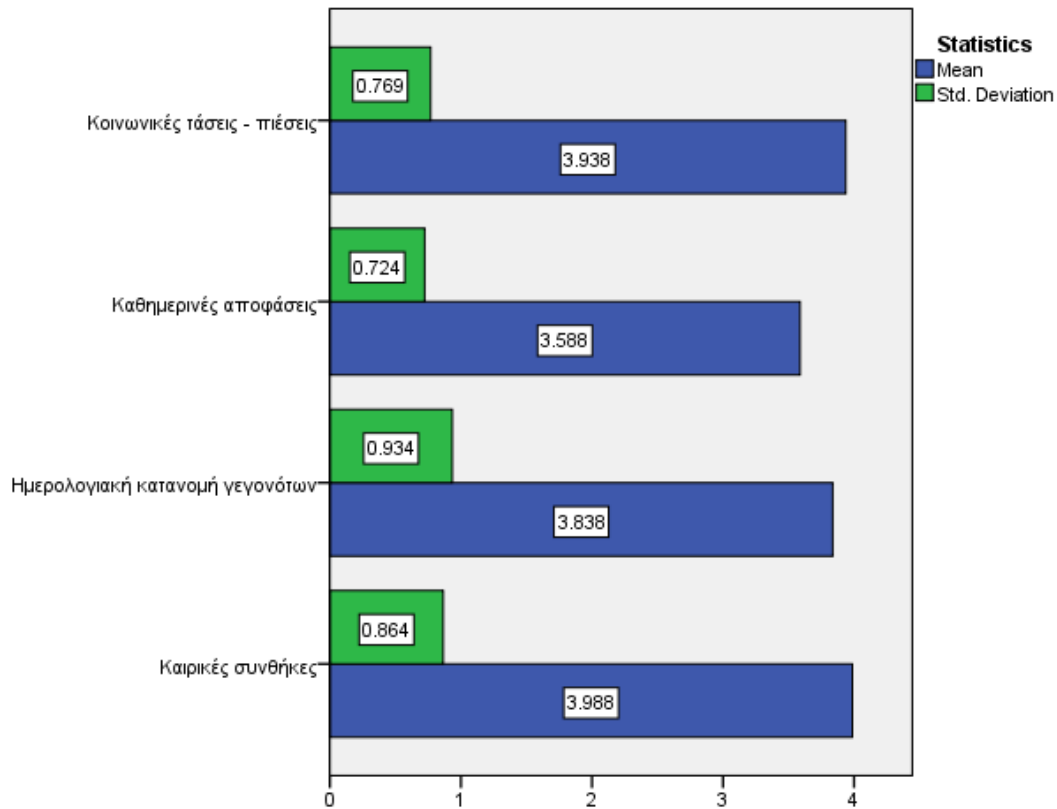


Διάγραμμα 11: Θετικά και αρνητικά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: Αντίληψη του προβλήματος της εποχικότητας

Γ.1: Αιτίες του προβλήματος της εποχικότητας

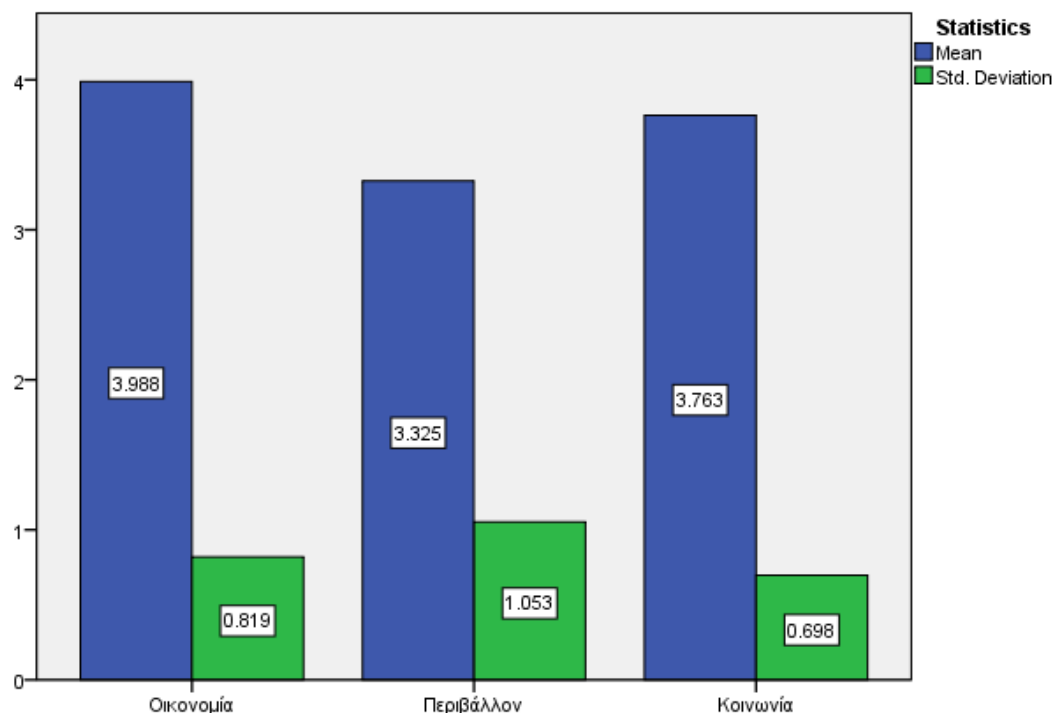
Τα αποτελέσματα που προέκυψαν σχετικά με τις αιτίες του προβλήματος της εποχικότητας, έρχονται σε πλήρη συμφωνία με τα ευρήματα της βιβλιογραφικής επισκόπησης, αναδεικνύοντας μάλιστα τη σημασία του συνόλου των παραγόντων (φυσικούς και θεσμοθετημένους) που λειτουργούν στη συγκεκριμένη περίπτωση συνδυαστικά. Έτσι, παρατηρείται πως ως αιτίες αναγνωρίζονται τόσο οι κοινωνικές τάσεις – πιέσεις, οι καθημερινές αποφάσεις και η ημερολογιακή κατανομή γεγονότων που εντάσσεται στη θεσμοθετημένη κοινωνική λειτουργία, όσο και οι καιρικές συνθήκες που εντάσσονται στο σύνολο φυσικών παραγόντων.



Διάγραμμα 12: Αιτίες του προβλήματος της εποχικότητας

Γ.2: Επιδράσεις του προβλήματος της εποχικότητας

Αντίστοιχα με τα παραπάνω (ως προς το εύρος και τη συμφωνία των διαφορετικών προβλημάτων) ήταν και τα αποτελέσματα που προέκυψαν για τις επιπτώσεις της εποχικότητας, με εντονότερη συμφωνία να παρουσιάζεται όσον αφορά στον τομέα της οικονομίας (εκφράζοντας ουσιαστικά τη ζήτηση εργασίας μόνο για τη συγκεκριμένη περίοδο τουριστικής «αιχμής» και τη δυσαρέσκεια για τη μείωση αυτής της ζήτησης την υπόλοιπη χρονική περίοδο, δυσαρέσκεια η οποία αναμενόμενα μεγιστοποιείται λόγω της τρέχουσας οικονομικής ύφεσης). Σημασία επίσης πρέπει να αποδοθεί και στη σχετική ουδετερότητα που επικρατεί σε σχέση με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της διαδικασίας, αφού ναι μεν δεν εκφράζεται αρνητική επιρροή της εποχικότητας στο περιβάλλον (απόρροια προφανώς της επιλογής των οργανωμένων μορφών τουρισμού) αλλά διατηρείται και μια σχετική επιφύλαξη ως προς την εξέλιξη της συγκεκριμένης κατάστασης.

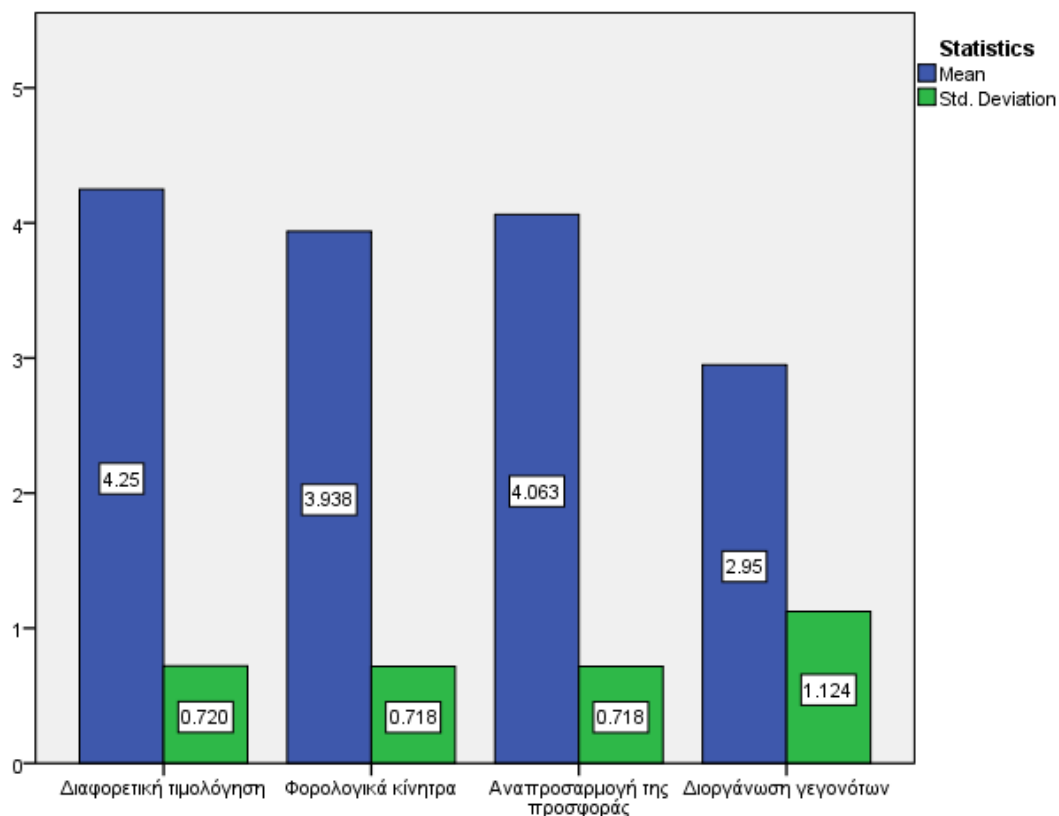


Διάγραμμα 13: Θετικά και αρνητικά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος

Γ.3: Κατευθύνσεις περιορισμού του προβλήματος της εποχικότητας

Τα μέτρα περιορισμού του προβλήματος της εποχικότητας σύμφωνα με την αντίληψη των συμμετεχόντων παρουσιάζονται συγκεντρωμένα στο πεδίο της οικονομίας, αναδεικνύοντας τη διαφορετική τιμολόγηση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, τη θέσπιση φορολογικών κινήτρων και την αναπροσαρμογή της προσφοράς ως μέτρα που γίνονται αντιληπτά ως αποδοτικά. Το γεγονός αυτό μπορεί να ερμηνευθεί συνδυαστικά με τις απαντήσεις του αμέσως προηγούμενου ερωτήματος, σύμφωνα με τις οποίες ο τομέας της οικονομίας δέχεται σημαντικές επιπτώσεις του φαινομένου. Άλλωστε, δεν πρέπει

να παραβλεφθεί το ότι πρόκειται για εκείνον τον τομέα με το πιο άμεσο αποτύπωμα στην καθημερινότητα, με αποτέλεσμα οι όποιες παρεμβάσεις να ανάγονται περισσότερο στη συγκεκριμένη βάση αναφοράς. Στον αντίποδα, παρατηρήθηκε ουδέτερη στάση ως προς την αποτελεσματικότητα της διοργάνωσης γεγονότων προς την κατεύθυνση περιορισμού του φαινομένου.

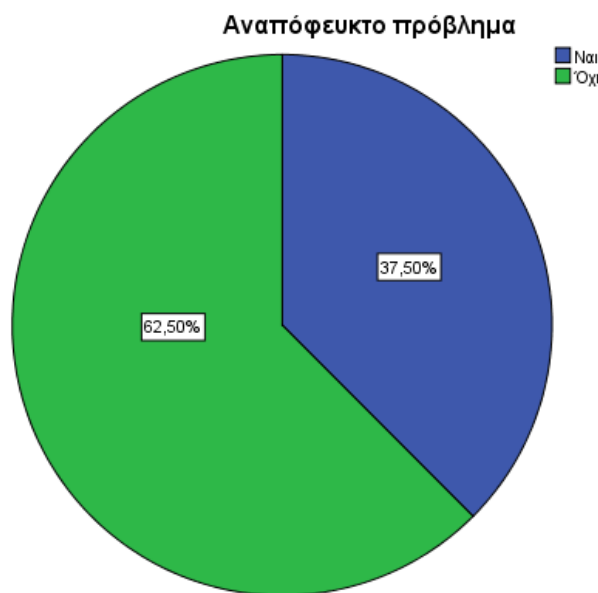


Διάγραμμα 14: Κατευθύνσεις περιορισμού του προβλήματος της εποχικότητας

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η συνδυαστική προσέγγιση των δύο επόμενων διαγραμμάτων σχετικά με τη συνέχιση του προβλήματος και το κατά πόσο αυτό το πρόβλημα θεωρείται αναπόφευκτο. Έτσι, παρά το γεγονός ότι 70% των συμμετεχόντων πιστεύει πως το πρόβλημα θα συνεχιστεί, τα ποσοστά είναι σχεδόν αντίθετα (62,5%) σχετικά με το αν η κατάσταση είναι αναστρέψιμη, θεωρώντας πως υφίστανται διορθωτικά μέτρα, τα οποία μάλιστα μπορούν να είναι και αποδοτικά. Αν μη τι άλλο η συγκεκριμένη στάση θα πρέπει να ερμηνευθεί ως μια θετική όσον αφορά στην αντιμετώπιση του προβλήματος αντίληψη, με ζητούμενο τον ακριβή προσδιορισμό των εκάστοτε μέτρων και την εντατικοποίηση της σχετικής έρευνας και προσπάθειας.



Διάγραμμα 15: Αντίληψη συνέχισης του φαινομένου της εποχικότητας



Διάγραμμα 16: Αντίληψη σχετικά με το αναπόφευκτο του προβλήματος της εποχικότητας

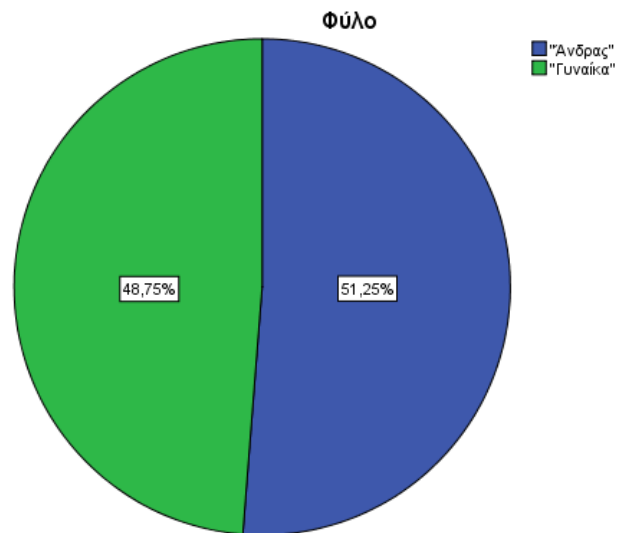
Όσον αφορά στη δημιουργία εκνευρισμού με βάση το γεγονός ότι εξαιτίας του προβλήματος της εποχικότητας προκύπτει η ανάγκη για διακοπές με πολύ κόσμο, καταγράφηκε μια ουδέτερη στάση, με το αρνητικό του φαινομένου να μη σχετίζεται με την ταυτόχρονη παρουσία πολύ κόσμου αλλά περισσότερο με την αδυναμία συσχετισμού διακοπών και διαφορετικών χρονικών περιόδων εντός τους έτους.



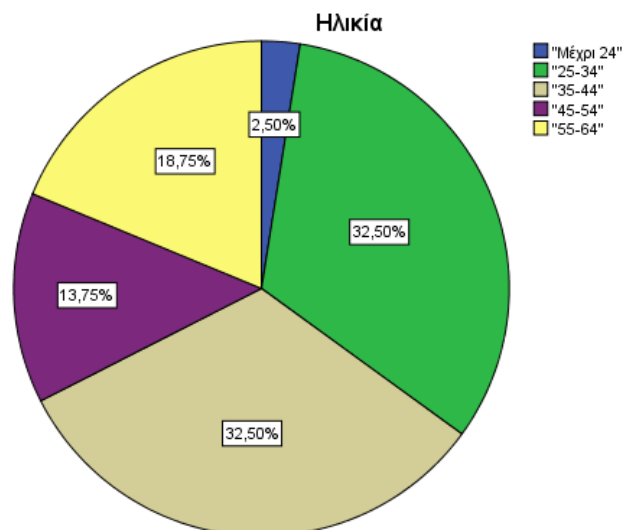
Διάγραμμα 17: Εκνευρισμός σχετικά με το συνωστισμό κατά τις διακοπές

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

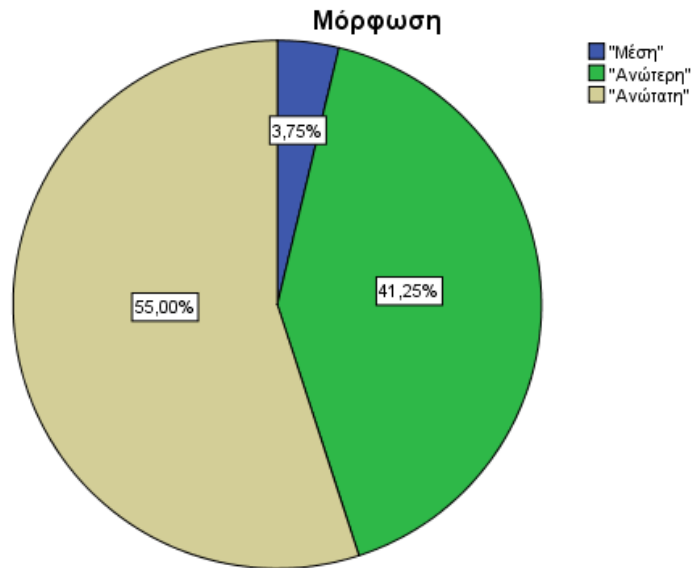
Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία παρουσίασε σχετική ισορροπία ως προς την κατανομή του φύλου, της ηλικίας και του μορφωτικού επιπέδου. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 96% του δείγματος έχει λάβει Ανώτερη ή Ανώτατη εκπαίδευση, με το 79% του δείγματος να ανήκει στο ηλικιακό εύρος 25-54 ετών.



Διάγραμμα 18: Κατανομή δείγματος ως προς το φύλο

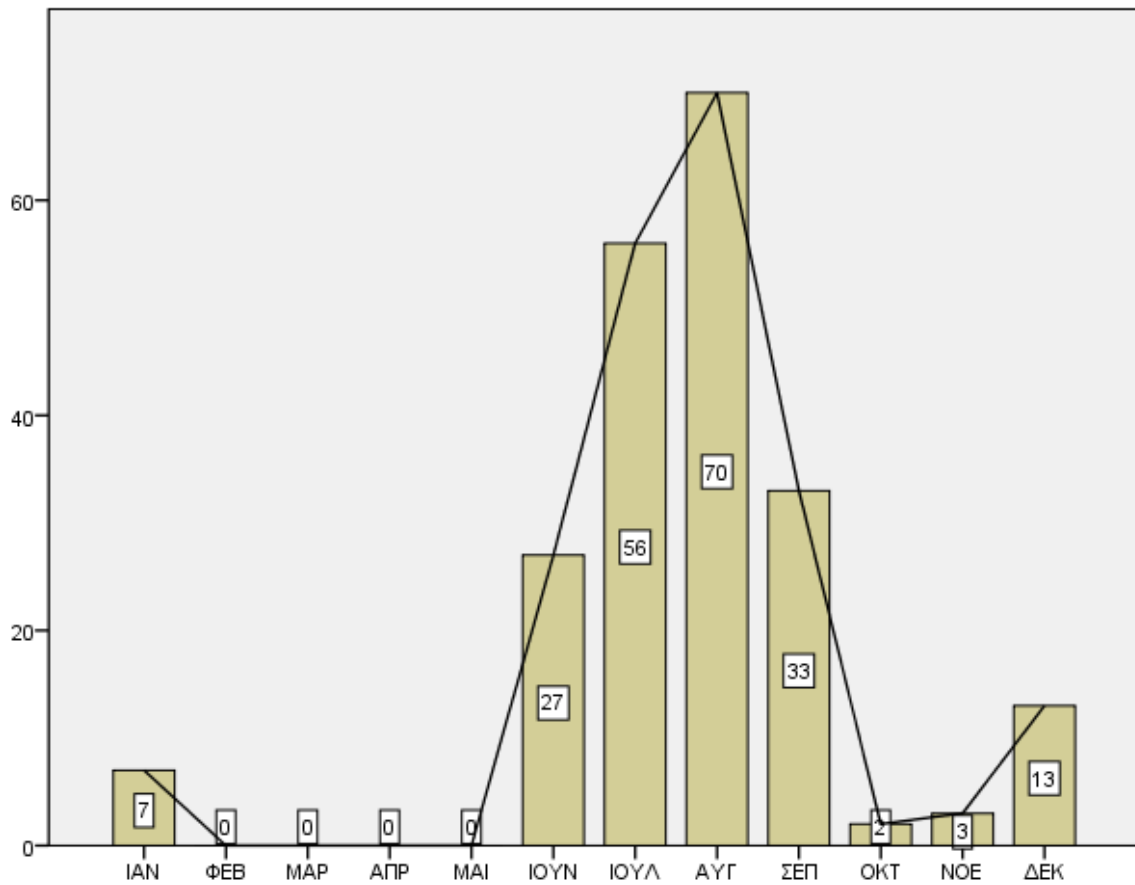


Διάγραμμα 19: Κατανομή δείγματος ως προς την ηλικία



Διάγραμμα 20: Κατανομή δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο

Το διάγραμμα που ακολουθεί αποτυπώνει παραστατικά το φαινόμενο της εποχικότητας στην περίπτωση της χρονικής επιλογής διακοπών για τους συμμετέχοντες στην έρευνα της παρούσας εργασίας. Χαρακτηριστικό μάλιστα, σε συμφωνία με τη βιβλιογραφική επισκόπηση και το μοτίβο που παρουσιάστηκε γραφικά (Butler, 2015, p. 3) είναι το γεγονός ότι η γραφική παράσταση παρουσιάζει ιδιαίτερη ομοιότητα με την αντίστοιχη θεωρητική. Προκύπτει επομένως πως για την περίπτωση του δείγματος, το φαινόμενο παρουσιάζεται έντονο, απεικονίζοντας μικρογραφικά την ευρύτερη υφιστάμενη κατάσταση όσον αφορά στο εγχώριο τουριστικό προϊόν και υπηρεσίες.



Διάγραμμα 21: Περίοδος διακοπών

Συσχετίσεις

Για τη διερεύνηση της συσχέτισης μεταξύ των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος (φύλο, ηλικία και μορφωτικό επίπεδο) και των αντιλήψεων σχετικά με το πρόβλημα της εποχικότητας (ερωτήσεις Γ4-Γ6), χρησιμοποιήθηκε το κριτήριο χ^2 (Chi-Square test) (με επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$) λαμβάνοντας υπόψη ότι οι μεταβλητές είναι κατηγορικές. Οι τιμές της παραμέτρου p για τις επιμέρους διαφορετικές συσχετίσεις καταγράφονται στον ακόλουθο πίνακα

Πίνακας 6: Συσχέτιση δημογραφικών χαρακτηριστικών και

Συσχετιζόμενες μεταβλητές		Chi Square
Φύλο	Αντίληψη ότι το πρόβλημα της εποχικότητας θα συνεχιστεί	0.526
Φύλο	Αντίληψη ότι το πρόβλημα της εποχικότητας είναι αναπόφευκτο	0.225
Φύλο	Εκνευρισμός λόγω διακοπών με πολυκοσμία	0.502
Ηλικία	Αντίληψη ότι το πρόβλημα της εποχικότητας θα συνεχιστεί	0.000
Ηλικία	Αντίληψη ότι το πρόβλημα της εποχικότητας είναι αναπόφευκτο	0.314
Ηλικία	Εκνευρισμός λόγω διακοπών με πολυκοσμία	0.039
Μορφωτικό επίπεδο	Αντίληψη ότι το πρόβλημα της εποχικότητας θα συνεχιστεί	0.481
Μορφωτικό επίπεδο	Αντίληψη ότι το πρόβλημα της εποχικότητας είναι αναπόφευκτο	0.009
Μορφωτικό επίπεδο	Εκνευρισμός λόγω διακοπών με πολυκοσμία	0.043

Όπως μπορεί να παρατηρηθεί από τις τιμές του παραπάνω πίνακα προέκυψε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της ηλικίας και της αντίληψης ότι το πρόβλημα της εποχικότητας θα συνεχιστεί (με την ηλικιακή ομάδα των 55-64 ετών να εκφράζει εντονότερη σε σχέση με τις υπόλοιπες διαφωνία), ενώ στατιστικά σημαντική ήταν επίσης η σχέση της ηλικίας και του εκνευρισμού λόγω διακοπών με πολυκοσμία (με την ίδια ηλικιακή ομάδα να εκφράζει και την εντονότερη σε σχέση με τις υπόλοιπες δυσαρέσκεια). Η τελευταία συσχέτιση καταγράφηκε στατιστικά σημαντική και για τη μεταβλητή του μορφωτικού επιπέδου, με όσους έχουν Ανώτερη και Ανώτατη Εκπαίδευση να εκφράζουν εντονότερα τη δυσαρέσκειά τους). Επίσης στατιστικά σημαντική σχέση προέκυψε μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και αντίληψης ότι το πρόβλημα της εποχικότητας είναι αναπόφευκτο (με όσους έχουν Ανώτερη και Ανώτατη Εκπαίδευση να εκφράζουν

διαφωνία ως προς τη συγκεκριμένη αντίληψη). Τέλος, δεν προέκυψε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του φύλου και των εξεταζόμενων αντιλήψεων σχετικά με το πρόβλημα της εποχικότητας.

Κεφάλαιο 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ

5.1: Παρουσίαση κυρίων συμπερασμάτων

Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί την εγχώρια «βαριά βιομηχανία», με το δυναμικό του να είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την εγχώρια οικονομία. Ζητούμενο λοιπόν αποτελεί ο προσδιορισμός, η κατανόηση και η ελαχιστοποίηση των αδυναμιών - προβλημάτων του, με την εποχικότητα να αποτελεί μια βασική παράμετρο αυτού του πλαισίου. Τα σχετικά στατιστικά στοιχεία προσδίδουν στο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό μια μόνιμη ιδιότητα, ενισχύοντας έτσι περαιτέρω την ανάγκη ενασχόλησης με το συγκεκριμένο ζήτημα.

Άλλωστε, δεν πρέπει να παραβλεφθεί το γεγονός ότι η εποχικότητα προκαλεί έμμεσα άλλα προβλήματα όπως η πρόσβαση σε κεφάλαια, η διατήρηση του προσωπικού, η αξιοποίηση των υποδομών, η χαμηλή απόδοση των επενδύσεων που απειλούν με τη σειρά τους τη βιωσιμότητα της τουριστικής δραστηριότητας. Εντούτοις, σύμφωνα με τη σχετική βιβλιογραφική ανασκόπηση προέκυψε πως σε συγκεκριμένες συνθήκες η εποχικότητα μπορεί να αποτελέσει πεδίο ευκαιριών για άλλα πεδία τουριστικής δραστηριότητας.

Υφίστανται διάφορες αιτίες του φαινομένου, οι οποίες έχουν πολλαπλές κατηγοριοποιήσεις, όπως καιρικές (π.χ υψηλές θερμοκρασίες), ημερολογιακές και χρονικές, φυσικές και θεσμοθετημένες, κοινωνικής πίεσης και αδρανειακής δράσης.

Η εποχικότητα όμως δεν αποτελεί ένα θεωρητικό φαινόμενο. Αντίθετα, αφήνει το «αποτύπωμά» της στην καθημερινότητα, με τις επιδράσεις της να μπορούν να υποδιαιρεθούν σε τρεις βασικές κατηγορίες: οικονομικές, οικολογικές – περιβαλλοντικές και κοινωνικο – πολιτιστικές.

Στη σχετική βιβλιογραφία αναγνωρίζεται η δυσκολία αντιμετώπισης του φαινομένου, με διάφορες στρατηγικές να καταγράφονται προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση, οι οποίες έχουν ως βασικό άξονα την επιμήκυνση της κύριας περιόδου τουριστικής κίνησης, με παράμετρο όμως που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής αυτήν της ισορροπίας προσφοράς και ζήτησης κατά την εφαρμογή της. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η προσωπική επαφή με τον πάροχο των υπηρεσιών «κλεισίματος» των διακοπών παραμένει ακόμα σε υψηλά σε συνδυασμό βέβαια με την αυξημένη δυναμική χρήσης των νέων τεχνολογιών.

Το ξενοδοχείο και το ενοικιαζόμενο δωμάτιο αποτελούν τις βασικές επιλογές των συμμετεχόντων, με αξιοσημείωτη τη δυναμική της επιλογής του Airbnb

Η καθαριότητα-βασικές ανάγκες και το πρωινό αποτελούν τα κύρια κριτήρια επιλογής καταλύματος, με σημαντική την επιροπή της γνώμης των άλλων.

Επιβεβαιώθηκε ότι ο τουρισμός εξυπηρετεί μια έμφυτη ανθρώπινη ανάγκη και ότι το τουριστικό ταξίδι μπορεί να συμβάλλει στην ανάκτηση των φυσιολογικών και ψυχολογικών δυνάμεων καθώς και στη διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων

Ιδιαίτερα ενισχυμένα παρουσιάστηκαν τα κίνητρα της φήμης-ονόματος του προορισμού, της ευκολίας πρόσβασης σε αυτόν, των παροχών των καταλυμάτων, των υποδομών, της φυσικής ομορφιάς, της διασκέδασης καθώς και της ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Δυνατά σημεία του εγχώριου τουριστικού προϊόντος αναδείχθηκαν το καλό κλίμα, η ιστορία και η πολιτιστική κληρονομιά, η φήμη-όνομα της χώρας ως δημοφιλούς τουριστικού προορισμού, η φυσική ομορφιά αλλά και τα παραδοσιακά προϊόντα, ενώ στον αντίποδα αναδείχθηκαν ο ελλιπής κρατικός έλεγχος-συντονισμός, η εξάρτηση από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό και το μονοδιάστατο τουριστικό μοτίβο «ήλιος – θάλασσα».

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν σχετικά με τις αιτίες του προβλήματος της εποχικότητας, έρχονται σε πλήρη συμφωνία με τα ευρήματα της βιβλιογραφικής επισκόπησης, αναδεικνύοντας μάλιστα τη σημασία του συνόλου των παραγόντων (φυσικούς και θεσμοθετημένους) που λειτουργούν στη συγκεκριμένη περίπτωση συνδυαστικά.

Όσον αφορά στις επιπτώσεις του φαινομένου, εντονότερη συμφωνία παρουσιάστηκε όσον αφορά στον τομέα της οικονομίας, ενώ προέκυψε σχετική ουδετερότητα σε σχέση με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της διαδικασίας. Αναμενόμενα λοιπόν προέκυψε πως τα μέτρα περιορισμού του προβλήματος της εποχικότητας σύμφωνα με την αντίληψη των συμμετεχόντων παρουσιάζονται συγκεντρωμένα στο πεδίο της οικονομίας. Χαρακτηριστικό της σύγκλισης βιβλιογραφικών δεδομένων και ερευνητικών αποτελεσμάτων είναι το μοτίβο που προέκυψε σχετικά με τη χρονική επιλογή διακοπών για τους συμμετέχοντες στην

έρευνα της παρούσας εργασίας, με τη γραφική παράσταση που προκύπτει να παρουσιάζει ιδιαίτερη ομοιότητα με την αντίστοιχη θεωρητική

5.2: Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Επισημαίνεται η δυσκολία της πρόβλεψης και η μη αξιοπιστία των υφιστάμενων μοντέλων πρόβλεψης.κατεύθυνση η οποία χρήζει περαιτέρω έρευνας.

Επίσης. βασικός περιορισμός των παραπάνω μελετών είναι η έλλειψη προτυποποίησης της διαδικασίας, έτσι ώστε να χρησιμοποιούνται κοινά μέτρα ανάλυσης της εποχικότητας πέρα από τα συνηθισμένα (όπως αριθμός των επισκεπτών) και να υφίστανται σχετικές κατευθυντήριες οδηγίες.

Βιβλιογραφία

Βαρώτσου, Ε. (2013) 'Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού'. Available at: <http://nemertes.lis.upatras.gr/jsrui/handle/10889/6105> (Accessed: 7 June 2017).

ΕΛΣΤΑΤ (2015) *Στατιστικά Τουρισμού*. Πειραιάς. Available at: <https://www.statistics.gr/documents/20181/852282ae-d6ad-412a-b98c-22cefaafee69> (Accessed: 7 June 2017).

Κουλουκάκου, Α. (2015) *Η απασχόληση στον τουρισμό στην Ελλάδα και ο ρόλος της Διοίκησης του Ανθρώπινου Παράγοντα*. ΕΑΠ.

Τσίτου, Σ. (2014) *Ηγεσία και Διοίκηση Υγείας: Η Διαχείριση της Αλληλεπίδρασης των διαφορετικών επαγγελματιών των υπηρεσιών υγείας*. УΤΙU.

Agnew, M. D. (2001) 'Potential impacts of climate change on international tourism', *Tourism and Hospitality Research*, 3(1).

Akbayrak, B. (2000) 'A COMPARISON OF TWO DATA COLLECTING METHODS: INTERVIEWS AND QUESTIONNAIRES', *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, pp. 1–10.

Bar On, R. V. (1976) 'Seasonality in Tourism: A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making', *Journal of Travel Research*. Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA, 14(4), pp. 25–25. doi: 10.1177/004728757601400470.

Baum, T. and Hagen, L. (1999) 'Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations', *International Journal of Tourism Research*. John Wiley & Sons, Ltd., 1(5), pp. 299–312. doi: 10.1002/(SICI)1522-1970(199909/10)1:5<299::AID-JTR198>3.0.CO;2-L.

Baum, T. and Lundtorp, S. (2001) *Seasonality in tourism*. Pergamon. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/book/9780080436746> (Accessed: 31 August

2017).

Brännäs, K. and Nordström, J. (2006) 'Tourist accommodation effects of festivals', *Tourism Economics*, 12(2), pp. 291–302. doi: 10.5367/000000006777637458.

Butler, R. (1998) 'Seasonality in tourism: Issues and implications', *The Tourist Review*, 53(2), pp. 18–24. doi: 10.1016/j.annals.2004.10.001.

Butler, R. (2015) 'SEASONALITY IN TOURIST DESTINATIONS: ISSUES, RESPONSES, AND MITIGATION'. Available at: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/puntadeleste_richard_butler.pdf (Accessed: 7 June 2017).

Candela, G. and Figini, P. (2012) 'A Close Examination of the Consumer Theory Applied to the Tourist', in, pp. 163–205. doi: 10.1007/978-3-642-20874-4_6.

Cannas, R. (2010) *Almatourism: journal of tourism, culture, and territorial development.*, *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*. University of Bologna. Available at: <https://almatourism.unibo.it/article/view/3120/2519> (Accessed: 7 June 2017).

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES (1993) 'ALL-SEASON TOURISM: ANALYSIS OF EXPERIENCE, SUITABLE PRODUCTS AND CLIENTELE'. Available at: <http://aei.pitt.edu/41740/1/A5923.pdf> (Accessed: 4 September 2017).

Donatos, G. and Zairis, P. (1991) 'Seasonality of foreign tourism in the Greek island of Crete', *Annals of Tourism Research*, 18(3), pp. 515–519. doi: 10.1016/0160-7383(91)90060-O.

Doxey, G. (1975) 'A causation theory of visitor–resident irritants, methodology and research inferences', in *Sixth annual conference proceedings of the Travel Research Association, San Diego*. Available at: <http://www.economics-ejournal.org/economics/journalarticles/2012-40/references/Doxey1975> (Accessed: 4 September 2017).

Flognfeldt, T. (2001) 'Chapter 7 – Long-Term Positive Adjustments to Seasonality: Consequences of Summer Tourism in the Jotunheimen Area, Norway', in *Seasonality in Tourism*, pp. 109–117. doi: 10.1016/B978-0-08-043674-6.50010-6.

Frechtling, D. C. (Douglas C. (2001) *Forecasting tourism demand: methods and strategies*. Butterworth-Heinemann. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/book/9780750651707> (Accessed: 31 August 2017).

Getz, D. (2008) 'Event tourism: Definition, evolution, and research', *Tourism Management*, 29(3), pp. 403–428. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.

Goulding, P. J. (2006) *Conceptualising Supply-side Seasonality in Tourism: A Study of the Temporal Businesses in Scotland*. Available at: https://books.google.gr/books/about/Conceptualising_Supply_side_Seasonality.html?id=-LJLnQAACAAJ&redir_esc=y.

Grainger, J. and Judge, G. (1996) 'Changing patterns of seasonality in hotel and tourism demand: an analysis of Portsmouth monthly arrivals data'. Available at: [https://researchportal.port.ac.uk/portal/en/publications/changing-patterns-of-seasonality-in-hotel-and-tourism-demand-an-analysis-of-portsmouth-monthly-arrivals-data\(06b03530-3de1-4686-a339-0a3e42c3d12d\)/export.html](https://researchportal.port.ac.uk/portal/en/publications/changing-patterns-of-seasonality-in-hotel-and-tourism-demand-an-analysis-of-portsmouth-monthly-arrivals-data(06b03530-3de1-4686-a339-0a3e42c3d12d)/export.html) (Accessed: 4 September 2017).

Hartmann, R. (1986) 'Tourism, seasonality and social change', *Leisure Studies*, 5(1), pp. 25–33. doi: 10.1080/02614368600390021.

Jeffrey, D. and Barden, R. R. D. (1999) 'An Analysis of the Nature, Causes and Marketing Implications of Seasonality in the Occupancy Performance of English Hotels', *Tourism Economics*. SAGE Publications Sage UK: London, England, 5(1), pp. 69–91. doi: 10.1177/135481669900500105.

Kesidou, O. (2016) 'Seasonality in Tourism (MSc) in Sustainable Development'. Available at: https://repository.ihu.edu.gr/xmlui/bitstream/handle/11544/14508/Kesidou_Oxana-Dissertation.pdf?sequence=1 (Accessed: 7 June 2017).

Koenig-Lewis, N. and Bischoff, E. E. (2005) 'Seasonality research: the state of the art', *International Journal of Tourism Research*. John Wiley & Sons, Ltd., 7(4–5), pp. 201–219. doi: 10.1002/jtr.531.

Lee, C. *et al.* (2008) 'SEASONALITY IN THE TOURISM INDUSTRY Impacts and Strategies National Library of Australia Cataloguing in Publication Data', 1(338). Available at:

<https://pdfs.semanticscholar.org/82ec/3995f26ef98c1badb713cbe3cf424b0b1273.pdf> (Accessed: 7 June 2017).

Lim, C. and McAleer, M. (2003) 'Modelling International Travel Demand from Singapore to Australia', *Anatolia*, 14(1), pp. 23–43. doi: 10.1080/13032917.2003.9687138.

Manning, R. E. and Powers, L. A. (1984) 'Peak and Off-Peak Use: Redistributing the Outdoor Recreation/Tourism Load', *Journal of Travel Research*. Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA, 23(2), pp. 25–31. doi: 10.1177/004728758402300204.

Mathieson, A. and Wall, G. (1982) *Tourism, economic, physical and social impacts.*, *Tourism, economic, physical and social impacts.*

Mill, R. C. and Morrison, A. M. (1992) *The tourism system: an introductory text*. Prentice Hall.

Mourdoukoutas, P. (1988) 'Seasonal Employment, Seasonal Unemployment and Unemployment Compensation: The Case of the Tourist Industry of the Greek Islands', *American Journal of Economics and Sociology*, 47(3), pp. 315–329. doi: 10.1111/j.1536-7150.1988.tb02044.x.

Murphy, P. E. (1997) *Quality management in urban tourism*. Wiley. Available at: https://books.google.gr/books/about/Quality_Management_in_Urban_Tourism.html?id=uzodAQAAMAAJ&redir_esc=y (Accessed: 4 September 2017).

Nadal, J. R., Font, A. R. and Rosselló, A. S. (2004) 'The economic determinants of seasonal patterns', *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp. 697–711. doi: 10.1016/j.annals.2004.02.001.

Page, S. and Connell, J. (2006) *Tourism: a modern synthesis*. Thomson Learning.

Sutcliffe, C. M. S. and Sinclair, M. T. (1980) 'The measurement of seasonality within the tourist industry: an application to tourist arrivals in Spain', *Applied Economics*. Chapman and Hall Ltd. , 12(4), pp. 429–441. doi: 10.1080/00036848000000004.

Vergori, A. S. (2016) 'Patterns of seasonality and tourism demand forecasting', *Tourism Economics*. SAGE Publications Sage UK: London, England, p.

135481661665641. doi: 10.1177/1354816616656418.

Weaver, D. B. (David B. and Lawton, L. (2006) *Tourism management*. John Wiley & Sons.

Williams, A. M. and Shaw, G. (1991) *Tourism and economic development: Western European experiences. 2nd edition, Tourism and economic development: Western European experiences. 2nd edition.*

World Travel and Tourism Council (2017) *Travel and Tourism Economic Impact 2017 Greece*.

Yacoumis, J. (1980) 'Tackling seasonality: The case of Sri Lanka', *International Journal of Tourism Management*, 1(2), pp. 84–98. doi: 10.1016/0143-2516(80)90031-6.

YAN, M. and WALL, G. (2003) 'DISAGGREGATING VISITOR FLOWS: THE EXAMPLE OF CHINA', *Tourism Analysis*, 7(3), pp. 191–205. doi: 10.3727/108354203108750049.

Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο

Εισαγωγικό Σημείωμα

Το παρόν ερωτηματολόγιο υποβάλλεται στα πλαίσια διεξαγωγής ακαδημαϊκής έρευνας για τις ανάγκες εκπόνησης διπλωματικής εργασίας με τίτλο «Η εποχικότητα της ζήτησης στον ελληνικό τουρισμό – Η οπτική των τουριστών» στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Στόχος της έρευνας είναι να αναδείξει την οπτική του καταναλωτή των τουριστικών υπηρεσιών όσον αφορά στο πρόβλημα της εποχικότητας και να υποδείξει κατά το δυνατό κατευθύνσεις περιορισμού – αντιμετώπισης του συγκεκριμένου προβλήματος.

Λαμβάνοντας υπόψη τη συμβολή σας στην επιτυχή διεκπεραίωση της μελέτης αυτής, ζητούμενο αποτελεί η ειλικρινής κατάθεση των απόψεων σας. Εκφράζουμε εκ των προτέρων τις ευχαριστίες μας.

Δήλωση εμπιστευτικότητας: Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο. Τα στοιχεία που θα προκύψουν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας μελέτης, παραμένοντας αυστηρά εμπιστευτικά.

Στους πίνακες που ακολουθούν καλείστε να εκφράσετε τη συμφωνία – διαφωνία σας με τις δηλώσεις που διατυπώνονται. Στη βαθμολογία 1-5 που περιλαμβάνεται το 1 σημαίνει «Διαφωνώ απόλυτα» και το 5 «Συμφωνώ απόλυτα» με την αντίστοιχη δήλωση. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν οι ενδιάμεσες βαθμολογίες για την αντιπροσωπευτικότερη έκφραση της εκάστοτε άποψης. Επισημαίνεται ότι δεν υπάρχει σωστή ή λάθος απάντηση, απλά επιθυμούμε την ειλικρινή σας άποψη.

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: Τουριστική καταναλωτική συμπεριφορά

A.1: Παράμετροι - συνήθειες

A.1.1 Από που «κλείνετε» τις διακοπές σας;

1)	Επίσκεψη σε κάποιο τουριστικό πρακτορείο	<input type="checkbox"/>
2)	Τηλεφωνικά	<input type="checkbox"/>
3)	Διαδίκτυο	<input type="checkbox"/>
4)	Όλα τα παραπάνω	<input type="checkbox"/>

A.1.2 Που επιλέγετε να μείνετε στις διακοπές σας;

1)	Ξενοδοχείο	<input type="checkbox"/>
2)	Ενοικιαζόμενο Δωμάτιο	<input type="checkbox"/>
3)	Airbnb	<input type="checkbox"/>
4)	Camping	<input type="checkbox"/>
5)	Φίλους – Γνωστούς - Συγγενείς	<input type="checkbox"/>

A.1.3 Ποια βασικά σημεία εξετάζετε κατά την επιλογή του καταλύματός σας;

1)	Πρωινό	<input type="checkbox"/>
2)	All inclusive	<input type="checkbox"/>
3)	Πισίνα	<input type="checkbox"/>
4)	Υποδομές (γυμναστήριο, γήπεδο, S/M, άλλοι χώροι)	<input type="checkbox"/>
5)	Καθαριότητα, εξυπηρέτηση βασικών αναγκών (ρεύμα, νερό, τηλέφωνο)	<input type="checkbox"/>

6)	Γνώμη φίλων – γνωστών - συγγενών	<input type="checkbox"/>
----	----------------------------------	--------------------------

A.2: Επεξήγηση τουριστικής συμπεριφοράς

	Διαφωνώ Απόλυτα			Συμφωνώ Απόλυτα	
	1	2	3	4	5
1. Ο τουρισμός εξυπηρετεί μια έμφυτη ανθρώπινη ανάγκη	1	2	3	4	5
2. Το τουριστικό ταξίδι προέρχεται από μια ανάγκη ή επιθυμία προς ικανοποίηση	1	2	3	4	5
3. Ο τουρισμός λειτουργεί ως απόδραση σε ένα φαντασικό κόσμο ξεπερνώντας τη μονοτονία της καθημερινότητας	1	2	3	4	5
4. Το τουριστικό ταξίδι μπορεί να λειτουργήσει ως προσωπική ή διαπροσωπική ανταμοιβή	1	2	3	4	5
5. Το τουριστικό ταξίδι μπορεί να συμβάλλει στην ανάκτηση των φυσιολογικών και ψυχολογικών δυνάμεων	1	2	3	4	5
6. Το τουριστικό ταξίδι μπορεί να συμβάλλει στη διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων και ικανοποίηση της περιέργειας.	1	2	3	4	5

A.3: Κίνητρα τουρισμού

«Όταν αποφασίζεται για ένα τουριστικό ταξίδι αναψυχής ή διακοπών, ποια από τα ακόλουθα θεωρείτε σημαντικά»;

	Ιδιαίτερος ασήμαντο			Εξαιρετικά σημαντικό	
	1	2	3	4	5
1. Να γνωρίσετε την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά του τόπου που επισκέπτεστε	1	2	3	4	5
2. Να γευτείτε την τοπική κουζίνα	1	2	3	4	5
3. Να διασκεδάσετε	1	2	3	4	5
4. Να απολαύσετε τη φυσική ομορφιά των τοπίων του μέρους που επισκέπτεστε	1	2	3	4	5

5. Να ασχοληθείτε με εναλλακτικές δραστηριότητες (extreme sports, πεζοπορία κτλ.)	1	2	3	4	5
6. Να επισκεφτείτε την αγορά του τόπου προορισμού και να κάνετε τα ψώνια σας	1	2	3	4	5
7. Να δεχθείτε την τοπική φιλοξενία	1	2	3	4	5
8. Να επωφεληθείτε από τις άρτιες υποδομές του προορισμού σας, κάνοντας τη διαμονή σας ευκολότερη και απολαυστικότερη	1	2	3	4	5
9. Να απολαύσετε τις παροχές των καταλυμάτων – ξενοδοχείων σας	1	2	3	4	5
10. Να πάτε σε ένα μέρος εύκολα προσβάσιμο	1	2	3	4	5
11. Να πάτε σε ένα μέρος που θα χρεώνει αυτό ακριβώς που παρέχει, με την αναλογία κόστους – παροχής να είναι προς όφελός σας	1	2	3	4	5
12. Να επισκεφτείτε ένα μέρος με σημαντική φήμη - όνομα	1	2	3	4	5
13. Να επισκεφτείτε ένα μέρος που σας παρέχει αίσθημα ασφάλειας (λαμβάνοντας υπόψη το κλίμα φόβου που επικρατεί στις μέρες μας)	1	2	3	4	5
14. Να επισκεφτείτε ένα μέρος που έχει αξιοποιήσει σε μέγιστο βαθμό τις νέες τεχνολογίες, αποτελώντας έτσι και εσείς μέρος αυτής της τεχνολογικής εξέλιξης	1	2	3	4	5

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: Αντίληψη εγχώριου τουριστικού προϊόντος

Β.1: Θετικά και αρνητικά σημεία

«Θα θέλαμε την άποψή σας για το εγχώριο (Ελληνικό) τουριστικό προϊόν.

Σημειώστε το βαθμό Διαφωνίας ή Συμφωνίας σας για το γεγονός ότι η Ελλάδα

έχει...»

	Διαφωνώ Απόλυτα			Συμφωνώ Απόλυτα	
	1	2	3	4	5
Φυσική Ομορφιά	1	2	3	4	5
Ανταγωνισμός (με άλλες χώρες και ειδικότερα μεσογειακές)	1	2	3	4	5
Φήμη – Όνομα	1	2	3	4	5
Πολιτιστική Κληρονομιά και Ιστορία	1	2	3	4	5
Κλίμα	1	2	3	4	5
Εποχικότητα	1	2	3	4	5
Υποδομές που υφίστανται τόσο στα καταλύματα – ξενοδοχεία όσο και στα μέρη προορισμού γενικότερα	1	2	3	4	5
Τάση υποβάθμισης πόρων	1	2	3	4	5
Εναλλακτικοί προορισμοί και δράσεις	1	2	3	4	5
Ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών	1	2	3	4	5
Εξάρτηση από οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό	1	2	3	4	5
Μονοδιάστατο τουριστικό μοτίβο «ήλιος – θάλασσα»	1	2	3	4	5
Κρατικός έλεγχος – συντονισμός	1	2	3	4	5
Κορεσμός και υπέρβαση φέρουσας ικανότητας	1	2	3	4	5
Παραδοσιακά προϊόντα	1	2	3	4	5
Συγκέντρωση υπηρεσιών	1	2	3	4	5

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: Αντίληψη του προβλήματος της εποχικότητας

Γ.1: Αιτίες του προβλήματος

Το πρόβλημα της εποχικότητας στον εγχώριο τουρισμό οφείλεται:	Διαφωνώ Απόλυτα			Συμφωνώ Απόλυτα	
	1	2	3	4	5
1. Καιρικές συνθήκες	1	2	3	4	5
2. Ημερολογιακή κατανομή γεγονότων	1	2	3	4	5
3. Καθημερινές αποφάσεις	1	2	3	4	5
4. Κοινωνικές τάσεις - πιέσεις	1	2	3	4	5

Γ.2: Επιδράσεις του προβλήματος

Οι επιδράσεις του προβλήματος της εποχικότητας αφορούν:	Διαφωνώ Απόλυτα			Συμφωνώ Απόλυτα	
	1	2	3	4	5
1. Την οικονομία	1	2	3	4	5
2. Το περιβάλλον	1	2	3	4	5
3. Την κοινωνία	1	2	3	4	5

Γ.3: Κατευθύνσεις περιορισμού του προβλήματος

Το πρόβλημα της εποχικότητας μπορεί να ξεπεραστεί:	Διαφωνώ Απόλυτα			Συμφωνώ Απόλυτα	
	1	2	3	4	5
1. Διαφορετική τιμολόγηση των υπηρεσιών	1	2	3	4	5
2. Φορολογικά κίνητρα	1	2	3	4	5
3. Αναπροσαρμογή της προσφοράς	1	2	3	4	5
4. Διοργάνωση γεγονότων και φεστιβάλ	1	2	3	4	5

Γ.4 Πιστεύετε πως το πρόβλημα στο μέλλον θα συνεχίσει να υφίσταται;

- 1) Ναι
- 2) Όχι

Γ.5 Πιστεύετε πως το πρόβλημα της εποχικότητας είναι αναπόφευκτο;

- 1) Ναι
- 2) Όχι

Γ.6 Σας εκνευρίζει το γεγονός ότι εξαιτίας του προβλήματος της εποχικότητας είστε αναγκασμένοι πολλές φορές να κάνετε διακοπές με πολύ κόσμο;

- 1) Ναι
- 2) Όχι

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ – ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

Α. ΦΥΛΟ:	• ΑΝΔΡΑΣ	1	Β. ΗΛΙΚΙΑ:	• Μέχρι 24	1
	• ΓΥΝΑΙΚΑ	2		• 25-34	2
Γ. ΜΟΡΦΩΣΗ:	• Κατώτερη	1	• 35-44	3	
	• Μέση	2	• 45-54	4	
	• Ανώτερη	3	• 55-64	5	
	• Ανώτατη	4			
Δ. Περίοδος διακοπών Σημειώστε τους μήνες στους οποίους πάτε συνήθως διακοπές	• ΙΑΝ	1			
	• ΦΕΒ	2			
	• ΜΑΡ	3			
	• ΑΠΡ	4			
	• ΜΑΪ	5			
	• ΙΟΥΝ	6			
	• ΙΟΥΛ	7			
	• ΑΥΓ	8			
	• ΣΕΠ	9			
	• ΟΚΤ	10			
	• ΝΟΕ	11			
	• ΔΕΚ	12			

Παρατηρήσεις

.....

.....

.....

.....

Ευχαριστώ πολύ για την πολύτιμη συνεισφορά σας.

Ημερομηνία/...../17