

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

ΘΕΜΑ:

"ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ ΕΥΒΟΙΑΣ"

Φοιτητής :Παλαιολόγος Ηλίας

Α.Μ.: ΔΕΜΤ 1824

Επιβλέπων Καθηγητής: Φίλιππος Νικόλαος

Πειραιάς, 2021



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή –δεύτερη- σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο:

«Προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης
Περσφερειάς ενόψει Ευρώπης»

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό 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 σύνολό 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 Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο..... Παλαιολόγος Ηλίας

Ημερομηνία..... 28/6/2021

Ευχαριστίες

Στο σημείο αυτό, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας εργασίας, κύριο Φίλιππα Νικόλαο, για τη συνεργασία και καθοδήγησή του με σκοπό την εκπόνησή της.

Επιπλέον, θα ήθελα να εκφράσω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου, για τη στήριξη που μου παρείχε κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

Περίληψη

Ο κύριος σκοπός της έρευνας σε αυτή την εργασία είναι να διερευνήσει τις προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας. Ο τουρισμός ενισχύει τα έσοδα της οικονομίας, δημιουργεί χιλιάδες θέσεις εργασίας, αναπτύσσει τις υποδομές μιας χώρας και καλλιεργεί μια αίσθηση πολιτιστικής ανταλλαγής μεταξύ τουριστών-επισκεπτών και πολιτών. Η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας αποτελεί ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό, προσελκύοντας τόσο Έλληνες όσο και των αλλοδαπούς επισκέπτες. Επιπλέον, αποτελεί ένα σημαντικό προορισμό για εναλλακτικό τουρισμό, καθώς συγκεντρώνει πλήθος φυσικών τοπίων, παραδοσιακούς οικισμούς, σπάνια οικοσυστήματα, ενώ διαθέτει μεγάλο αριθμό προσκυνημάτων τοπίων και θρησκευτικών δρώμενων, τα οποία την καθιστούν σημαντικό προορισμό θρησκευτικού περιεχομένου. Προς την ενίσχυση του τουρισμού θα αναφερθούν μια σειρά από προτάσεις και δράσεις. Για να διερευνηθούν οι δυνατότητες και οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην Εύβοια, διεξήχθη μια έρευνα σχετικά με την υπάρχουσα κατάσταση και την καταγραφή των προβλημάτων που εμποδίζουν την ανάπτυξή του.

Abstract

The main purpose of the research in this paper is to investigate the development prospects of tourism in the regional unit of Evia. Tourism boosts the income of the economy, creates thousands of jobs, develops a country's infrastructure and cultivates a sense of cultural exchange between tourists-visitors and citizens. The regional unit of Evia is a popular tourist destination, attracting both Greeks and foreign visitors. In addition, it is an important destination for alternative tourism, as it gathers many natural landscapes, traditional settlements, rare ecosystems, while it has a large number of landscape pilgrimages and religious events, which make it an important destination of religious content. A number of proposals and actions will be mentioned to enhance tourism. In order to investigate the possibilities and prospects for the development of tourism in Evia, a research was conducted on the current situation and the recording of the problems that hinder its development.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες	1
Περίληψη	3
Abstract	4
Περιεχόμενα εικόνων	6
Περιεχόμενα πινάκων	7
Εισαγωγή	8
Κεφάλαιο 1 ^ο	10
Έννοια του Τουρισμού	10
Η ιστορία του τουρισμού	12
Οικονομικός αντίκτυπος του Τουρισμού	14
Κοινωνικός αντίκτυπος του Τουρισμού	18
Περιβαλλοντικός αντίκτυπος του Τουρισμού	19
Προκλήσεις για τον Τουρισμό	20
Κεφάλαιο 2 ^ο	24
Εναλλακτικός τουρισμός	24
Μορφές εναλλακτικού τουρισμού	25
Εναλλακτικός τουρισμός- μέγεθος αγοράς	29
Εναλλακτικός τουρισμός- τάσεις	30
Κεφάλαιο 3 ^ο	32
Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία	32
Χαρακτηριστικά του ελληνικού Τουρισμού	34
Εισερχόμενος τουρισμός	35
Εγχώριος τουρισμός	37
Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού	38
Βελτίωση των δημόσιων υποδομών	39
Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός	40
Κεφάλαιο 4 ^ο	42
Υφιστάμενη κατάσταση της τουριστικής ανάπτυξης στην Εύβοια	43
Τουριστικές υποδομές καταλυμάτων στην Εύβοια	45

Αξιοθέατα και Δραστηριότητες	46
Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Εύβοια	47
Κεφάλαιο 5°	49
SWOT ανάλυση	49
SWOT Τουρισμού στην Εύβοια	50
Δυνάμεις	51
Αδυναμίες	51
Ευκαιρίες	52
Απειλές	53
Πίνακας SWOT Εύβοια	55
Κεφάλαιο 6°	56
Μεθοδολογία	56
Δείγμα της έρευνας	57
Στάδια της έρευνας	57
Κεφάλαιο 7°	59
Αποτελέσματα έρευνας	59
Συμπεράσματα	79
Βιβλιογραφία	82
Ξενόγλωσση	82
Ελληνόγλωσση	82
Ιστότοποι	83
Παράρτημα	85
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΦΟΡΕΙΣ	85

Περιεχόμενα εικόνων

Εικόνα 1: Οικονομική σημασία του τουρισμού στην οικονομία, πηγή: (Douglas, 2018)	13
Εικόνα 2: Επιρροή της πανδημίας covid-19 στις διάφορες περιοχές	17
Εικόνα 3: Αναμενόμενος χρόνος ανάκαμψης του Τουρισμού	18
Εικόνα 4: Αναμενόμενος χρόνος ανάκαμψης του Τουρισμού στα επίπεδα προ-πανδημίας	19
Εικόνα 5: Προοπτική του οικοτουρισμού	23
Εικόνα 6: Διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα	28
Εικόνα 7: Συμβολή των ταξιδιών και του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ (1995-2020)	29
Εικόνα 8: Διεθνείς αφίξεις και Τουριστικές εισπράξεις	30
Εικόνα 9: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια, 2019	31
Εικόνα 10: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2019	40

Περιεχόμενα πινάκων

Πίνακας 1: Τουριστική βιομηχανία ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ 2010-2019	14
Πίνακας 2: Μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2019	34
Πίνακας 3: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα Εύβοιας, 2014-2019	42
Πίνακας 4: Αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα Εύβοιας, 2014-2019	43
Πίνακας 5: SWOT Εύβοιας	53
Πίνακας 6: Δείγμα της έρευνας	55
Πίνακας 7: Φύλο ερωτώμενων	57
Πίνακας 8: Ηλικία ερωτώμενων	58
Πίνακας 9: Οικογενειακή Κατάσταση ερωτώμενων	59
Πίνακας 10: Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενων	60
Πίνακας 11: Επαγγελματική κατάσταση ερωτώμενων	61
Πίνακας 12: Ανάπτυξη τουρισμού στην Εύβοια	62
Πίνακας 13: Προέλευση τουριστών στην Εύβοια	63
Πίνακας 14: Δημοφιλείς μήνες	64
Πίνακας 15: Πηγές πληροφόρησης των τουριστών	65
Πίνακας 16: Ημέρες διαμονής	66
Πίνακας 17: Μέρη που επιλέγουν για διαμονή	67
Πίνακας 18: Δημοφιλείς τουριστικές δραστηριότητες	68
Πίνακας 19: Οργάνωση ταξιδιών	69
Πίνακας 20: Συμβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη	70
Πίνακας 21: Ικανοποίηση τουριστών από τις υπηρεσίες που προσφέρει το νησί	71
Πίνακας 22: Επανάληψη επίσκεψης στην Εύβοια	72
Πίνακας 23: Επιρροή μαζικού τουρισμού στον εναλλακτικό	73
Πίνακας 24: Προβολή της Εύβοιας	74
Πίνακας 25: Πως συντηρούνται και αξιοποιούνται τα μνημεία του νησιού	75
Πίνακας 26: Επιρροή τιμών στην ανάπτυξη	76

Εισαγωγή

Ο τουρισμός συνιστά τον κυριότερο αναπτυξιακό τομέα για πολλές χώρες και περιοχές. Οι τουριστικές δραστηριότητες όχι μόνο δημιουργούν θέσεις εργασίας στον τριτογενή τομέα, αλλά και ενθαρρύνουν την ανάπτυξη στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της οικονομίας. Ειδικότερα, ο τουρισμός το 2019 συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 12,5% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ αν συνυπολογιστεί και η έμμεση συνεισφορά του, τότε το ποσοστό ανέρχεται μεταξύ 27,5% έως 33,1%, σύμφωνα με στοιχεία και εκτιμήσεις που περιλαμβάνονται σε μελέτη του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ).

Ο τουρισμός έχει αλλάξει τις τελευταίες δεκαετίες, κυρίως επειδή το παραδοσιακό μαζικό τουριστικό προϊόν δεν είναι πλέον τόσο ελκυστικό όσο ήταν. Ως αποτέλεσμα, ο εναλλακτικός τουρισμός αναπτύσσεται ταχύτατα για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των τουριστών. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη τουριστική βιομηχανία.

Στην συγκεκριμένη εργασία, θα αναλυθεί το φαινόμενο του τουρισμού και θα επικεντρωθούμε στις προοπτικές ανάπτυξης του στη νήσο Εύβοια. Η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας αποτελεί ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό, προσελκύοντας τόσο Έλληνες όσο και των αλλοδαπούς επισκέπτες.

Η δομή της εργασίας είναι η ακόλουθη:

Στο 1^ο κεφάλαιο θα αναλυθεί η έννοια του τουρισμού και θα γίνει μια ιστορική αναδρομή στο φαινόμενο. Επιπλέον, θα αναλυθεί ο αντίκτυπος που έχει στις οικονομίες των τουριστικών προορισμών, αλλά και ο αντίκτυπος στις τοπικές κοινωνίες και στο περιβάλλον. Τέλος, θα γίνει αναφορά στις επίκαιρες προκλήσεις και ιδιαίτερη στη διαμόρφωση ενός νέου περιβάλλοντος λόγω της πανδημίας.

Στο 2^ο κεφάλαιο θα αναλυθεί το φαινόμενο του εναλλακτικού τουρισμού. Θα γίνει μία παρουσίαση του φαινομένου και θα αναλυθούν οι λόγοι για τους οποίους αποτελεί μια δημοφιλή εναλλακτική. Θα γίνει αναφορά στις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, στο μέγεθος της αγοράς που αντιπροσωπεύει και τέλος θα παρουσιαστούν οι τάσεις σε αυτόν τον τομέα.

Στο 3ο κεφάλαιο θα γίνει ειδικότερη αναφορά στη σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία. Θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού και θα γίνει μια παρουσίαση των εθνικών στρατηγικών ανάπτυξης του. Τέλος, θα γίνει αναφορά στις επιπτώσεις από την πανδημία του Covid-19 στην ελληνική αγορά.

Στο 4^ο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας. Θα αναλυθούν τα βασικά χαρακτηριστικά της, ενώ θα παρουσιαστεί η υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στο νησί. Θα γίνει αναφορά στα αξιοθέατα, στα μνημεία και στα διάφορα σημεία ενδιαφέροντος, ενώ θα γίνει ειδικότερη αναφορά στο θρησκευτικό τουρισμό του νησιού.

Στο 5ο κεφάλαιο θα γίνει μια SWOT ανάλυση του τουριστικού προϊόντος της Εύβοιας και θα αναλυθούν τόσο τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία, όσο και οι εξωτερικές ευκαιρίες και απειλές.

Στο 6ο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας για να αναλυθεί το προφίλ των επισκεπτών της Εύβοιας και να διερευνηθούν οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στο νησί.

Στο 7^ο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν συνοπτικά τα συμπεράσματα της εργασίας.

Κεφάλαιο 1°

Έννοια του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στον κόσμο και μια σημαντική πηγή συναλλάγματος και απασχόλησης για πολλές χώρες. Είναι ένα από τα πιο αξιοσημείωτα οικονομικά και κοινωνικά φαινόμενα.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ) (UNWTO, 2020), *ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που συνεπάγεται τη μεταφορά ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντος τους για χρονικό διάστημα μικρότερο από ένα έτος για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς και άλλους σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι καλούνται επισκέπτες και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες περιλαμβάνουν τουριστικές δαπάνες.*

Ο Π.Ο.Τ αναφέρει τον Τουριστικό τομέα, σαν μια συνισταμένη που αποτελείται από διάφορες τουριστικές βιομηχανίες που προσφέρουν συνήθως τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ορίζει 12 τουριστικές βιομηχανίες οι οποίες εξυπηρετούν γενικά τους τουρίστες. Αυτές οι βιομηχανίες είναι:

- Διαμονή
- Εστίαση
- Σιδηροδρομικές μεταφορές
- Οδικές μεταφορές
- Θαλάσσιες μεταφορές
- Αεροπορικές μεταφορές
- Ενοικίαση οχημάτων
- Ταξιδιωτικά πρακτορεία και άλλες δραστηριότητες υπηρεσιών κρατήσεων
- Πολιτισμικές δραστηριότητες
- Σπορ και ψυχαγωγικές δραστηριότητες
- Λιανικό εμπόριο συγκεκριμένων τουριστικών ειδών ανά χώρα
- Άλλες χαρακτηριστικές τουριστικές δραστηριότητες ανά χώρα

Ως επισκέπτης ορίζεται κάποιος που πραγματοποιεί επίσκεψη σε κύριο προορισμό έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον του για λιγότερο από ένα χρόνο και για οποιοδήποτε κύριο σκοπό

όπως για διακοπές, αναψυχή και διασκέδαση, για επιχειρηματικούς σκοπούς, για θέματα υγείας, για εκπαίδευση κ.α. Αυτή η έννοια είναι πολύ μεγαλύτερη από την παραδοσιακή αντίληψη των τουριστών, στην οποία περιλαμβάνονται μόνο όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή (Middleton, 2015).

Ο τουρισμός διακρίνεται από την εξερεύνηση, με την έννοια ότι οι τουρίστες ακολουθούν ένα «συγκεκριμένο μονοπάτι», επωφελούνται από συγκεκριμένα συστήματα παροχής υπηρεσιών και, όπως αρμόζει στους αναζητητές αναψυχής, είναι γενικά προστατευμένοι από διάφορες δυσκολίες και κινδύνους. Ο τουρισμός, ωστόσο, αλληλεπικαλύπτεται με άλλες δραστηριότητες, ενδιαφέροντα και διαδικασίες, όπως, για παράδειγμα, το προσκύνημα. Αυτό δημιουργεί κοινές κατηγορίες, όπως ο «θρησκευτικός τουρισμός», ο «επαγγελματικός τουρισμός», ο «αθλητικός τουρισμός» κ.α (Walton, 2012).

Ο ορισμός του τουρισμού ποικίλει ανάλογα με την πηγή, ενώ στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει συναίνεση όσον αφορά τον ορισμό του. Σχεδόν κάθε φορέας, όργανο κλπ τον ορίζει διαφορετικά (Ugurflu, 2010). Οποιαδήποτε χρήση του τουρισμού και όρων που σχετίζονται με τους επισκέπτες πρέπει να αναγνωρίσει ότι ο τουρισμός είναι ουσιαστικά μια τεχνική έννοια που μετράται από τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία για τις κινήσεις και τις δαπάνες (ζήτηση) επισκεπτών και τις εκτιμήσεις του αριθμού ενός ευρέος φάσματος για τη διαθέσιμη προσφορά πχ εγκαταστάσεις, υποδομές κλπ (Middleton, 2015).

Η ιστορία του τουρισμού

Το ταξίδι για λόγους αναψυχής έχει εξελιχθεί από μια εμπειρία αποκλειστικά για λίγους ανθρώπους σε κάτι που απολαμβάνουν πολλοί. Ιστορικά, η ικανότητα του να ταξιδεύει κάποιος ήταν αποκλειστικά για τις ανώτερες κοινωνικές τάξεις. Ο τουρισμός έχει ηλικία τουλάχιστον 2.000 ετών. Ξεκίνησε όταν πλούσιοι πολίτες της αρχαίας Ρώμης, αποφασίζοντας ότι θα περάσουν τα καλοκαίρια τους μακριά από την πόλη, έκαναν υπαίθρια και υπεράκτια ταξίδια (english-magazine.org, 2020).

Τα ψυχαγωγικά και εκπαιδευτικά ταξίδια υπήρχαν ήδη στον κλασικό κόσμο και, ακόμη και νωρίτερα, στην Αίγυπτο των Φαραώ, όπου υπάρχουν ενδείξεις ταξιδιών που προέρχονται από τον πολυτελές τρόπο ζωής και την αναζήτηση διασκέδασης, εμπειρίας και χαλάρωσης. Οι προνομιούχες ομάδες του πληθυσμού ήταν αυτές που ταξίδευαν κυρίως για ευχαρίστηση. Οι Έλληνες είχαν παρόμοιες παραδόσεις. Ο Ηρόδοτος (485-424 π.Χ.), ο οποίος επισκέφθηκε την

Αίγυπτο, τη Βόρεια Αφρική, τη Μαύρη Θάλασσα, τη Μεσοποταμία και την Ιταλία, πρωτοστάτησε σε ένα νέο είδος ερευνητικού ταξιδιού (Gyr, 2010).

Η κλασική Ρώμη έδωσε επίσης ώθηση στα ταξίδια και στις ιδιαίτερες μορφές διακοπών. Τα ταξίδια διακοπών έγιναν όλο και πιο σημαντικά λόγω της ανάπτυξης υποδομών. Περίπου το 300 π.Χ., υπήρχε οδικό δίκτυο με 90.000 χιλιόμετρα μεγάλων αρτηριών και 200.000 χιλιόμετρα μικρότερων αγροτικών δρόμων. Αυτοί διευκόλυναν όχι μόνο τη μεταφορά στρατιωτών και αγαθών αλλά και τα ιδιωτικά ταξίδια. Τον πρώτο αιώνα μ.Χ. υπήρξε μια πραγματική τουριστική οικονομία που διοργάνωνε ταξίδια για άτομα και ομάδες παρέχοντας πληροφορίες και ασχολήθηκε τόσο με τη στέγαση όσο και με τα γεύματα των ταξιδιωτών. Η παρακμή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας προκάλεσε τον εκφυλισμό πολλών δρόμων. Το ταξίδι έγινε πιο δύσκολο, πιο επικίνδυνο και πιο περίπλοκο (Gyr, 2010).

Κατά τη μεσαιωνική εποχή¹, ο τουρισμός εμφανίστηκε και πάλι χάρη στο αυξανόμενο ενδιαφέρον για προσκυνήματα. Οι διοργανωτές κανόνιζαν τα βασικά όπως, για δρομολόγια και μέρη, για φαγητό και ύπνο (english-magazine.org, 2020). Από τον δωδέκατο αιώνα, τα ταξίδια σε διάσημα εκπαιδευτικά ιδρύματα στη Γαλλία (Παρίσι, Μονπελιέ), Αγγλία (Οξφόρδη) και Ιταλία (Μπολόνια) έγιναν τόσο έθιμο όσο και συνιστώσα της εκπαίδευσης (για τις προνομιούχες ομάδες). Η επιθυμία να βιωθεί ο κόσμος προέκυψε ως ατομική, μοναδική κατευθυντήρια αρχή. Από τον Διαφωτισμό μέχρι τον 19ο αιώνα, τα εκπαιδευτικά ταξίδια, ήταν ένα σημαντικό στάδιο στην ανάπτυξη του τουρισμού. Ο αρχικός στόχος ήταν να διευρυνθεί η μόρφωση ενός ατόμου, να σηματοδοτηθεί το τέλος της παιδικής ηλικίας και να αποκτηθούν και να ακονιστούν οι κοινωνικές χάρες. Ωστόσο, με την πάροδο του χρόνου, ο ελεύθερος χρόνος και η ευχαρίστηση έγιναν όλο και πιο σημαντικοί (Gyr, 2010).

Ως πρώιμη φάση του σύγχρονου τουρισμού, γενικά θεωρείται η περίοδος από τον 18ο αιώνα έως το πρώτο τρίτο του 19ου αιώνα (Gyr, 2010). Κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου, τα τουριστικά ταξίδια παρέμειναν περιορισμένα σε μια μειοψηφία πλούσιων ευγενών και εκπαιδευμένων επαγγελματιών. Για αυτούς, τα ταξίδια ήταν μια διαδεδομένη έκφραση της κοινωνικής τους τάξης, η οποία μεταδίδει την εξουσία, το καθεστώς, τα χρήματα και τον ελεύθερο χρόνο.

Ο απλός τουρισμός αναψυχής έλαβε χώρα όταν η εκβιομηχάνιση σε όλη την Ευρώπη οδήγησε σε μια εύπορη μεσαία τάξη με όλο και περισσότερο ελεύθερο χρόνο. Οι επιχειρηματίες

¹ Μεσαιώνας ονομάζεται η χρονική περίοδος της Ευρωπαϊκής ιστορίας, από τον 5ο μέχρι το 15ο αιώνα μ.Χ

άρχισαν να χτίζουν τουριστικά ξενοδοχεία με υποδομή δρόμων, βαγονιών και πορθμείων. Ο τουρισμός άρχισε να διαμορφώνεται ως διεθνής βιομηχανία (english-magazine.org, 2020).

Στο πλαίσιο της ιστορίας του τουρισμού, ο όρος «εισαγωγική φάση» αναφέρεται σε όλες τις εξελίξεις, δομές και καινοτομίες του σύγχρονου τουρισμού μεταξύ του πρώτου τρίτου του 19ου αιώνα και περίπου του 1950. Αυτή η περίοδος αποτελεί την έναρξη μιας ολοκληρωμένης διαδικασίας που χαρακτηριζόταν από ραγδαία αύξηση στην κουλτούρα της μεσαίας τάξης σχετικά με τα ταξίδια. Προετοιμάζει το δρόμο για έναν μαζικό τουρισμό αναγνωρίσιμο στις σύγχρονες έννοιες του ελεύθερου χρόνου. Η εξέλιξη προχώρησε και βασίστηκε σε μια σειρά από μεταβαλλόμενες κοινωνικές συνθήκες και παράγοντες. Οι σημαντικότεροι περιλαμβάνουν όχι μόνο την προώθηση της εκβιομηχάνισης, των δημογραφικών αλλαγών, της αστικοποίησης και της επανάστασης στις μεταφορές, αλλά και τη βελτίωση των κοινωνικών και εργασιακών δικαιωμάτων, την αύξηση του πραγματικού εισοδήματος και τις επακόλουθες μεταβολές στη ζήτηση των καταναλωτών (Gyr, 2010).

Η τελευταία φάση στον τουρισμό αφορά τη μεταπολεμική περίοδο μέχρι σήμερα. Ο τουρισμός έχει καταστεί σημαντικός κλάδος της παγκόσμιας οικονομίας και αποτελεί καθοριστικό χαρακτηριστικό των σύγχρονων βιομηχανικών εθνών. Η ταξιδιωτική δραστηριότητα άλλαξε λόγω της προόδου στην τεχνολογία των αεροπλάνων που οδήγησε στην ανάπτυξη της βιομηχανίας εμπορικών πτήσεων. Επιπλέον, η σύγχρονη τεχνολογία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο για τον τουρισμό. Έδωσε περισσότερο ελεύθερο χρόνο, εντατικοποιεί τις επικοινωνίες και προκάλεσε πολλές αποτελεσματικές προσεγγίσεις στις μεταφορές. Η επίδραση των υπολογιστών και του διαδικτύου έχει ενισχύσει τον τουρισμό, καθώς οι ταξιδιώτες μπορούν τώρα να ψάξουν για προορισμούς διακοπών, συγκρίσεις ταξιδιωτικών εταιρειών και να πραγματοποιήσουν online κρατήσεις (www.ukessays.com, 2020).

Υπάρχει συναίνεση ότι η τεράστια έκρηξη κατά τη μεταπολεμική περίοδο συνδέθηκε με την οικονομική ανάπτυξη, την τεχνολογική πρόοδο, τον υψηλό βαθμό ανταγωνισμού και τη δημιουργία νέων προορισμών και τρόπων ταξιδιού. Διάφοροι παράγοντες προκάλεσαν αυτήν την έκρηξη, συμπεριλαμβανομένης της αύξησης της ευημερίας, της αστικοποίησης, της άνευ προηγουμένου κατασκευής δικτύων μεταφοράς και επικοινωνιών και της αύξησης του ελεύθερου χρόνου λόγω της μείωσης των ωρών εργασίας, οι οποίες διαμορφώθηκαν με τη μορφή κοινωνικοποίησης.

Οικονομικός αντίκτυπος του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία πολλών οικονομιών σε όλο τον κόσμο. Υπάρχουν πολλά οφέλη του τουρισμού για τους προορισμούς υποδοχής. Ο τουρισμός ενισχύει τα έσοδα της οικονομίας, δημιουργεί χιλιάδες θέσεις εργασίας, αναπτύσσει τις υποδομές μιας χώρας και καλλιεργεί μια αίσθηση πολιτιστικής ανταλλαγής μεταξύ τουριστών-επισκεπτών και πολιτών. (Yehia, 2019)

Εξαιτίας της σχετικά ισχυρής παγκόσμιας οικονομίας, της αναπτυσσόμενης μεσαίας τάξης στις αναδυόμενες οικονομίες, των τεχνολογικών εξελίξεων, των νέα επιχειρηματικών μοντέλων, του προσιτού κόστους ταξιδιού και της διευκόλυνσης των θεωρήσεων εισόδου σε πολλές χώρες, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών παγκοσμίως αυξήθηκαν κατά 4% το 2019 και έφτασαν τα 1,5 δισεκατομμύρια, με βάση τα στοιχεία που αναφέρονται από προορισμούς σε όλο τον κόσμο (1,4 δις το 2018) (UNWTO, 2020) (Pololikashvili, 2019). Η συνεισφορά του τουρισμού ανέρχεται σε 8,9 τρις δολάρια (2019) ή στο 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ. Ταυτόχρονα, τα έσοδα από τον τουρισμό (ως δείκτης εξαγωγών) ανήλθαν σε 1,815 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2019 (data.worldbank.org, 2020) (1,76 τρις 2018).

Στον παρακάτω πίνακα θα δείξουμε την άμεση και έμμεση επιρροή που έχει ο τουρισμός ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ. Οι τιμές του ΑΕΠ είναι τρέχουσες και δηλωμένες σε δολάρια (Statista Research Department, 2021) (The World Bank Group, 2021).

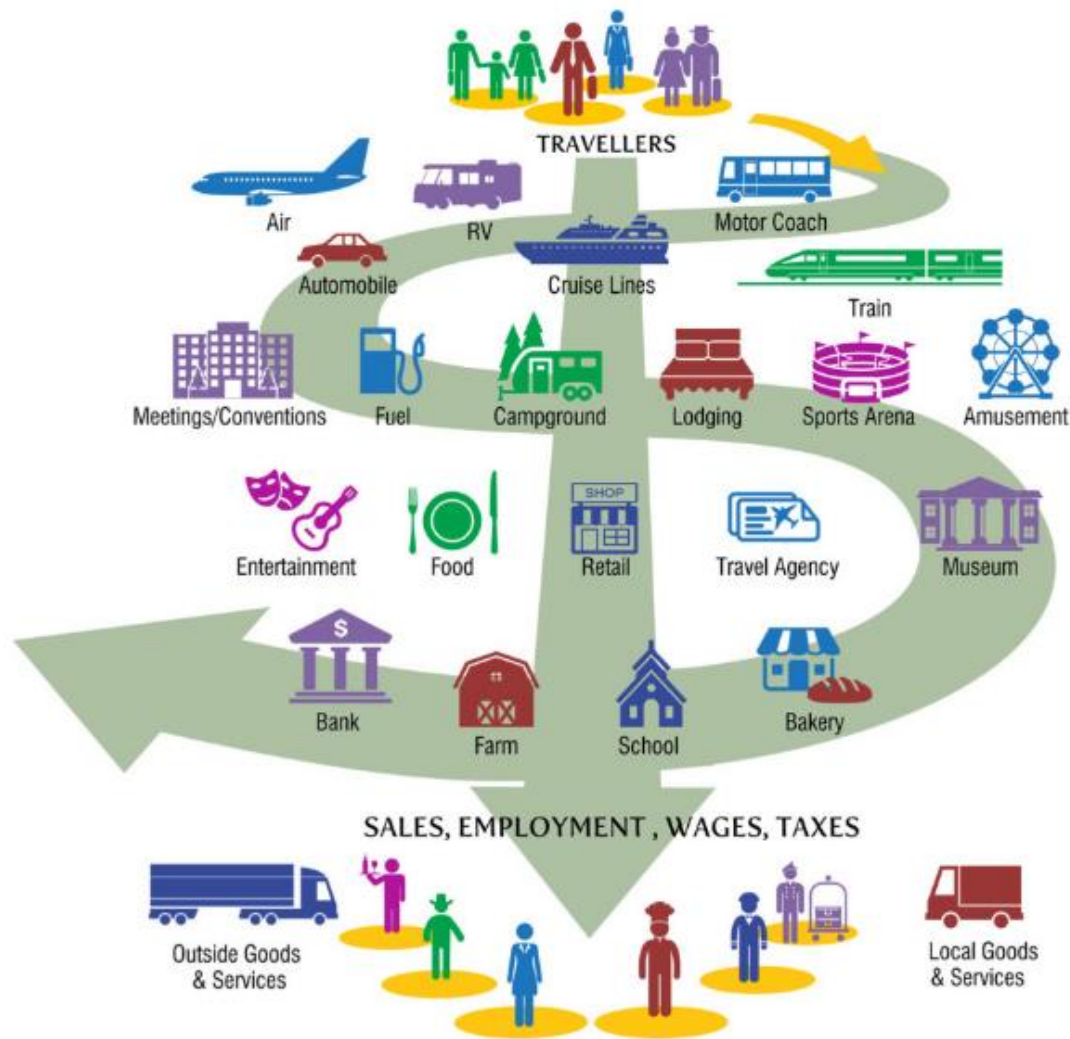
Έτος	Παγκόσμιο ΑΕΠ Τρεχ. Τιμές	Άμεση Επιρροή	Έμμεση Επιρροή
2010	\$66,126 τρις	2,9%	9,3%
2011	\$73,46 τρις	2,9%	9,4%
2012	\$75,162 τρις	2,9%	9,5%
2013	\$77,316 τρις	3%	9,6%

2014	\$79,453 τρις	3%	9,7%
2015	\$75,218 τρις	3,1%	10%
2016	\$76,369 τρις	3,2%	10,1%
2017	\$81,306 τρις	3,2%	10,3%
2018	\$86,439 τρις	3,2%	10,4%
2019	\$87,799 τρις	3,3%	10,4%

Πίνακας 1: Τουριστική βιομηχανία ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ 2010-2019

Αυτό καθιστά τον τομέα μια πραγματική παγκόσμια δύναμη για την οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη, οδηγώντας στη δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας και χρησιμεύοντας ως καταλύτης για την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα (Pololikashvili, 2019). Ο τουρισμός βοηθά στην οικοδόμηση καλύτερου τρόπου ζωής για εκατομμύρια άτομα και μετασχηματίζει ολόκληρες κοινότητες.

Σήμερα, ο όγκος των επιχειρήσεων του τουρισμού ισούται ή ξεπερνά ακόμη και τον όγκο των εξαγωγών πετρελαίου, των τροφίμων ή των αυτοκινήτων. Ο τουρισμός έχει γίνει ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες του διεθνούς εμπορίου και ταυτόχρονα αποτελεί μια από τις κύριες πηγές εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Αυτή η παγκόσμια εξάπλωση του τουρισμού αποφέρει οικονομικά οφέλη και ενισχύει την απασχόληση σε πολλούς συναφείς τομείς - από τις κατασκευές έως τη γεωργία ή τις τηλεπικοινωνίες. Η συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ευημερία εξαρτάται από την ποιότητα και τα έσοδα της τουριστικής προσφοράς (unwto, 2020).



Εικόνα 1: Οικονομική σημασία του τουρισμού στην οικονομία, πηγή: (Douglas, 2018)

Ο αριθμός των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται από τον τουρισμό σε πολλές διαφορετικές περιοχές είναι σημαντικός. Αυτές οι θέσεις εργασίας δεν είναι μόνο μέρος του τουριστικού τομέα, αλλά μπορεί επίσης να περιλαμβάνουν τον γεωργικό τομέα, τον τομέα των επικοινωνιών, το τομέα της υγείας και τον εκπαιδευτικό τομέα. Πολλοί τουρίστες ταξιδεύουν για να ζήσουν τον πολιτισμό, τις διαφορετικές παραδόσεις και τη γαστρονομία του προορισμού φιλοξενίας. Αυτό είναι πολύ επικερδές σε τοπικά εστιατόρια, εμπορικά κέντρα και καταστήματα (Yehia, 2019).

Οι κυβερνήσεις που βασίζονται στον τουρισμό για μεγάλο ποσοστό των εσόδων τους επενδύουν συνήθως αρκετά στις υποδομές των χωρών τους. Θέλουν όλο και περισσότεροι τουρίστες να επισκέπτονται τη χώρα τους, πράγμα που σημαίνει ότι είναι απαραίτητες ασφαλείς και προηγμένες υποδομές και εγκαταστάσεις. Αυτή η πρακτική συμβάλει στη γενικότερη ανάπτυξη μιας χώρας μέσω της δημιουργίας νέων υποδομών μεταφορών

(αυτοκινητόδρομων, αεροδρομίων κ.α.), της βελτίωσης των δημόσιων χώρων, της αναβάθμισης των νοσοκομείων κλπ. (Yehia, 2019).

Κοινωνικός αντίκτυπος του Τουρισμού

Η σημασία του τουρισμού δεν αναγνωρίζεται μόνο μέσω οικονομικών παραγόντων, αλλά υπάρχουν επίσης πολλές θετικές κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Η κατανόηση των κοινωνικών επιπτώσεων του τουρισμού είναι ζωτικής σημασίας για τη διασφάλιση της βιώσιμης διαχείρισης της τουριστικής βιομηχανίας. Υπάρχουν θετικές κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού, που δείχνουν οφέλη τόσο για την τοπική κοινότητα όσο και για τους τουρίστες (Pizam & Milman, 1986).

Ο τουρισμός είναι κατ' εξοχήν ένα κοινωνικό φαινόμενο. Στον πυρήνα της τουριστικής δραστηριότητας βρίσκονται οι άνθρωποι και πιο συγκεκριμένα τα μέλη της κοινωνίας υποδοχής και τα μέλη της κοινωνίας των ταξιδιωτών που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μέσα στο τουριστικό πλαίσιο. Ως αποτέλεσμα, ο τουρισμός αποτελεί μια κοινωνική δραστηριότητα που οδηγεί στη διαμόρφωση των αντιλήψεων, στάσεων και συμπεριφορών των τουριστών και των κοινωνιών υποδοχής ενώ έχει τόσο θετικό όσο και αρνητικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες των τουριστικών προορισμών (Φαρμάκη, 2018).

Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι οι τρόποι με τους οποίους ο τουρισμός συμβάλλει σε αλλαγές στα συστήματα αξίας, στην ατομική συμπεριφορά, στις οικογενειακές σχέσεις, στον συλλογικό τρόπο ζωής, στην ηθική συμπεριφορά, στις δημιουργικές εκφράσεις, στις παραδοσιακές τελετές και στην οργάνωση της κοινότητας. Είναι οι επιπτώσεις στους ανθρώπους των κοινοτήτων υποδοχής μέσω των άμεσων και έμμεσων σχέσεων τους με τους τουρίστες. Οι κοινωνικοπολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι δύσκολο να μετρηθούν στο σύνολο τους (Pizam & Milman, 1986).

Ο τουρισμός δημιουργεί μια πολιτιστική ανταλλαγή μεταξύ τουριστών και ντόπιων πολιτών. Επιπλέον, οι ξένοι τουρίστες φέρνουν πολυμορφία και πολιτιστικό εμπλουτισμό στη χώρα υποδοχής (Yehia, 2019). Ο τουρισμός είναι μια μεγάλη ευκαιρία για τους ξένους να μάθουν για μια νέα κουλτούρα, αλλά δημιουργεί επίσης πολλές ευκαιρίες για τους ντόπιους πολίτες. Επιτρέπει στους νέους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες που δεν θα ήταν βιώσιμα μόνο στον τοπικό πληθυσμό των κατοίκων.

Υπάρχουν πολλά κοινωνικά οφέλη του τουρισμού, τα οποία έχουν θετικό κοινωνικό αντίκτυπο. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν: τη διατήρηση της τοπικής κουλτούρας και

κληρονομιάς, την ενίσχυση των κοινοτήτων, την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, την εμπορευματοποίηση του πολιτισμού και της τέχνης, την αναζωογόνηση των εθίμων και των μορφών τέχνης και τη διατήρηση της κληρονομιάς.

Από την άλλη μεριά, δημιουργείται ένας μεγάλος αριθμός κοινωνικό-πολιτιστικών προβλημάτων στις κοινότητες υποδοχής εξαιτίας των τουριστικών δραστηριοτήτων. Συχνά δημιουργείται μια κοινωνική αλλαγή, δηλαδή μια τροποποίηση στον τρόπο με τον οποίο η κοινωνία ενεργεί ή συμπεριφέρεται. Μπορεί να αφορά απλές επιρροές στον τρόπο ομιλίας και στη συμπεριφορά των ντόπιων, μέχρι την αύξηση της εγκληματικότητας ως συνέπεια συγκεκριμένων δραστηριοτήτων (τυχερά παιχνίδια, σεξουαρισμός κλπ). Επίσης, σε αρκετές περιπτώσεις η τουριστική βιομηχανία μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς ενός τόπου, ιδίως σε τόπους μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, η παγκοσμιοποίηση είναι αναπόφευκτη στον τουριστικό κλάδο λόγω της αλληλεπίδρασης μεταξύ τουριστών και ντόπιων κατοίκων, που συνήθως προέρχονται από διαφορετικά γεωγραφικά και πολιτιστικά υπόβαθρα. Αυτή η αλληλεπίδραση των ατόμων ενθαρρύνει την ομοιομορφία και σε ένα βαθμό την απομάκρυνση από τις τοπικές παραδόσεις και την αυθεντικότητα του κάθε τόπου.

Περιβαλλοντικός αντίκτυπος του Τουρισμού

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού έχουν αποκτήσει αυξανόμενη σημασία τα τελευταία χρόνια. Με την άνοδο του βιώσιμου τουρισμού (Budeanu, et al., 2016) και τον αυξανόμενο αριθμό πρωτοβουλιών για να είναι φιλικός προς το περιβάλλον, οι τουρίστες και οι ενδιαφερόμενοι αναγνωρίζουν πλέον τη σημασία της περιβαλλοντικής διαχείρισης στον τουριστικό κλάδο.

Η σχέση του τουρισμού με το περιβάλλον είναι περίπλοκη και πολλές δραστηριότητες μπορεί να έχουν δυσμενείς περιβαλλοντικές επιπτώσεις εάν δεν πραγματοποιηθεί προσεκτικός σχεδιασμός και διαχείριση του τουρισμού. Πολλές από τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκύπτουν από τον τουρισμό συνδέονται με την κατασκευή γενικών υποδομών, όπως δρόμων και αεροδρομίων, και τουριστικών εγκαταστάσεων, όπως θέρετρα, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα, γήπεδα γκολφ και μαρίνες. Οι αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης μπορούν σταδιακά να καταστρέψουν τους περιβαλλοντικούς πόρους από τους οποίους εξαρτάται. Ειδικότερα, ο παγκόσμιος τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 8% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων θερμοκηπίου (μεγάλο μέρος των οποίων προέρχεται από τις αεροπορικές εταιρίες) (Lenzen, et al., 2018), καθώς και άλλες σημαντικές

περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις που δεν είναι πάντοτε ευεργετικές για τις τοπικές κοινότητες και τις οικονομίες τους.

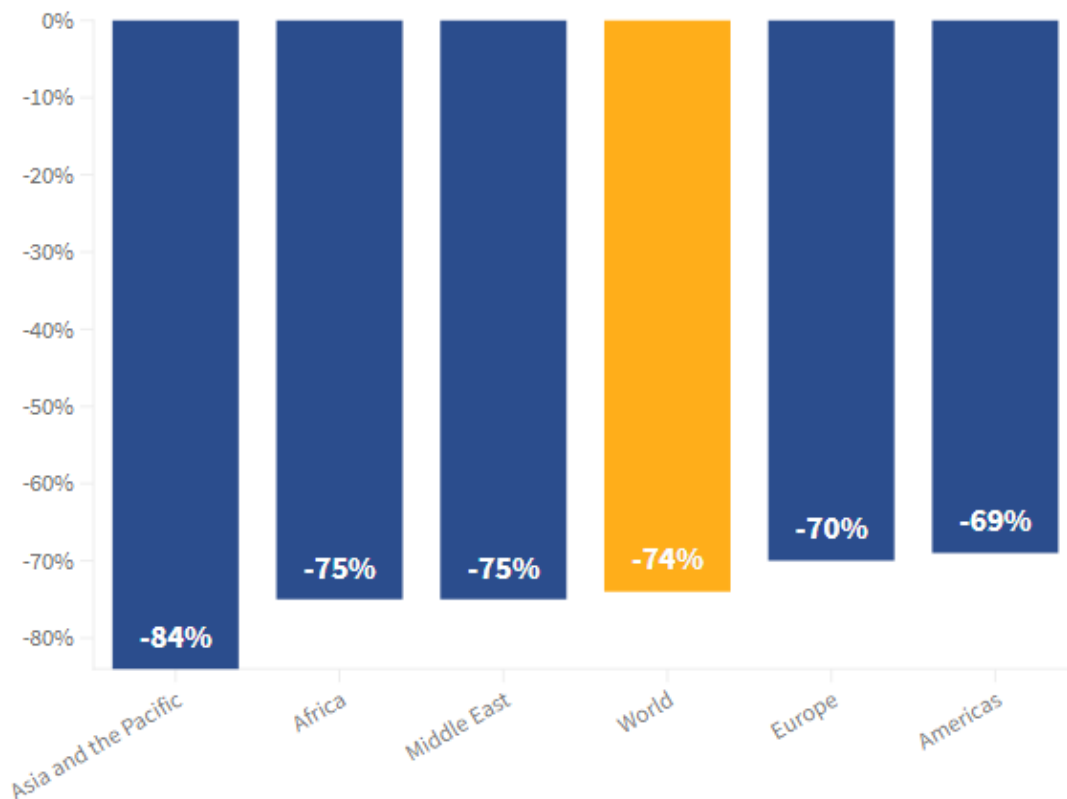
Λόγω των παραπάνω επιπτώσεων, δημιουργείται ισχυρή συναίνεση ως προς την αναγκαιότητα για βιωσιμότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων. Ο βιώσιμος τουρισμός είναι ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, καλύπτοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής (Swarbrooke, 1999).

Στα θετικά των επιπτώσεων, η πιο συχνά γνωστή θετική περιβαλλοντική επίπτωση του τουρισμού είναι η ευαισθητοποίηση. Πολλοί προορισμοί προωθούν τον οικοτουρισμό και τον βιώσιμο τουρισμό και αυτό μπορεί να βοηθήσει στην εκπαίδευση των ανθρώπων σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού. Υπάρχουν επίσης πολλά εθνικά πάρκα και διατηρητέες περιοχές σε όλο τον κόσμο που συμβάλλουν στην προώθηση θετικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού.

Προκλήσεις για τον Τουρισμό

Το 2020 ήταν μια από τις χειρότερες χρονιές για τον παγκόσμιο τουρισμό, με τις διεθνείς αφίξεις να μειώνονται κατά 74% σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (unwto.org, 2021). Οι προορισμοί παγκοσμίως κατέγραψαν 1 δισεκατομμύριο λιγότερες διεθνείς αφίξεις το 2020 από ό, τι το προηγούμενο έτος, λόγω της άνευ προηγουμένου πτώσης της ζήτησης και των εκτεταμένων ταξιδιωτικών περιορισμών. Αυτό το φαινόμενο συγκρίνεται με την πτώση 4% που σημειώθηκε κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης του 2009.

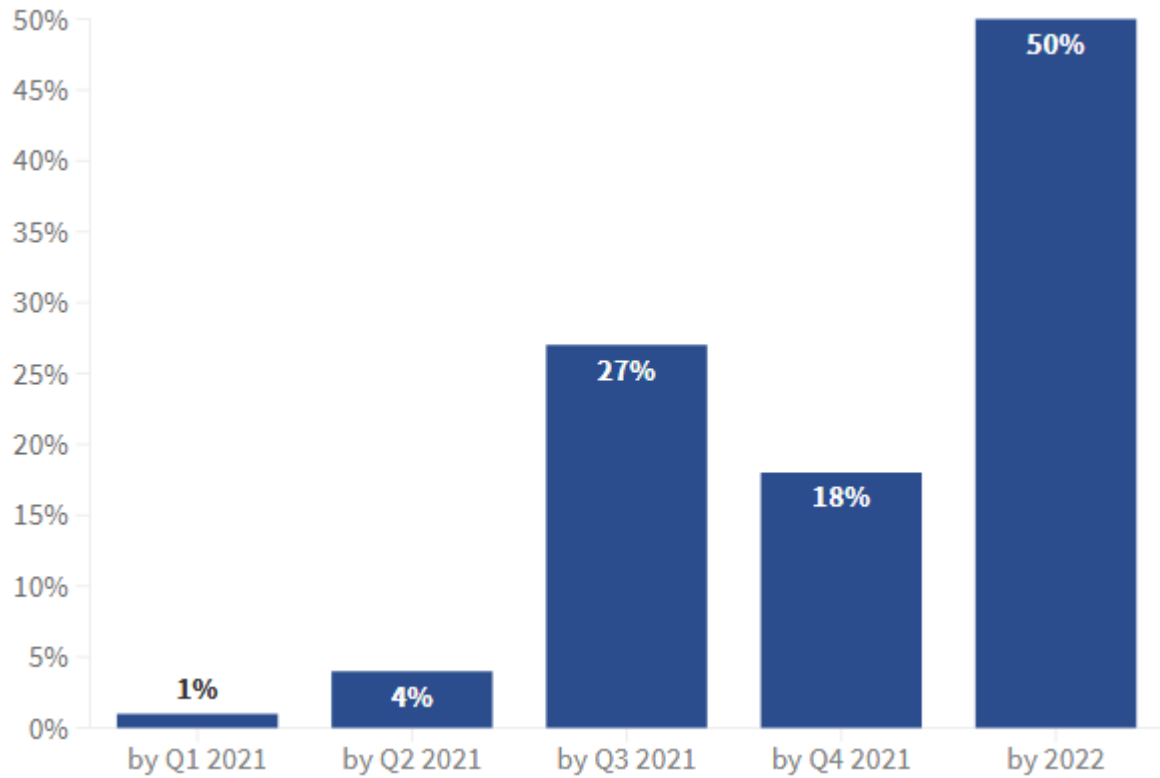
Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζεται η μείωση των αφίξεων το 2020 λόγω της πανδημίας ανά περιοχή. Η Ασία και η περιοχή του Ειρηνικού είχαν τη μεγαλύτερη μείωση (-84% ή 300 εκατομμύρια λιγότερες αφίξεις). Είναι οι πρώτες περιοχές που επλήγησαν από την πανδημία και με το υψηλότερο επίπεδο ταξιδιωτικών περιορισμών που ισχύουν σήμερα. Η Μέση Ανατολή και η Αφρική κατέγραψαν μείωση 75%, ενώ η Ευρώπη και η Αμερική είχαν 70% και 69% αντίστοιχα. Η Ευρώπη υπέστη τη μεγαλύτερη πτώση σε απόλυτους όρους, με πάνω από 500 εκατομμύρια λιγότερους διεθνείς τουρίστες το 2020, και παρά τη μικρή ανάκαμψη που επετεύχθη κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.



Εικόνα 2: Επιρροή της πανδημίας covid-19 στις διάφορες περιοχές

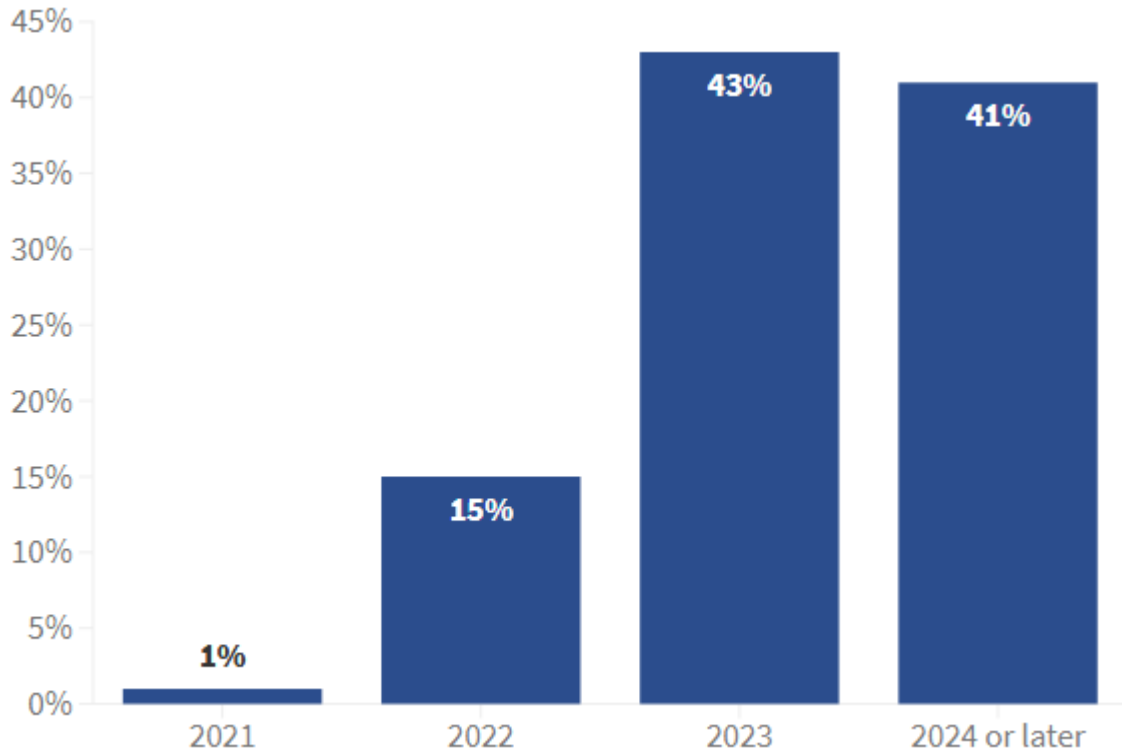
Σύμφωνα με το τελευταίο παγκόσμιο βαρόμετρο τουρισμού του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η κατάρρευση των διεθνών ταξιδιών αντιπροσωπεύει μια εκτιμώμενη απώλεια 1,3 τρισεκατομμυρίων δολαρίων στα έσοδα από τις εξαγωγές - περισσότερο από 11 φορές την απώλεια που σημειώθηκε κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης του 2009. Η κρίση έθεσε σε κίνδυνο 100 έως 120 εκατομμύρια άμεσες τουριστικές θέσεις εργασίας, πολλές από αυτές σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (unwto.org, 2021).

Για το 2021 η προοπτική είναι μικτή (unwto.org, 2021). Σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Ιανουάριος 2021) το 50% των ερωτηθέντων αναμένουν να υπάρξει ανάκαμψη το 2022, ενώ το υπόλοιπο μισό των ερωτηθέντων εξακολουθεί να βλέπει πιθανή ανάκαμψη το 2021, αν και κάτω από τις προσδοκίες που εμφανίζονται στην έρευνα του Οκτωβρίου 2020.



Εικόνα 3: Αναμενόμενος χρόνος ανάκαμψης του Τουρισμού

Επιπλέον, οι περισσότεροι εμπειρογνώμονες δεν αναμένουν την επιστροφή στα επίπεδα προ-πανδημίας να συμβαίνει πριν από το 2023. Το 43% των ερωτηθέντων αναμένουν το 2023, ενώ το 41% αναμένει ότι η επιστροφή στα επίπεδα του 2019 θα συμβεί μόνο το 2024 ή αργότερα. Τα εκτεταμένα σενάρια του UNWTO για το 2021-2024 δείχνουν ότι θα χρειαστούν δύομισι έως τέσσερα χρόνια για να επιστρέψει ο διεθνής τουρισμός στα επίπεδα του 2019.



Εικόνα 4: Αναμενόμενος χρόνος ανάκαμψης του Τουρισμού στα επίπεδα προ-πανδημίας

Όταν ο τουρισμός επανεκκινήσει εκ νέου, εκτιμάται ότι θα υπάρξει αυξανόμενη ζήτηση για υπαίθριες και φυσικές τουριστικές δραστηριότητες, με τον εγχώριο τουρισμό και τις εμπειρίες «αργών ταξιδιών² / εναλλακτικού τουρισμού» να αποκτούν αυξανόμενο ενδιαφέρον.

² Το αργό ταξίδι είναι μια προσέγγιση στο ταξίδι που δίνει έμφαση στη σύνδεση: με τους ντόπιους, τους πολιτισμούς, τα τρόφιμα και τη μουσική. Βασίζεται στην ιδέα ότι ένα ταξίδι προορίζεται να εκπαιδεύσει και να έχει συναισθηματικό αντίκτυπο, στην παρούσα στιγμή και στο μέλλον, ενώ παραμένει βιώσιμο για τις τοπικές κοινότητες και το περιβάλλον.

Κεφάλαιο 2^ο

Εναλλακτικός τουρισμός

Ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί για τα τεράστια οικονομικά και κοινωνικά του οφέλη, ως μέσο δημιουργίας θέσεων εργασίας και μεγέθυνσης του ΑΕΠ. Σε κάποιες περιπτώσεις όμως, αποτελεί πηγή μεγάλου φάσματος σοβαρών προβλημάτων, ειδικά στις αναπτυσσόμενες οικονομίες (Triarchi & Karamanis, 2017).

Τέσσερα βασικά φαινόμενα επιρροής οδήγησαν στην ανάγκη μιας διαφορετικής προσέγγισης στον τουρισμό (Triarchi & Karamanis, 2017):

- **οικονομικά ζητήματα**, όπως το γεγονός ότι η οικονομική ανάπτυξη δεν έλυσε το πρόβλημα της φτώχειας,
- **περιβαλλοντικά ζητήματα** που σχετίζονται με τη μαζική τουριστική επίδραση στο περιβάλλον,
- **πολιτικά ζητήματα** που αντικατοπτρίζουν την πολιτική οικονομία της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας που έγινε μια φυσική συνέχεια των ιστορικών ανισοτήτων μεταξύ του Πρώτου (προηγμένες δυτικές χώρες) και του Τρίτου Κόσμου (φτωχές αναπτυσσόμενες χώρες), και
- **κοινωνικά ζητήματα**, συμπεριλαμβανομένης της νέας ταξιδιωτικής αγοράς μεταμοντέρνας κουλτούρας.

Έτσι, δημιουργήθηκε η ανάγκη για μια νέα μορφή τουρισμού που θα έχει λιγότερες και λιγότερο σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις στις περιοχές προορισμού και στους πληθυσμούς τους, και θα εξακολουθούσε ταυτόχρονα να δημιουργεί θετικά οικονομικά αποτελέσματα. Αυτή η νέα «μορφή» του τουρισμού προέκυψε ως εναλλακτική λύση στον «μαζικό» ή «συμβατικό / εμπορικό» τουρισμό.

Ορισμένες αρχές για τον καλύτερο ορισμό του εναλλακτικού τουρισμού έχουν αναπτυχθεί ως εξής (Macleod, 2004):

α) Θα πρέπει να βασίζεται στον διάλογο με τους ντόπιους, οι οποίοι θα πρέπει να ενημερώνεται για τις επιπτώσεις του,

β) Πρέπει να είναι φιλικός προς το περιβάλλον και να αποδίδει σεβασμό στον τοπικό πολιτισμό και στη θρησκευτική παράδοση, και

γ) Η κλίμακα του τουρισμού πρέπει να προσαρμοστεί στην ικανότητα της τοπικής περιοχής και να μετρηθεί με αισθητικούς και οικολογικούς όρους.

Τα κύρια χαρακτηριστικά στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, θα μπορούσαν να ομαδοποιηθούν σε τρεις κατηγορίες (Triarchi & Karamanis, 2017):

- **Διαχείριση.** Η διαδικασία ανάπτυξης είναι ελεγχόμενη και χαμηλή. Ο προγραμματισμένος ρυθμός δεν είναι τόσο σημαντικός. Οι επιπτώσεις της ευαισθητοποίησης εστιάζουν στη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων. Ο υπεύθυνος προγραμματισμός είναι συνήθως από την τοπική κοινότητα.
- **Ρύθμιση.** Τοπικός έλεγχος, τοπική λήψη αποφάσεων. Ολιστικού χαρακτήρα. Ελαχιστοποίηση των τοπικών αρνητικών επιπτώσεων. Έμφαση στη σταθερότητα της κοινότητας. Το χρονικό πλαίσιο είναι μακροπρόθεσμο.
- **Συμβολή στην οικονομία.** Ο ρόλος του τουρισμού είναι συμπληρωματικός στην υπάρχουσα οικονομική δραστηριότητα. Οι συνδέσεις και οι διαρροές του εισοδήματος είναι ελάχιστες και κυρίως εσωτερικές.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως εκείνες οι μορφές τουρισμού που αποδεικνύονται συνεπείς με τις φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους επισκέπτες να απολαύσουν μια θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση με κοινές εμπειρίες. Περιλαμβάνει ταξίδια σε σχετικά απομακρυσμένες, αδιατάρακτες φυσικές περιοχές με στόχο την απόλαυση των τοπίων και των τοπικών πολιτισμών. Η διατήρηση του περιβάλλοντος είναι υψίστης σημασίας. Γενικά, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική λύση για τον μαζικό τουρισμό ως φιλοσοφία και στάση. Η κύρια έμφαση σε αυτά τα ταξίδια είναι το διατηρημένο φυσικό περιβάλλον, η αυθεντική ατμόσφαιρα και οι τοπικές παραδόσεις.

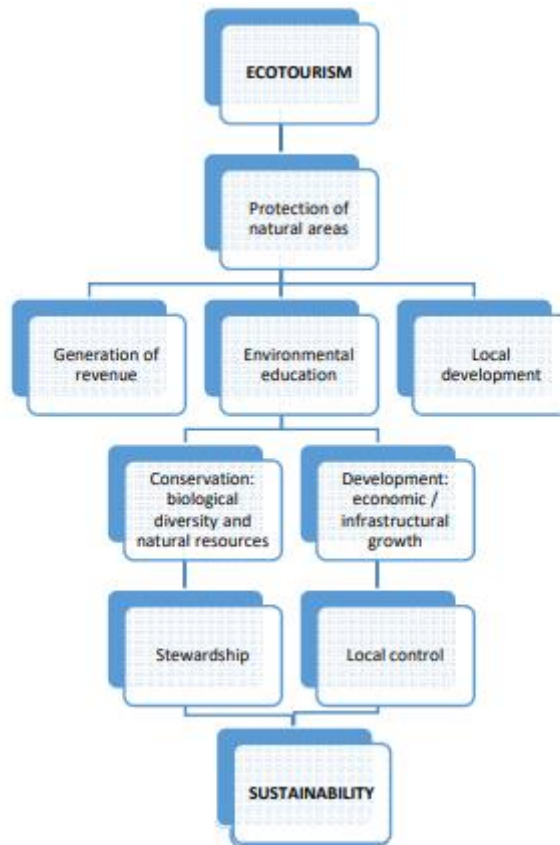
Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Υπάρχουν αρκετές πτυχές του εναλλακτικού τουρισμού που καλλιεργούν την κοινωνική και οικολογική αναδιάρθρωση, με σημαντικότερες μορφές τον οικοτουρισμό, τον πολιτιστικό και δημιουργικό τουρισμό, τον βιώσιμο τουρισμό, τον τουρισμό υπέρ των φτωχών (pro-poor tourism -PPT), το δίκαιο εμπόριο, τον τουρισμό με βάση την κοινότητα, την επίτευξη ειρήνης μέσω του τουρισμού (peace through tourism), τον εθελοντικό τουρισμό και τον τουρισμό αλληλεγγύης (Triarchi & Karamanis, 2017).

Ο οικοτουρισμός εμφανίστηκε στα μέσα της δεκαετίας του '80, όταν οι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν σε μακρινά μέρη, ειδικά σε φυσικά καταφύγια. Αυτός ο τύπος τουρισμού στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών πληθυσμών. Βασίζεται στην παρατήρηση της φύσης και σχηματίζει μια νέα σύνδεση μεταξύ των τουριστικών πρακτόρων, των ταξιδιωτικών γραφείων, των τοπικών κοινοτήτων, των οργανώσεων, των προστατευόμενων περιοχών, των επιστημονικών κοινοτήτων κ.λπ. Μεταξύ των στόχων του οικοτουρισμού είναι η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον, η ενημέρωση των τουριστών σχετικά με τους τοπικούς κανονισμούς, η συμμετοχή σε περιφερειακά προγράμματα διατήρησης της φύσης και η επιρροή στη συμπεριφορά των επισκεπτών.

Η έννοια του αειφόρου τουρισμού είναι ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, καλύπτοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής (unwto.org, 2021).

Η σχέση μεταξύ του οικοτουρισμού και της αειφορίας, μεταξύ της διατήρησης και της ανάπτυξης παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα (Ross & Wall, 1999).



Εικόνα 5: Προοπτική του οικοτουρισμού

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουριστικής δραστηριότητας στον οποίο το βασικό κίνητρο του επισκέπτη είναι να μάθει, να ανακαλύψει, να βιώνει και να καταναλώσει τα υλικά και άυλα πολιτιστικά αξιοθέατα / προϊόντα σε έναν τουριστικό προορισμό. Αυτά τα αξιοθέατα / προϊόντα σχετίζονται με ένα σύνολο διακριτικών υλικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει τις τέχνες και την αρχιτεκτονική, την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, τη μαγειρική κληρονομιά, τη λογοτεχνία, τη μουσική, τις δημιουργικές βιομηχανίες και τους ζωντανούς πολιτισμούς με τον τρόπο ζωής, τις πεποιθήσεις και παραδόσεις τους (unwto.org, 2020). Αυτά τα αξιοθέατα που θεωρούνται πόλοι έλξης πολιτιστικών τουριστών είναι (Triarchi & Karamanis, 2017):

- οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία
- μέρη που συνδέονται με την αρχιτεκτονική τους (ερείπια, διάσημα κτίρια, ολόκληρες πόλεις)
- η τέχνη, η γλυπτική, η χειροτεχνία, οι γκαλερί, τα φεστιβάλ, οι εκδηλώσεις
- η μουσική και ο χορός (κλασική, λαϊκή, σύγχρονη)

- το δράμα (θέατρο, ταινίες, δραματικοί)
- η μελέτη γλώσσας και λογοτεχνίας, εκδρομές, εκδηλώσεις
- τα θρησκευτικά πανηγύρια, τα προσκυνήματα

Μέρος του πολιτιστικού τουρισμού είναι και ο θρησκευτικός τουρισμός, ένας τύπος τουρισμού με σκοπό το προσκύνημα, που σημαίνει ταξίδι για θρησκευτικούς ή πνευματικούς σκοπούς, και την προβολή θρησκευτικών μνημείων και αντικειμένων ως αξιοθέατα.

Ο δημιουργικός τουρισμός είναι ένας τύπος τουρισμού που αναπτύσσει τη δημιουργικότητα των τουριστών μέσω της ενεργού συμμετοχής τους σε εμπειρίες που είναι χαρακτηριστικές του προορισμού τους, σε πολλούς τομείς όπως μαγειρική, ζωγραφική, φωτογραφία, χειροτεχνίες κλπ.

Το PPT είναι περισσότερο μια προσέγγιση στην ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού που ενισχύει τις σχέσεις μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και φτωχών ανθρώπων, προκειμένου ο τουριστικός τομέας να υποστηρίξει την εξάλειψη της φτώχειας και οι φτωχοί άνθρωποι να έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν στην ανάπτυξη του προϊόντος (Triarchi & Karamanis, 2017). Απαιτούνται τρεις βασικές δραστηριότητες: η αύξηση της πρόσβασης των φτωχών στα οικονομικά οφέλη (με την επέκταση των επιχειρηματικών και εργασιακών ευκαιριών για τους φτωχούς, την παροχή κατάρτισης κλπ), η αντιμετώπιση των αρνητικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων που συχνά συνδέονται με τον τουρισμό και η μεταρρύθμιση της πολιτικής / διαδικασίας, δημιουργώντας ένα πλαίσιο πολιτικής και προγραμματισμού που εξαλείφει ορισμένα από τα εμπόδια για τους φτωχούς, προωθώντας τη συμμετοχή των φτωχών στο σχεδιασμό διαδικασιών λήψης αποφάσεων γύρω από τον τουρισμό και ενθαρρύνοντας τις συνεργασίες μεταξύ του ιδιωτικού τομέα και των φτωχών ανθρώπων στην ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων (Roe & Urquhart, 2001).

Η ειρήνη μέσω του τουρισμού επικεντρώνεται στα είδη τουρισμού που ευνοούν πιο ειρηνικές σχέσεις. Ο επίσημος τρόπος να εξηγηθεί η σχέση μεταξύ τουρισμού και ειρήνης, είναι να διασφαλιστεί ότι ο διαπολιτισμικός διεθνής τουρισμός καλλιεργεί αρμονικές σχέσεις. Αυτός ο τύπος τουρισμού μπορεί να συμβάλει στη συμφιλίωση δύο εθνών και γενικά των αντιπαρατιθέμενων ομάδων ανθρώπων σε καταστάσεις σύγκρουσης, εξασφαλίζοντας τη συνύπαρξή τους (Triarchi & Karamanis, 2017).

Ο εθελοντικός τουρισμός εμφανίστηκε ως απάντηση σε αυξανόμενα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα στις αναπτυσσόμενες χώρες και ως απάντηση σε φυσικές

καταστροφές και τρομοκρατικές επιθέσεις. Ουσιαστικά, οι άνθρωποι επιλέγουν να κάνουν εθελοντική εργασία ενώ ταξιδεύουν και εξερευνούν τον προορισμό τους ενώ εργάζονται. Η ιδέα του εθελοντικού τουρισμού αυξάνεται επίσης λόγω πρωτοβουλιών μεγάλων οργανισμών, οι οποίοι συγκεντρώνουν χρήματα για προγράμματα που βοηθούν κοινότητες που έχουν ανάγκη.

Ο τουρισμός δικαιοσύνης ή ο τουρισμός Αλληλεγγύης είναι μια διαδικασία που προωθεί μια δίκαιη μορφή ταξιδιού μεταξύ μελών διαφορετικών κοινοτήτων. Επιδιώκει την επίτευξη αμοιβαίας κατανόησης, αλληλεγγύης και ισότητας μεταξύ των συμμετεχόντων. Ο τουρισμός δικαιοσύνης έχει ως κεντρικούς στόχους τη δημιουργία οικονομικών ευκαιριών για την τοπική κοινότητα, θετική πολιτιστική ανταλλαγή μεταξύ επισκεπτών και φιλοξενούμενων μέσω της μεταξύ τους αλληλεπίδρασης, της προστασίας του περιβάλλοντος και της ιστορικής εκπαίδευσης.

Εναλλακτικός τουρισμός- μέγεθος αγοράς

Το ακριβές μέγεθος της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού, είναι δύσκολο να υπολογιστεί με ακρίβεια. Διεθνείς οργανισμοί και μεγάλες επιχειρήσεις διεξάγουν έρευνες σχετικά με τα κίνητρα των τουριστών και έτσι προσπαθούν να εξάγουν συμπεράσματα σχετικά με το μέγεθος των διάφορων συνισταμένων του εναλλακτικού τουρισμού. Παρακάτω θα δείξουμε στοιχεία σχετικά με την αγορά του πολιτιστικού τουρισμού και του οικοτουρισμού, ως δύο από τις κυριότερες κατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού.

Σε έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (World Tourism Organization, 2018) το μέγεθος της αγοράς του πολιτιστικού τουρισμού εκτιμήθηκε, σε σχέση με το ποσοστό των εισερχόμενων τουριστών που αντιστοιχούν στον πολιτιστικό τουρισμό, σε περίπου 35,8%. Δηλαδή κατά μέσο όρο, το 35,8% των τουριστών έχουν ως κριτήριο επιλογής προορισμού κάποιο πολιτιστικό χαρακτηριστικό. Εκτιμάται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40% του συνόλου του ευρωπαϊκού τουρισμού, όπου 4 στους 10 τουρίστες επιλέγουν τον προορισμό τους με βάση πολιτιστικά κριτήρια (European Commission, 2021). Τέλος, σε παγκόσμιο επίπεδο το μέγεθος της αγοράς πολιτιστικού τουρισμού έχει τη δυνατότητα να αυξηθεί κατά 2565,61 δισεκατομμύρια δολάρια κατά την περίοδο 2020-2024 και η δυναμική της αγοράς θα επιταχυνθεί κατά τη διάρκεια της περιόδου πρόβλεψης (www.technavio.com, 2020).

Το 2019 οι αγορές του οικοτουρισμού ανήλθε σε 181.1 δις δολάρια και αναμένεται να φτάσει τα 333,8 δις δολάρια το 2027, με έναν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης περίπου 14,3%. (Deshmukh & Himanshu, 2021).

Εναλλακτικός τουρισμός- τάσεις

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Booking.com υπάρχει αυξημένη ζήτηση σχετικά με τις φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές διαμονής, με τους ταξιδιώτες να επιδιώκουν να κάνουν κράτηση για «πράσινες» διαμονές, ενώ ταυτόχρονα είναι πρόθυμοι να απορροφήσουν το επιπλέον κόστος για να διασφαλίσουν ότι ταξιδεύουν πιο βιώσιμα (Booking.com, 2018) . Αυτή η ταξιδιωτική τάση συνεχίζει να έχει αυξημένη δυναμική με τη μεγάλη πλειοψηφία των ταξιδιωτών παγκοσμίως (87%) να δηλώνουν ότι θέλουν να ταξιδέψουν με βιώσιμο τρόπο, και σχεδόν το 39% αυτών επιβεβαιώνουν ότι συχνά ή πάντα καταφέρνουν να το κάνουν. Από την άλλη πλευρά, το 48% δηλώνει ότι ποτέ, σπάνια ή μόνο μερικές φορές καταφέρνουν να ταξιδέψουν με βιώσιμο τρόπο, υποδηλώνοντας ότι ενώ πολλά υποσχόμενα βήματα γίνονται για ένα πιο πράσινο μέλλον, υπάρχει ακόμη αρκετός χώρος για να μετατραπουν οι προθέσεις αυτές σε δράση.

Σχετικά με το κίνητρο των ανθρώπων για πιο βιώσιμα ταξίδια, φαίνεται ότι το ίδιο το ταξίδι είναι το μεγαλύτερο κίνητρο. Έξι στους δέκα ταξιδιώτες δήλωσαν ότι βρήκαν τα εντυπωσιακά φυσικά αξιοθέατα που επισκέφτηκαν σε προηγούμενα ταξίδια ως έμπνευσή τους να ταξιδέψουν πιο βιώσιμα, ενώ πάνω από τα μισά (54%) δήλωσαν ότι βλέποντας τον ορατό αντίκτυπο που μπορεί να έχει ο τουρισμός στους προορισμούς χρησιμεύει ως έμπνευση.

Στον πολιτιστικό τουρισμό οι βασικές τάσεις σχετίζονται με (GlobalData, 2018):

- Η αναζήτηση τοπικών εμπειριών, με στόχο οι ταξιδιώτες μέσα από την επαφή τους με τους ντόπιους αν αποκομίσουν διάφορα οφέλη πνευματικού κυρίως χαρακτήρα.
- Την κοινωνική συνδεσιμότητα, ως μια αναδυόμενη τάση μεταξύ των πολιτιστικών τουριστών, καθώς οι ταξιδιώτες δείχνουν μεγαλύτερη ανησυχία για κοινωνικά ζητήματα και γνωρίζουν τον θετικό αντίκτυπο που μπορούν να έχουν. Οι παίκτες του τουρισμού αξιοποιούν αυτό το τμήμα παρέχοντας πακέτα που έχουν σχεδιαστεί πιο ρητά για κοινωνικές πτυχές. Περιλαμβάνουν επίσης εθελοντικά προγράμματα στα πακέτα τους, τα οποία επικεντρώνονται στην επιστροφή στις κοινότητες ως μέρος μιας πιο εμπλουτισμένης πολιτιστικής εμπειρίας.

- Την εξερεύνηση της τοπικής γαστρονομίας. Αναμένεται ότι η δημιουργικότητα στη γαστρονομία είναι πιθανό να αυξηθεί στο μέλλον, λόγω της περιέργειας μεταξύ των τουριστών για να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους, δίνοντάς τους έναν ξεχωριστό σύνδεσμο με τοπικές κουζίνες.
- Το προσκύνημα και τον θρησκευτικό τουρισμό ως ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα τμήματα του πολιτισμικού τουρισμού. Αναμένεται ότι τα προσκυνήματα και ο θρησκευτικός τουρισμός θα αναπτυχθούν στο μέλλον, είναι λιγότερο επιρρεπείς σε οικονομικές κρίσεις καθώς εξυπηρετεί έναν βαθύτερο σκοπό από τα παραδοσιακά ταξίδια και μπορεί να προσελκύσει ταξιδιώτες όλων των ηλικιών και εθνικοτήτων.

Επιπλέον, οι νεότεροι τουρίστες δείχνουν μια αυξητική τάση ως προς το ενδιαφέρον για αναζήτηση προορισμών οι οποίοι προσφέρουν κυρίως πολιτιστικά δρώμενα. Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 24% των καταναλωτών δηλώνουν ότι είναι πιθανό να κλείσουν ένα ταξίδι πολιτιστικού τουρισμού τον επόμενο χρόνο. Αυτό το ποσοστό αυξάνεται μεταξύ των νεότερων καταναλωτών. Επιπλέον, οι καταναλωτές με τα υψηλότερα εισοδήματα είναι πιο πιθανό να επιλέξουν πολιτιστικά ταξίδια (34% έναντι 29% των ατόμων με χαμηλότερα εισοδήματα), δείχνοντας ότι υπάρχει ικανότητα και προθυμία να πληρώσουν για ειδικές εμπειρίες που είναι πιο μεταμορφωτικές και επιβραβευτικές από τα παραδοσιακά ταξίδια (GlobalData, 2018).

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια μικρότερη αγορά, αλλά έχει μια πιο πιστή καταναλωτική βάση. Παρά το μικρότερο κοινό, η φύση του ταξιδιού σημαίνει ότι οι πελάτες είναι πιο πιστοί και οι προορισμοί είναι πιο ικανοί να βασίζονται σε αυτόν τον συγκεκριμένο τύπο επιχείρησης από ό, τι σε άλλους τύπους ταξιδιών. Υπάρχουν αξιοσημείωτες περιφερειακές τάσεις στα θρησκευτικά ταξίδια, με το 13% των ταξιδιωτών από την Ασία-Ειρηνικό και το 26% αυτών από τη Μέση Ανατολή ή την Αφρική να σχεδιάζουν ένα θρησκευτικό ταξίδι. Έτσι, ορισμένες αγορές προέλευσης έχουν σημαντικά καλύτερες δυνατότητες για τη βιομηχανία από άλλες (GlobalData, 2018).

Κεφάλαιο 3^ο

Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία

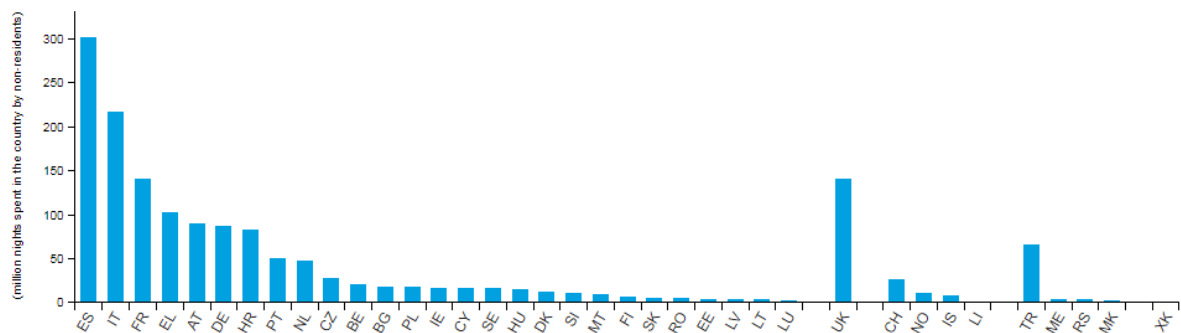
Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς της ελληνικής οικονομίας και βασικός πυλώνας της οικονομικής ανάπτυξης. Αποτέλεσε τον πιο ανθεκτικό τομέα κατά τη

διάρκεια της ύφεσης, μειώνοντας την ανεργία στην ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια. Ο τουρισμός είναι επίσης ένας από τους λίγους τομείς υψηλού επενδυτικού ενδιαφέροντος και, λόγω της σημασίας του, μπορεί να αποτελέσει βασικό μοχλό για την επιστροφή της χώρας στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Ο Τουρισμός αντιπροσωπεύει το 6,8% της συνολικής Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας³ το 2017. Για κάθε 1€ που δημιουργήθηκε από τουριστική δραστηριότητα, έχει υπολογιστεί ότι προκαλεί έμμεσα επιπλέον οικονομικά αποτελέσματα 1,5 €, ενώ συνολικά δημιουργεί 2,5 € στο ΑΕΠ (PwC, 2018). Ο τομέας απασχολούσε άμεσα 381.800 άτομα το 2018, αντιπροσωπεύοντας το 10,0% της συνολικής απασχόλησης στη χώρα. Ο τουρισμός είναι βασικός πυλώνας εξαγωγών στην ελληνική οικονομία. Οι εξαγωγές ταξιδιών αντιπροσώπευαν το 43,3% των συνολικών εξαγωγών υπηρεσιών το 2018 (OECD, 2020). Τέλος, εκτιμάται ότι ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση της κατανομής του περιφερειακού εισοδήματος της χώρας.

Η Ελλάδα είναι ο τέταρτος πιο δημοφιλής προορισμός ανάμεσα στις χώρες της ΕΕ, πίσω από την Ισπανία, την Ιταλία και τη Γαλλία (Eurostat, 2021). Το 2018 οι μη κάτοικοι επισκέπτες πέρασαν 102,6 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις στην χώρα.

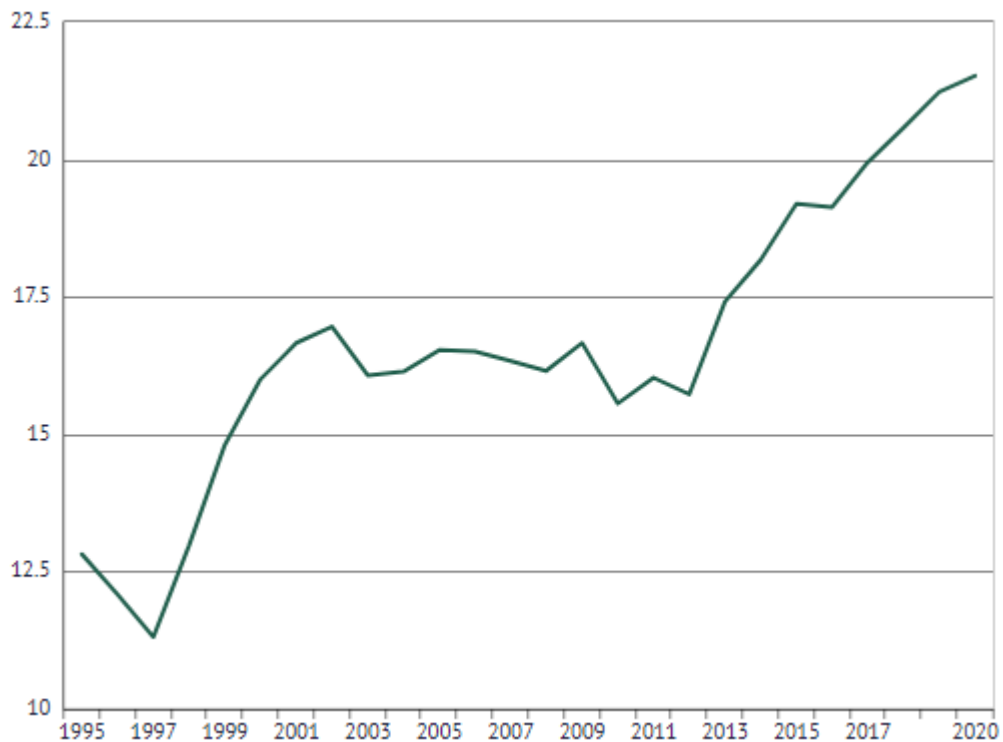
Tourism destinations – nights spent at tourist accommodation establishments, 2018



Εικόνα 6: Διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα

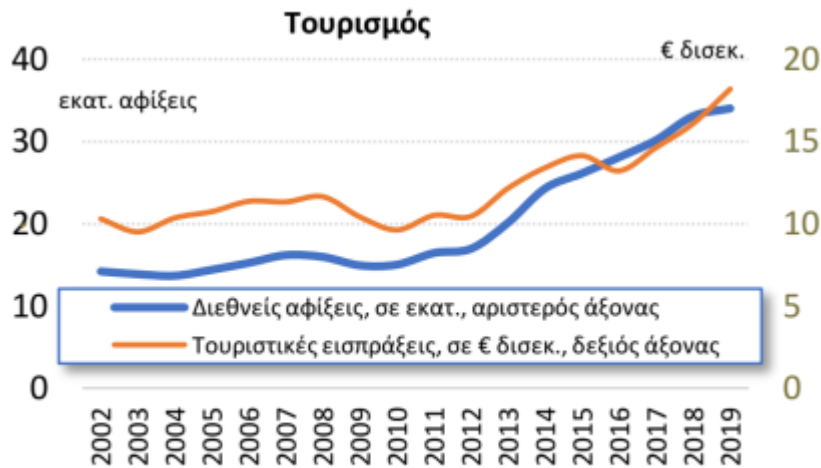
Το 2020, η συμβολή των ταξιδιών και του τουρισμού στο ΑΕΠ (ως ποσοστό επί του ΑΕΠ) για την Ελλάδα ήταν 21,5%. Το ποσοστό αυτό αυξήθηκε από 12,8% το 1995 σε 21,5% το 2020, με μέσο ετήσιο ρυθμό 1,43%. Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζεται η διαρκώς αυξανόμενη συμβολή του Τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ (knoema.com, 2021).

³ Η σχέση μεταξύ ΑΠΑ και ΑΕΠ ορίζεται ως: ΑΠΑ = ΑΕΠ + Επιδοτήσεις προϊόντων - Φόροι επί προϊόντων



Εικόνα 7: Συμβολή των ταξιδιών και του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ (1995-2020)

Ειδικότερα, για το 2019 οι αφίξεις των μη κατοίκων ανήλθαν σε 31,3 εκατ. (χωρίς να περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα), ενώ τα έσοδα ανήλθαν σε 17,7 δισ. € (χωρίς να περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) (SETE, 2020). Στο παρακάτω γράφημα παρατηρούμε τις ετήσιες αφίξεις των τουριστών στη χώρα μας και τις αντίστοιχες εισπράξεις αναφορικά με τα έτη 2002-2003. Παρατηρούμε ότι οι εισπράξεις, παρότι αυξάνονται, δεν αυξάνονται με τον αντίστοιχο ρυθμό των αφίξεων.



Πηγή: Eurostat, ΤτΕ

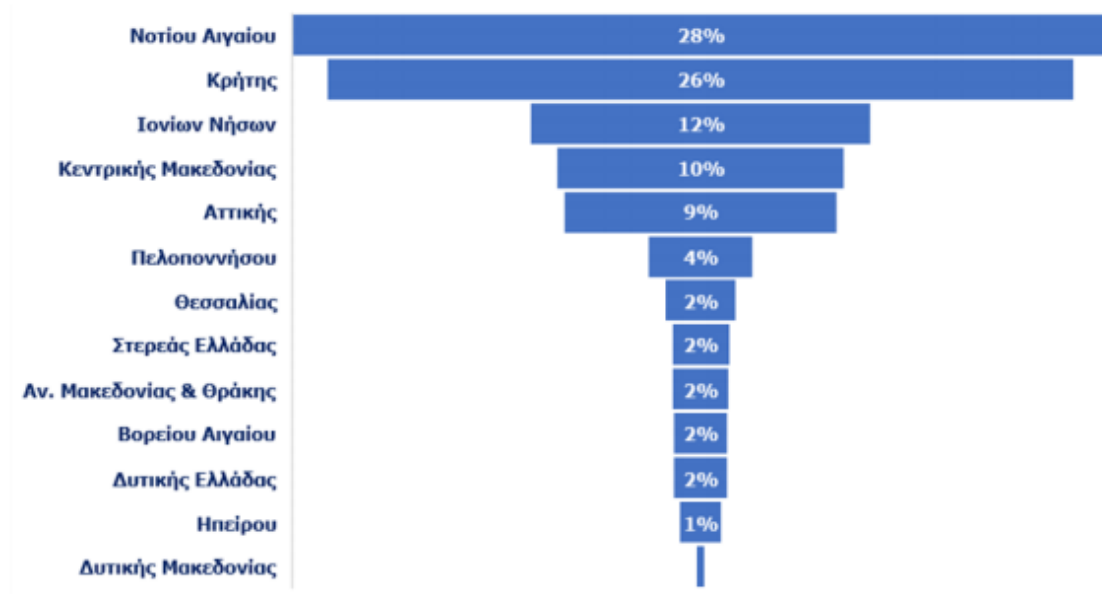
Εικόνα 8: Διεθνείς αφίξεις και Τουριστικές εισπράξεις

Σύμφωνα με έρευνα του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων τα επόμενα 8-10 χρόνια ο τουρισμός θα αποτελέσει κινητήρια δύναμη της ελληνικής οικονομίας. Η συνολική συνεισφορά (σε σχέση με το 2013) στο ΑΕΠ θα είναι 45-48 δισ. Ευρώ (+16 δισ. Ευρώ) και θα δημιουργηθούν περίπου 1 εκατ. θέσεις εργασίας (+300 χιλιάδες)

Χαρακτηριστικά του ελληνικού Τουρισμού

Λόγω του μεγάλου αριθμού τουριστικών προορισμών σε ολόκληρη τη χώρα, ο τουρισμός παίζει καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία εσόδων σε πολλές από τις περιοχές του. Από την άλλη πλευρά, είναι ένας ιδιαίτερα εποχιακός τομέας. Ο τουρισμός στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, καθώς το 56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο (SETE, 2020).

Αναφορικά με την ποσοστιαία κατανομή των τουριστών στις περιφέρειες τις Ελλάδας, παρατηρούμε ότι ο μεγαλύτερος όγκος διανυκτερεύσεων καταγράφεται στα ξενοδοχειακά καταλύματα των Περιφερειών του Νοτίου Αιγαίου (28%), της Κρήτης (26%), των Ιονίων Νήσων (12%), της Κεντρικής Μακεδονίας (10%) και της Αττικής (9%). Δηλαδή οι 5 αυτές Περιφέρειες αντιπροσωπεύουν για το 2019 το 85% των συνολικών διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας (INSETE Intelligence, 2020).



Εικόνα 9: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια, 2019

Ο τουρισμός αποτελεί σε μεγάλο βαθμό μια εξωστρεφή δραστηριότητα, με πάνω από το 90% των τουριστικών εσόδων να προέρχονται από το εξωτερικό, συμπεριλαμβανομένων των εσόδων από κρουαζιέρες, των αεροπορικών και των θαλάσσιων μεταφορών, αυτά τα έσοδα ανήλθαν σε 18,2 δισ. ευρώ το 2019 (Iossiphides, et al., 2020).

Εισερχόμενος τουρισμός

Το 2018, ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα ανήλθε σε 33,1 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών, μια αύξηση 9,7% σε σύγκριση με το 2017. Οι τουρίστες από άλλες χώρες της ΕΕ αντιπροσώπευαν σχεδόν τα δύο τρίτα των συνολικών επισκέψεων, αύξηση 15,1 % σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι αγορές της Γερμανίας (+ 18,2%) και της Γαλλίας (+ 7,3%) αυξήθηκαν σημαντικά, σημειώνοντας συνολικά 4,4 εκατομμύρια και 1,5 εκατομμύρια επισκέψεις αντίστοιχα, όπως και οι αφίξεις από τις Ηνωμένες Πολιτείες που έφθασαν τα 1,1 εκατομμύρια επισκέψεις, αντιπροσωπεύοντας ετήσια αύξηση 26,9%. Οι νύχτες σε όλα τα μέσα διαμονής αυξήθηκαν κατά 8,1% σε σύγκριση με το 2017, φτάνοντας τα 230,7 εκατομμύρια (OECD , 2020).

Στον παρακάτω πίνακα αναλύουμε κάποια βασικά μεγέθη σχετικά με τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα για το έτος 2019, προκειμένου να βγάλουμε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα για τις αγορές προέλευσης (Κουτσός & Ίκκος, 2020).

Χώρα	Αφίξεις (χιλ)	Μερίδιο Αγοράς	Διανυκτερεύσει ς	Μερίδιο Αγοράς	Έσοδα (εκατ)	Μερίδιο Αγοράς
Γερμανία	4.026	12.8%	37.313	16.1%	2.959	16.7%
Ην. Βασίλειο	3.499	11.2%	30.349	13.1%	2.564	14.5%
Βουλγαρία	3.883	12.4%	9.280	4%	338	1.9%
ΗΠΑ	1.179	3.8%	12.457	5.4%	1.189	6.7%
Γαλλία	1.542	4.9%	12.946	5.6%	1.090	6.2%
Ιταλία	1.553	5%	12.609	5.4%	1.009	5.7%
Ολλανδία	818	2.6%	7.573	3.3%	534	3%
Ρουμανία	1.378	4.4%	8.873	3.8%	483	2.7%
Ελβετία	540	1.7%	4.851	2.1%	462	2.6%
Κύπρο	801	2.6%	7.230	3.1%	465	2.6%
Αυστρία	583	1.9%	5.132	2.2%	462	2.6%
Πολωνία	852	2.7%	5.590	2.4%	416	2.4%
Βέλγιο	588	1.9%	5.136	2.2%	453	2.6%
Ρωσία	583	1.9%	6.087	2.6%	433	2.5%
Αυστραλί α	339	1.1%	4.582	2 %	371	2.1%
Σερβία	1.027	3.3%	8.581	3.7%	356	2%

Πίνακας 2: Μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2019

Η Γερμανία, το Ην. Βασίλειο, η Γαλλία, οι ΗΠΑ και η Ιταλία αποτελούν τις πέντε πιο σημαντικές αγορές. Εάν οι τουρίστες από αυτές τις χώρες περιορίσουν σημαντικά τις διακοπές

τους στην Ελλάδα, ως αποτέλεσμα της συνεχιζόμενης κρίσης υγείας, εκτιμάται ότι οι τουριστικές εισπράξεις θα μειωθούν σε μεγάλο βαθμό.

Τέλος, για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα παρατηρείται μια διαρκής μείωση της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης⁴ (ΜΚΔ) των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα. Η εξέλιξη αυτή έχει αποδοθεί σε διάφορα αίτια που εκτείνονται από την παγκόσμια τάση μείωσης της Μέσης Διάρκειας Παραμονής των τουριστών έως την «υποβάθμιση» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Οι εισερχόμενοι τουρίστες δαπανούν λιγότερα χρήματα κατά τον χρόνο που βρίσκονται στη χώρα (δηλαδή λόγω μείωσης της ΜΔΔ) ή στο ότι παραμένουν λιγότερο χρόνο στη χώρα (δηλαδή λόγω μείωσης της ΜΔΠ).

Η μείωση της ΜΚΔ κατά -76,4 € /-11,9% τα τελευταία δέκα χρόνια στην Ελλάδα συνέβη παρά την αύξηση της ΜΔΔ κατά +7,5€ / + 10,6%. Είναι αξιοσημείωτο ότι η αύξηση αυτή επιτεύχθηκε παρά την αλλαγή του μίγματος αγορών του εισερχόμενου τουρισμού με αύξηση του μεριδίου των χωρών με χαμηλότερα εισοδήματα και παρά τον υπερδιπλασιασμό του αριθμού των εισερχόμενων τουριστών (από 15,0 εκατ. το 2010 σε 31,3 εκατ. το 2019). Η μείωση της ΜΚΔ προήλθε κυρίως από τη μείωση της ΜΔΠ κατά -1,9 νύχτες / -20,6%, μια τάση που παρατηρείται διεθνώς, καθώς πραγματοποιούνται περισσότερα ταξίδια μικρότερης διάρκειας. Δευτερευόντως η μείωση της ΜΚΔ οφείλεται στην αλλαγή του μίγματος αγορών του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα με μείωση του μεριδίου των παραδοσιακών αγορών και αύξηση νέων αγορών από τα Βαλκάνια και τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης (Ικκος, 2020).

Εγχώριος τουρισμός

Οι εγχώριοι τουρίστες πραγματοποίησαν 4,9 εκατ. προσωπικά ταξίδια το 2019 σημειώνοντας μείωση 11%/-582 χιλ. σε σχέση με το 2018, όπου έγιναν 5,7 εκατομμύρια ταξίδια, αύξηση 3,6% σε σχέση με το 2017. Μόνο το 4,7% των εσωτερικών ταξιδιών πραγματοποιήθηκαν για επαγγελματικούς σκοπούς το 2017, με τη συντριπτική πλειοψηφία να προσφέρεται για αναψυχή. Η πλειοψηφία των εγχώριων επισκεπτών έμεινε με φίλους ή συγγενείς ή σε άλλα μη ενοικιαζόμενα καταλύματα, με μόνο το 34,2% των επισκέψεων να χρησιμοποιούν καταλύματα επί πληρωμή (OECD , 2020).

Την περίοδο 2015-2019 τα ταξίδια παρουσίασαν αύξηση κατά 100 χιλ.(2,1%), οι διανυκτερεύσεις κατά 5 εκατ. (10,3%) και οι δαπάνες κατά 335 εκατ.(26,5%). Αύξηση

⁴ ΜΚΔ= Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (ΜΔΔ)* Μέση Διάρκεια Παραμονής (ΜΔΠ)

παρουσίασαν και οι βασικοί δείκτες, ειδικότερα: η δαπάνη ανά ταξίδι 62 €/(23,9%), η δαπάνη ανά διανυκτέρευση 4 €(14,7%) και η μέση διάρκεια παραμονής 0,8(8,0%). Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι το 2019 ανέρχεται σε 324 €, υψηλότερη κατά 23,9% από τη μέση δαπάνη ανά ταξίδι που καταγράφεται το 2015 (261 €). Την περίοδο 2015-2019 η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση κατέγραψε αύξηση κατά 14,7% (από 26 € το 2015 σε 30 € το 2019). Η μέση διάρκεια παραμονής κατέγραψε την περίοδο 2017-2019 αύξηση κατά 8,0% (από 10,1 διανυκτερεύσεις το 2015 σε 10,9 διανυκτερεύσεις το 2019).

Άξιο αναφοράς είναι ότι για το 2019, το 60% των ταξιδιών εσωτερικού πραγματοποιήθηκε σε μη ενοικιαζόμενα καταλύματα, κυρίως σε καταλύματα που παρέχονται δωρεάν από συγγενείς και φίλους (35%) και σε ιδιόκτητες εξοχικές κατοικίες (25%). Ο κύριος τύπος καταλύματος, με ποσοστό 22%, ήταν τα ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα και ακολούθησε με 17% η κατηγορία ενοικιαζόμενα δωμάτια και κατοικίες, άλλα ενοικιαζόμενα καταλύματα (Λάμπρου & Ίκκος, 2019).

Τα περισσότερα ταξίδια εσωτερικού το 2019 πραγματοποιήθηκαν με χερσαία μέσα μεταφοράς (3,6 εκατ. ταξίδια). Ακολούθησαν τα ταξίδια με θαλάσσια μέσα (1,0 εκατ. ταξίδια) ενώ μόλις 272 χιλ. ταξίδια πραγματοποιήθηκαν με αεροπλάνο.

Ο κύριος όγκος των ταξιδιών συγκεντρώνεται τους καλοκαιρινούς μήνες. Το 2019, πάνω από 60% των ταξιδιών πραγματοποιήθηκαν τον Ιούλιο και τον Αύγουστο ενώ συμπεριλαμβανομένου και του Ιουνίου το ποσοστό ανέρχεται σχεδόν σε 80%.

Τέλος, λόγω οικονομικής αδυναμίας, το 2019 το 49,2% των Ελλήνων αδυνατούσε να πραγματοποιήσει μια εβδομάδα διακοπών μακριά από τον τόπο κατοικίας του. Το ποσοστό είναι παρόμοιο με το αντίστοιχο του 2013 (Λάμπρου & Ίκκος, 2019).

Πολιτικές και προγράμματα τουρισμού

Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ) για τον Τουριστικό Τομέα καθοδηγεί την ανάπτυξη του κλάδου για την περίοδο 2014-20. Η τουριστική στρατηγική της Ελλάδας στοχεύει στην προβολή της χώρας ως παγκόσμιου και ελκυστικού προορισμού όλο το χρόνο, προσφέροντας μοναδικές και αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες. Ο τουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο της κυβερνητικής πολιτικής για την εθνική ανάπτυξη, την καινοτομία και τον βαθμό ανοικτότητας της οικονομίας.

Οι κύριες προτεραιότητες για την εθνική πολιτική τουρισμού είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, της ποιότητας, της αυθεντικότητας, της ανθεκτικότητας και της

βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος και η ενίσχυση των επενδύσεων σε καταλύματα υψηλής ποιότητας και σε άλλες τουριστικές δράσεις με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Οι πέντε άξονες του Εθνικού Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού είναι οι εξής:

- Υψηλά πρότυπα υποδομής, με βελτιώσεις στο καθεστώς αδειών για την προσέλκυση επενδύσεων υψηλής ποιότητας, την εξάλειψη της γραφειοκρατίας και τη βελτιστοποίηση της χωρικής κατανομής του τουρισμού.
- Σεβασμός στις αρχές της αειφορίας.
- Βελτιωμένη προσβασιμότητα και συνδεσιμότητα, ενισχύοντας το δίκτυο αεροπορικών διαδρομών της χώρας και επεκτείνοντας και αναβαθμίζοντας το εθνικό δίκτυο μαρίνων.
- Καλύτερη διαχείριση της τουριστικής εμπειρίας, για την αύξηση της ποιότητας και της ελκυστικότητας μέσω της εστίασης στη βιώσιμη διαχείριση προορισμών και την εκπαίδευση στον τουρισμό
- Επανασχεδιασμός του τουριστικού προϊόντος και επαναπροσδιορισμός της προώθησης του ώστε να αντικατοπτρίζεται η εστίαση στην ποιότητα, την αυθεντικότητα, την ανθεκτικότητα, τη βιωσιμότητα και την αξία του.

Σε αυτό το πλαίσιο, το Υπουργείο Τουρισμού εφαρμόζει την πολιτική του με στόχο τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, την αναβάθμιση της τουριστικής υποδομής και την ενσωμάτωση του τουρισμού στην τοπική οικονομία. Αυτές οι δράσεις στοχεύουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας υψηλής ποιότητας, στην αύξηση των δαπανών των επισκεπτών, στη διασπορά της ζήτησης και στην προστασία και βελτίωση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, καθώς και στη δημιουργία θετικών επιπτώσεων στην ευρύτερη εθνική οικονομία.

Βελτίωση των δημόσιων υποδομών

Ο ελληνικός τουρισμός, κατά την περίοδο της ανάκαμψης μετά την πανδημία, πρέπει να διατηρήσει και να βελτιώσει το επίπεδο ανταγωνιστικότητας που έχει διαμορφώσει όλα αυτά τα χρόνια μέσα από την προφορά μιας απρόσκοπτης, βιώσιμης και υψηλού επιπέδου εμπειρίας σε ολόκληρο το φάσμα και το «οικοσύστημα» της τουριστικής αλυσίδας αξίας. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, απαιτείται ένα σύνολο δράσεων -μεταξύ άλλων- για την ενίσχυση των υποδομών της χώρας.

Πρέπει να γίνουν συγκεκριμένες δημόσιες επενδύσεων, οι οποίες θα ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού. Ειδικότερα θα πρέπει να στοχεύουν στην

ενίσχυση της συνδεσιμότητας, στην προσέλκυση νέων επισκεπτών, στη βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας στον προορισμό, στη δημιουργία νέων εμπειριών, στην προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και σε έργα με μεγάλη και πολλαπλασιαστική επίδραση.

Τα προτεινόμενα έργα θα πρέπει να καλύπτουν το σύνολο των Περιφερειών της χώρας, ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε μιας. Στον κατάλογο έργων περιλαμβάνονται δημόσιες επενδύσεις σχετικές με:

- **Αεροδρόμια:** Αναγκαίες αναβαθμίσεις, επεκτάσεις και εκσυγχρονισμοί υποδομών.
- **Λιμάνια και Μαρίνες:** Αναβάθμιση τουριστικών λιμένων, αξιοποιήσεις λιμανιών, επεκτάσεις και αναβαθμίσεις λιμενικών υποδομών και μαρίνων. Δίκτυο τουριστικών λιμένων, κλπ.
- Στοχευμένες παρεμβάσεις στο **Οδικό δίκτυο** και έργα ασφάλειας
- Έργα **διασύνδεσης μεταφορικών μέσων:** πχ. διασύνδεση αεροδρομίου Θεσσαλονίκης με μετρό Θεσσαλονίκης, διασύνδεση αεροδρομίου Αθηνών με λιμένα Λαυρίου κλπ.
- Έργα **κοινής ωφέλειας** όπως η διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων, η αναμόρφωση και προστασία των παραλιακών μετώπων κλπ
- Έργα **ενίσχυσης εμπειριών** όπως η δημιουργία δικτύου μονοπατιών και περιπατητικών και ποδηλατικών διαδρομών, βελτιώσεις σε αρχαιολογικούς χώρους και πολιτιστικά αξιοθέατα κλπ.

Η πανδημία του COVID-19 και ο ελληνικός τουρισμός

Η πανδημία COVID-19, έχει τεράστιο οικονομικό αντίκτυπο που με τη σειρά του έχει οδηγήσει στην κατακόρυφη μείωση των ταξιδιών και της τουριστικής κίνησης σε όλο τον κόσμο. Αυτή η μείωση οφείλεται κυρίως στους ταξιδιωτικούς περιορισμούς, καθώς και στην έλλειψη ζήτησης μεταξύ των ταξιδιωτών.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Έλληνα Υπουργού Τουρισμού, στην καλύτερη περίπτωση, ο ελληνικός τουριστικός τομέας θα είναι σε θέση να διατηρήσει μόνο 8,0 δισ. ευρώ από τις εισπράξεις του περασμένου έτους (2019), ύψους 18,2 δισ. ευρώ. Επιπλέον, εκτιμάτε ότι θα υπάρξει μείωση κατά 50-70% στις τουριστικές εισπράξεις, ενώ ο κλάδος θα χρειαστεί αρκετό χρόνο για να ανακάμψει (Iossiphides, et al., 2020).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας, το 2020, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν μείωση κατά 76,5% σε σύγκριση με το 2019 και διαμορφώθηκαν στα 4.280 εκατ. ευρώ. Το 2020, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μειώθηκε κατά 76,5% και διαμορφώθηκε στις 7.375 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 31.348 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2019.

Η μείωση της τουριστικής δραστηριότητας αποτυπώνεται και στα στοιχεία δραστηριότητας των ξενοδοχείων: Σύμφωνα με στοιχεία του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), τα έσοδα των ξενοδοχείων το 2020 ανήλθαν μόλις σε 1,8 δισ. €, μειωμένα κατά 78,1% σε σχέση με το 2019, όπου το σύνολο εσόδων ήταν 8,3 δισ. €. Επιπλέον 278 εκατ. € από τα έσοδα δεν εισπράχθηκαν, ενώ οι προκαταβολές για το 2021 ήταν μειωμένες κατά 744 εκατ. €, επιβαρύνοντας την ταμειακή θέση των ξενοδοχείων. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, οι αφίξεις στα ξενοδοχεία το πρώτο εννεάμηνο ήταν μειωμένες κατά 69,3% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο το 2019 και οι διανυκτερεύσεις κατά 73,2% (Ικκος & Λάμπρου, 2021).

Παρά τη μεγάλη μείωση του αριθμού των εισερχόμενων τουριστών, οι αλλοδαποί επισκέπτες στα ξενοδοχεία τους καλοκαιρινούς μήνες (Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο) ήταν περισσότεροι από τους ημεδαπούς.

Κεφάλαιο 4^ο

Εύβοια βασικά χαρακτηριστικά

Η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας, ανήκει στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας η οποία είναι μία διοικητική Περιφέρεια στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Κεντρικής Ελλάδας και έχει πρωτεύουσα της την πόλη της Λαμίας. Η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας περιλαμβάνει τα νησιά Εύβοια και Σκύρο, καθώς και μικρό τμήμα της ηπειρωτικής Στερεάς Ελλάδας. Έχει έδρα την πόλη της Χαλκίδας. Η Εύβοια είναι το δεύτερο μεγαλύτερο νησί της χώρας μετά την Κρήτη, καθώς με έκταση 4.167km² αποτελεί το 26,8% του συνόλου της Περιφέρειας. Χωρίζεται από την κυρίως χώρα από την Ευβοϊκή θάλασσα η οποία αποτελείται από δύο μεγάλους κόλπους (INSETE Intelligence, 2020).

Το εδάφος της αποτελείται από ορεινές εκτάσεις (36,93%), ημιορεινές εκτάσεις (37,84%) και πεδινές εκτάσεις (25,23%). Έχει ένα σημαντικό αριθμό βουνών, πεδιάδων, ποταμών και λιμνών. Τα σημαντικότερα βουνά είναι: το Τελέθριο (970μ.), το Καντήλι (ή Κούρβελο, 1.225μ.), η Δίρφος (ψηλότερη κορυφή το Δελφί, 1.743μ.), ο Όλυμπος (1.172μ.) και η Όχη Ευβοίας (1.398μ.). Σημαντικές πεδιάδες είναι αυτές που βρίσκονται στις περιοχές της Χαλκίδας, της Ιστιαίας, των Ψαχνών, του Μαντουδίου, του Αμαρύνθου, της Κύμης, του Αλιβερίου και της Καρύστου και κύριοι ποταμοί είναι ο Μηλεύς (πηγάζει από το όρος Ξηρό και εκβάλλει στη θάλασσα), ο Πήλας (πηγάζει από τη Δίρφου, διαρρέει τον κάμπο της Χαλκίδας και χύνεται στον Ευβοϊκό κόλπο), ο Γερανιάς (πηγάζει από το βουνό Ξηρό και χύνεται στον Ευβοϊκό κόλπο), ο Συπιάδας, (πηγάζει από το βουνό Ξηρό και χύνεται στον Ευβοϊκό) και ο Ίμβροσος . Και τέλος υπάρχει και η λίμνη της Δύστου, που βρίσκεται στην ομώνυμη περιοχή (INSETE Intelligence, 2020).

Η Ενότητα της Εύβοιας αντιπροσωπεύει το 38% του πληθυσμού της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας με 213.067 κατοίκους για το 2019, οι οποίοι είναι λιγότεροι κατά 1% σε σχέση με το 2014.

Σχετικά με τις μεταφορικές υποδομές, η Ενότητα της Εύβοιας διαθέτει 1 αεροδρόμιο, τον Κρατικό Αερολιμένα Σκύρου. Επιπλέον, λόγω της εγγύτητας της με την Περιφέρεια Αττικής σημαντικό μέρος της κίνησης εξυπηρετείται και από τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος». Επίσης, το λιμάνι της Κύμης, εξυπηρετεί κυρίως την επιβατική κίνηση προς Σποράδες, το λιμάνι της Λιναριάς εξυπηρετεί την επιβατική κίνηση από την ηπειρωτική Ελλάδα, το λιμάνι της Ερέτριας, εξυπηρετεί την πορθμειακή σύνδεση Ερέτριας – Ωρωπού, το λιμάνι της Αιδηψού, εξυπηρετεί την πορθμειακή γραμμή Αιδηψός – Αρκίτσα, το λιμάνι της Χαλκίδας, εξυπηρετεί κυρίως το αγκυροβόλιο τουριστικών σκαφών και το λιμάνι Μαρμαρίου, το οποίο εξυπηρετεί την γραμμή Μαρμάρι – Ραφήνα. Τέλος, η Εύβοια είναι προσβάσιμη τόσο από κεντρικούς οδικούς άξονες, όσο και από τη γραμμή του Προαστιακού σιδηρόδρομου.

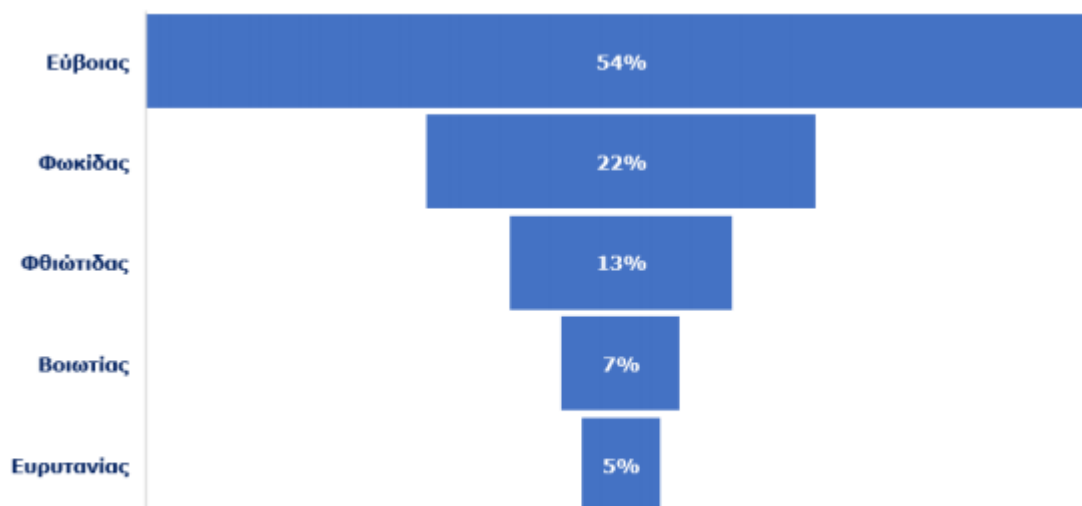
Τέλος, αναμένεται η ίδρυση πέντε υδατοδρομίων στην ΠΕ Ευβοίας⁵, τα οποία θα συμβάλουν περαιτέρω στην προσβασιμότητα και στη διευκόλυνση της κίνησης προς και από αυτή. Ειδικότερα, το κεντρικό υδατοδρόμιο, θα βρίσκεται στη Χαλκίδα, στην περιοχή του Αγίου Στεφάνου (εκτάσεως 7.500τ.μ), ενώ στα Λουτρά Αιδηψού, την Κύμη, το Αλιβέρι και την Κάρυστο, τα περιφερειακά υδατοδρόμια (εκτάσεως 150τμ έκαστο), θα κατασκευαστούν στην περιοχή του κεντρικού Λιμένα της κάθε πόλης.

Υφιστάμενη κατάσταση της τουριστικής ανάπτυξης στην Εύβοια

Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας για το έτος 2019 αντιπροσώπευε μόλις το 2% των συνολικών διανυκτερεύσεων (αλλοδαπών και ημεδαπών) σε ξενοδοχειακά καταλύματα, καταγράφοντας μια σημαντική αύξηση 67% σε σχέση με το 2014 (από 1,3 εκατ. το 2014 σε 2,2 εκατ. το 2019). Οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε ξενοδοχεία της Περιφέρειας σημείωσαν άνοδο κατά 108% (από 508 χιλ. το 2014 σε 1,1 εκατ. το 2019) ενώ των ημεδαπών αύξηση κατά +41% (από 784 χιλ. το 2014 σε 1,1 εκατ. το 2019). Επιμέρους, όλες οι ενότητες κατέγραψαν θετική ποσοστιαία μεταβολή.

⁵ <https://olne.gr/el/anakoinwseis/679-5>

Η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας εμφάνισε το 2019 το υψηλότερο ποσοστό διανυκτερεύσεων (54%) και ακολουθούν οι ενότητες της Φωκίδας (22%), της Φθιώτιδας (13%), της Βοιωτίας (7%) και της Ευρυτανίας (5%) (INSETE Intelligence, 2020).



Εικόνα 10: Ποσοστιαία κατανομή των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2019

Συγκεκριμένα, στην περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας το 2019 έγιναν 1.166.720 διανυκτερεύσεις, από τις οποίες οι 597.485 αφορούσαν αλλοδαπούς και οι 569.240 ημεδαπούς. Ειδικότερα, όπως παρατηρούμε από τον παρακάτω πίνακα (πίνακας 3), οι αλλοδαποί επισκέπτες το 2014 αποτελούσαν περίπου το 40% των συνολικών διανυκτερεύσεων, ενώ το 2019 αποτέλεσαν περίπου το 51,5%. Η αύξηση στις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών μεταξύ 2014-2019 ήταν 119% ενώ των ημεδαπών μόλις 37%. Σχετικά με τις αφίξεις (πίνακας 4), αυτές ανήλθαν σε 295.809 άτομα το 2019, από 173.289 άτομα το 2014, μία αύξηση περίπου 70%. Για το 2019, από τα 298.809 άτομα, τα 101.242 ήταν αλλοδαποί και τα 194.567 ημεδαποί. Συγκρίνοντας αυτούς τους δύο πίνακες συμπεραίνουμε ότι οι αλλοδαποί επισκέπτες επισκέπτονται για περισσότερες μέρες την Ευβοια.

Ενότητα		2014	2015	2016	2017	2018	2019	%Δ 2014 - 2019
Εύβοιας	Αλλοδαποί	272.784	283.035	450.561	503.122	583.820	597.485	119%
	Ημεδαποί	415.601	404.938	434.993	473.714	590.617	569.240	37%

Πίνακας 3: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα Εύβοιας, 2014-2019

Ενότητα		2014	2015	2016	2017	2018	2019	%Δ 2014 - 2019
Εύβοιας	Αλλοδαποί	35.308	44.818	69.426	76.936	88.889	101.242	187%
	Ημεδαποί	137.981	143.446	152.411	160.341	175.551	194.567	41%

Πίνακας 4: Αφίξεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Περιφερειακή Ενότητα Εύβοιας, 2014-2019

Τουριστικές υποδομές καταλυμάτων στην Εύβοια

Για το έτος 2019, στην Εύβοια λειτούργησαν 245 ξενοδοχεία. Από αυτά, τα 2 ήταν πέντε αστέρων, τα 21 τεσσάρων αστέρων, τα 72 τριών αστέρων, τα 125 δύο αστέρων και 25 με ένα αστέρι. Στο σύνολο τους διαθέτουν 8.733 δωμάτια και 16.832 κλίνες (INSETTE Intelligence, 2020). Η Ενότητα Εύβοιας αντιπροσωπεύει το 57% των δωματίων της Περιφέρειας.

Επίσης το 2019, στην Εύβοια λειτούργησαν 858 ενοικιαζόμενα δωμάτια. Από αυτά, τα 15 ήταν τεσσάρων κλινών, τα 297 τριών κλινών, τα 384 δυο κλινών, και τα 162 ήταν μονόκλινα. Στο σύνολο τους διαθέτουν 6.166 δωμάτια και 13.393 κλίνες (INSETTE Intelligence, 2020). Παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση στις μονάδες με 2 κλίνες (42%) και 3 κλίνες (35%) και χαμηλή στις μονάδες με 4 κλίνες (4%) και 1 κλίνη (19%). Η Ενότητα Εύβοιας αντιπροσωπεύει το 71% του δυναμικού δωματίων της Περιφέρειας.

Η Εύβοια διαθέτει 158 επιπλωμένες κατοικίες και επαύλεις για τουριστική χρήση, με δυναμικότητα 472 δωματίων και 1.840 κλινών (INSETTE Intelligence, 2020). Η Ενότητα Εύβοιας διαθέτει το 67% του δυναμικού της Περιφέρειας

Όσον αφορά τα οργανωμένα κάμπινγκ, η ενότητα Εύβοιας αντιπροσωπεύει το 43% του δυναμικού των θέσεων της Περιφέρειας με 10 μονάδες, 62 οικίσκους και 667 θέσεις (INSETTE Intelligence, 2020).

Τέλος, η Εύβοια διαθέτει και ένα μεγάλο αριθμό από κατοικίες, κύριες και δευτερεύουσες. Οι κενές και οι εξοχικές & δευτερεύουσες κατοικίες αποτελούν ή μπορούν να αποτελέσουν καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Αξιοθέατα και Δραστηριότητες

Ως αξιοθέατα και δραστηριότητες θα αναφερθούμε στους παραδοσιακούς οικισμούς⁶, στους αρχαιολογικούς χώρους και στα μουσεία, σε παραλίες που διαθέτουν γαλάζια σημαία, στις μαρίνες, σε ιαματικούς φυσικούς πόρους, σε μέρη που ενδείκνυνται για πεζοπορία, σε αναρριχητικά πεδία, σε καταφύγια και σε μέρη ιδανικά για δραστηριότητες γαστρονομίας και οινοτουρισμού.

Οι Εύβοια διαθέτει τρεις παραδοσιακούς οικισμούς, τον Άγιο Ιωάννη, την Κύμη και τη Χώρα της Σκύρου. Στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας καταγράφονται 15 παραδοσιακοί οικισμοί.

Επιπλέον, διαθέτει πλειάδα αρχαιολογικών χώρων και μνημείων. Συγκεκριμένα, στην Αρχάμπολη (Ευαγγελισμός), στην Κύμη (Βιγλατούρι Κύμης), στα Μαγαζιά Σκύρου, στη Μάνικα, στον Αμάρυνθο, στο Ιερό Αυλιδείας Αρτέμιδος, στο Δύστο (Καστρί Δύστου), στο Αρτεμίσιο, στην Ερέτρια, στο Λευκαντί (Ξερόπολη), στο Καστρί Ποταμιάς, στην Καλογερόβρυση (Φύλλα), τη Μονή Αγίου Γεωργίου ΑΡΜΑ, τη Μονή Αγίου Γεωργίου Ηλίων, τη Μονή Αγίου Νικολάου Άνω Βάθειας, τη Μονή Αγίου Χαραλάμπους Λευκών και τη Μονή Οσίου Δαβίδ.

Τα μουσεία που υπάρχουν στην Εύβοια είναι: το Αρχαιολογικό Μουσείο Ερέτριας, το Αρχαιολογικό Μουσείο Σκύρου, το Αρχαιολογικό Μουσείο Καρύστου, το Αρχαιολογικό Μουσείο Χαλκίδας, το Λαογραφικό Μουσείο Αγίας Άννας, το Λαογραφικό Μουσείο Κύμης, το Λαογραφικό Μουσείο Σκύρου (Μουσείο Φαλτάιτς), το Λαογραφικό Μουσείο Χαλκίδας, το Μουσείο Θαλάσσιας Ζωής "Ναυτίλος" και το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Ιστιαιάς.

Στην Περιφερειακή ενότητα Ευβοίας βραβεύτηκαν το 2019 τρεις παραλίες με γαλάζια σημαία. Συγκεκριμένα: οι Αλυκές Δροσιάς, τα Αστέρια Χαλκίδας και το Λευκαντί. Επιπλέον, η Εύβοια διαθέτει και δυο μαρίνες με 223 θέσεις. Συγκεκριμένα το Αχίλλι Σκύρου (120 θέσεις) και το Σκορπονέρι (103 θέσεις). Επίσης, στην Περιφέρεια έχουν χωροθετηθεί και εννέα Καταφύγια

⁶ Ως παραδοσιακοί οικισμοί, αναφέρονται οι οικισμοί που διαθέτουν ιδιαίτερη «ιστορική, πολεοδομική, αρχιτεκτονική, λαογραφική, κοινωνική και αισθητική» φυσιογνωμία διατηρώντας αναλλοίωτη την εικόνα που είχαν στον παρελθόν καθώς και τον τοπικό τους χαρακτήρα. Με ευθύνη του Υπουργείου Περιβάλλοντος & Ενέργειας, 856 οικισμοί ανά την επικράτεια έχουν χαρακτηριστεί ως παραδοσιακοί.

ή Αγκυροβόλια τουριστικών σκαφών (8 στην Εύβοια και 1 στην Φθιώτιδα) με 459 θέσεις ελλιμενισμού.

Η Εύβοια είναι πλούσια και σε ιαματικές πηγές, το σύνολο των οποίων (8) βρίσκεται στο Δήμου Ιστιαίας Αιδηψού.

Η σημαντικότερη πεζοπορική διαδρομή που καταγράφεται στην Εύβοια είναι: οι Μύλοι Καρύστου-Δρακόσπιτο-Κορυφή 1.399μ.-Φαράγγι Δημοσάρη-παραλία Καλλιανού. Ενώ διαθέτει και αναρριχητικό πεδίο στο Καραούλι Στενής, το οποίο βρίσκεται πολύ κοντά στον οικισμό της Στενής. Τέλος διαθέτει και δύο ορειβατικά καταφύγια, το Καταφύγιο Όχης, που βρίσκεται στο βουνό Όχη της Καρύστου στην τοποθεσία Καστανόλογγος σε υψόμετρο 1.063μ. και μπορεί να φιλοξενήσει έως 20 άτομα και το καταφύγιο Δίρφους, που βρίσκεται στο όρος Δίρφους στην τοποθεσία Λειρί σε υψόμετρο 1.119μ και μπορεί να φιλοξενήσει έως 50 άτομα.

Στην Περιφερειακή Ενότητα Εύβοιας, το οινοτουριστικό ενδιαφέρον ξεκινά από το ηπειρωτικό τμήμα στη Ριτσώνα Αυλίδας και συνεχίζει στην Κεντρική Εύβοια στην περιοχή του Ληλάντιου πεδίου και στη Νότια Εύβοια στην Κάρυστο και το Μαρμάρι, όπου οι οινοφίλοι θα ανακαλύψουν τα όχι πολύ γνωστά κρασιά της Καρυστίας. Επίσης, τα τελευταία χρόνια υπάρχει έντονη οινική δραστηριότητα και στη Βόρεια Εύβοια, στα Γιάλτρα της Αιδηψού και στην Ιστιαία. Από το 2009, ο αμπελώνας της Εύβοιας παράγει τους οίνους ΠΓΕ⁷ Εύβοια. Προϋπήρχαν, όμως, οι οίνοι ΠΓΕ Ριτσώνα Αυλίδας, ΠΓΕ Ληλάντιο Πεδίο και ΠΓΕ Κάρυστος. Οι δρόμοι του κρασιού της Εύβοιας περιλαμβάνει 4 διαδρομές: τον δρόμο του κρασιού του Τελέθριου, τον δρόμο του κρασιού της Δίρφης, τον δρόμο του κρασιού της Ριτσώνας και τον δρόμο του κρασιού της Όχης. Επίσης, στην Εύβοια τα προϊόντα με ένδειξη ΠΟΠ⁸ είναι: τα ξερά σύκα Κύμης Ευβοίας και τα ξηρά σύκα Ταξιάρχη Ευβοίας.

Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Εύβοια

Η Εύβοια αποτελεί σημαντικό προορισμό για επισκέπτες που ενδιαφέρονται για θρησκευτικό τουρισμό, καθώς έχει πολλά θρησκευτικά αξιοθέατα. Πολλά και σημαντικά μοναστήρια φιλοξενεί η Βόρεια Εύβοια(www.voriaevia.gr, 2020). Σε όλο το μήκος και πλάτος της Εύβοιας λειτουργούν δεκαέξι μονές, ιδιαίτερου ιστορικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος, μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας, τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής μας κληρονομιάς, αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών και προσφέρουν έντονες συγκινήσεις στους

⁷ Προστασία γεωγραφικής ένδειξης

⁸ Προστατευόμενη ονομασία προέλευσης

λάτρεις του θρησκευτικού τουρισμού, παίζοντας παράλληλα σημαντικό ρόλο στην αύξηση του. Ιδιαίτερη επισκεψιμότητα εμφανίζει ο Ιερός Ναός Αγίου Ιωάννη Ρώσου όπου δέχεται επισκέψεις από όλη την Ελλάδα αλλά και από το εξωτερικό.

Τα θρησκευτικά φεστιβάλ και τα πανηγύρια συνιστούν ένα σημαντικό κομμάτι της ντόπιας κουλτούρας. Ο Άγιος Ιωάννης ο Ρώσος είναι το κορυφαίο από τα προσκυνήματα της Εύβοιας. Χιλιάδες είναι οι επισκέπτες – προσκυνητές που επισκέπτονται τον Άγιο, ιδιαίτερα την ημέρα εορτασμού τους στις 27 Μαΐου. Οι χριστιανοί που πολλοί από αυτούς έρχονται από κάθε περιοχή της Ελλάδας αλλά και της Ρωσίας γενέτειρας του Αγίου, επισκέπτονται να τον προσκυνήσουν. Μάλιστα ως έθιμο πολλοί προσκυνητές από την Χαλκίδα και άλλα μέρη της Εύβοιας περπατούν από τις πόλεις τους ως το Προκόπι και τον ναό του Αγ. Ιωάννη Ρώσου. Επιπλέον, η γιορτή των Ευβοέων Αγίων είναι από τις μεγαλύτερες γιορτές των Μητροπόλεων της Ευβοίας και λαμβάνει μέρος στην Χαλκίδα, η γιορτή της πολιούχου της Χαλκίδας Αγ. Παρασκευής, προσελκύει επίσης πολύ κόσμο και συνοδεύεται από την μεγαλύτερη στα νησιά εμποροπανήγυρη 7 ημερών σε χώρο του δήμου της Χαλκίδας. Άλλα δημοφιλή πανηγύρια είναι αυτά του Οξυλίθου, την παραμονή της γιορτής της Παναγίας, της Παναγίας της Λιχάδας, της Αγίας Άννας, και της Παναγίας της Περιβλέπτου στα Πολιτικά.

Κεφάλαιο 5°

SWOT ανάλυση

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους. Η έννοια SWOT, η οποία αντιπροσωπεύει τα δυνατά στοιχεία (strengths), τις αδυναμίες (weaknesses), τις ευκαιρίες (opportunities) και τις απειλές (threats) που έχει μια εταιρεία, είναι ένα αναλυτικό πλαίσιο το οποίο βοηθά τις εταιρείες να αντιμετωπίσουν τις μεγαλύτερες προκλήσεις τους και βρουν τις κατάλληλες αγορές. Η μέθοδος δημιουργήθηκε στη δεκαετία του 1960 από τους Edmund P. Learned, C. Roland Christensen, Kenneth Andrews and William D. Book στο βιβλίο τους "Business Policy, Text and Cases".

Η ανάλυση SWOT είναι μια δομημένη τεχνική σχεδιασμού που εφαρμόζεται για την απαραίτητη αξιολόγηση των δυνατοτήτων, των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών που ενσωματώνονται σε ένα συγκεκριμένο πρόβλημα. Μια ανάλυση SWOT μπορεί επίσης να εφαρμοστεί για την ανάπτυξη μιας πόλης, η οποία περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του επιχειρηματικού πλάνου ή του επιχειρηματικού εγχειρήματος και τον εντοπισμό των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων, οι οποίοι θεωρούνται ως πλεονέκτημα / μειονέκτημα για την επίτευξη των δηλωμένων στόχων. Ο προσδιορισμός της SWOT είναι απαραίτητος καθώς παρέχει μια ολιστική εικόνα και εξυπηρετεί τα επόμενα βήματα στο σχεδιασμό για την επίτευξη των δηλωμένων στόχων, συνεισφέροντας στη διαμόρφωση στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης.

Η εφαρμογή της ανάλυσης SWOT επιτρέπει στις οντότητες που είναι υπεύθυνες για τη διαχείριση των τοπικών ή περιφερειακών τουριστικών πολιτικών σε προορισμούς, να τοποθετούν τον τουρισμό στο γενικό στρατηγικό σχεδιασμό με μεθοδικό και τακτικό τρόπο. Ο προσδιορισμός των στόχων και των μεθόδων που θα χρησιμοποιηθούν στην ανάπτυξη του τουρισμού, δηλαδή ο λειτουργικός σχεδιασμός, πρέπει πάντα να προηγείται της στρατηγικής θέσης SWOT ως ολοκληρωμένου εργαλείου που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την εκτέλεση δραστηριοτήτων όπως ο προγραμματισμός, ο συντονισμός, η παρακολούθηση, ο έλεγχος και η προώθηση (Goranczewski & Puciato, 2010).

Η ανάλυση SWOT αποτελεί επίσης ένα σημαντικό στοιχείο του μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται από τις τοπικές κυβερνήσεις για την τόνωση διαδικασιών που σχετίζονται με την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας που συνδέεται με τον τουρισμό. Η διαδικασία

μάρκετινγκ σχετικά με τον τουρισμό μπορεί να περιλαμβάνει: την καταγραφή περιοχών και τόπων που μπορεί να είναι ελκυστικοί για ανάπτυξη που σχετίζεται με τον τουρισμό και επιχειρηματικές δραστηριότητες που συνδέονται με αυτήν την ανάπτυξη, την ανάπτυξη μιας ιδέας για την παροχή πρόσβασης σε επενδυτικά πλεονεκτήματα, προετοιμάζοντας αναλύσεις κερδοφορίας και εκτιμήσεις για επιχειρήσεις κλπ.

Οι οδηγίες που προκύπτουν από μια σωστή ανάλυση SWOT σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο καθορίζουν τις κατευθύνσεις για τη στρατηγική συμπεριφορά των οικονομικών οντοτήτων που ασχολούνται με τις τουριστικές υπηρεσίες. Οι σωστά καθορισμένες οδηγίες για δραστηριότητες είναι επίσης σημαντικές για εκείνες τις οντότητες που δραστηριοποιούνται στην αγορά τουριστικών υπηρεσιών που σχεδιάζουν να πραγματοποιήσουν συγκεκριμένες επενδύσεις ή ημι-τουριστικές επενδύσεις σε έναν συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό. Οι τουριστικές επιχειρήσεις, όταν δημιουργούν τα δικά τους στρατηγικά ή επενδυτικά σχέδια, αναλύουν προσεκτικά τις τοπικές ή περιφερειακές στρατηγικές για την ανάπτυξη του τουρισμού και τα συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτές τις αναλύσεις είναι σημαντικές παραδοχές για τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Αυτό μπορεί να είναι μείζονος σημασίας όχι μόνο για το μέλλον αυτών των οικονομικών οντοτήτων, αλλά και για ολόκληρη την τοπική ή περιφερειακή οικονομία της τουριστικής περιοχής, καθώς και για την ποιότητα της ζωής των κατοίκων της.

SWOT Τουρισμού στην Εύβοια

Στη συγκεκριμένη SWOT θα περιγραφούν και θα αναλυθούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία της Εύβοιας ως τουριστικού προορισμού. Οι δυνάμεις και οι αδυναμίες πηγάζουν από το ίδιο το περιβάλλον της Εύβοιας, ενώ οι απειλές και οι ευκαιρίες είναι αποτέλεσμα του εξωτερικού περιβάλλοντος. Η καταγραφή των παραπάνω παραγόντων θα συμβάλουν στην καταγραφή των αδύνατων πτυχών και στην αποφυγή λανθασμένων ενεργειών, ενώ η καταγραφή των δυνατών σημείων θα συμβάλει στην περαιτέρω αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων και των πόρων της, με γνώμονα τη βέλτιστη λήψη των στρατηγικών αποφάσεων.

Δυνάμεις

Η Εύβοια αποτελεί ένα σημαντικό προορισμό για εναλλακτικό τουρισμό. Έχει ένα σημαντικό αριθμό βουνών, πεδιάδων, ποταμών και λιμνών, προσελκύοντας αρκετούς τουρίστες για οικοτουρισμό και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Το πλήθος των αρχαιολογικών μνημείων,

οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα σπάνια οικοσυστήματα και η πλειάδα καθαρών παραλιών, αποτελούν πόλο έλξης. Επίσης, διαθέτει πλήθος προσκυνημάτων τοπίων και θρησκευτικών δρώμενων, τα οποία την καθιστούν σημαντικό προορισμό θρησκευτικού περιεχομένου. Επιπλέον, οι δημοφιλείς ιαματικές πηγές της συμβάλλουν στην περαιτέρω εξέλιξη του τουρισμού. Τέλος, η ευρεία παραγωγή αγροτικών προϊόντων και η μοναδική κουζίνα της έλκουν αρκετούς επισκέπτες.

Η Εύβοια έχει ανεπτυγμένες μεταφορικές υποδομές. Αποτελεί ένα εύκολα προσβάσιμο μέρος, τόσο μέσω των κεντρικών οδικών αξόνων όσο και μέσω θάλασσας. Επίσης συνδέεται και με τον προαστιακό σιδηρόδρομο. Διαθέτει λιμάνια, μαρίνες και αεροδρόμιο, ενώ αναμένεται η ίδρυση πέντε υδατοδρομίων τα οποία θα συμβάλουν περαιτέρω στην προσβασιμότητα και στη διευκόλυνση της κίνησης προς και από αυτή. Επιπλέον, διαθέτει αρκετές υποδομές τόσο σε ξενοδοχεία, όσο και σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και είναι σε θέση να φιλοξενήσει ένα μεγάλο μέρος επισκεπτών.

Η γεωγραφική της θέση αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα. Ειδικότερα η Εύβοια βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας, ενώ η εγγύτητα της με την Αθήνα της δίνουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς.

Η Εύβοια διαθέτει ένα σχετικά άρτια εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Ένα μεγάλο μέρος του τοπικού πληθυσμού ασχολείται με τις τουριστικές δραστηριότητες, πολλοί από τους οποίους έχουν εμπειρία και εκπαίδευση συμβάλλοντας κατ' αυτό τον τρόπο στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, υπάρχει ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού το οποίο είναι άνεργο κ το οποίο μπορεί να συμβάλει σε πιθανή κάλυψη αναγκών προσφέροντας εργασία χαμηλής εξειδίκευσης στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Αδυναμίες

Ο τουρισμός στην Εύβοια εμφανίζει έντονη εποχικότητα. Ειδικότερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (Μάιο-Αύγουστο) η ζήτηση παρουσιάζει ραγδαία αύξηση, ενώ το υπόλοιπο έτος είναι σχετικά χαμηλή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των εσόδων και την υποαπασχόληση του εργατικού προσωπικού. Επίσης ένα μεγάλο μέρος των τοπικών- φυσικών δυνατοτήτων της ενδοχώρας μένει ανεκμετάλλευτο και το οποίο θα μπορούσε να προσεγγίσει πλήθος εναλλακτικών τουριστών. Επιπλέον, η εξάρτηση των εσόδων από εκείνους τους μήνες είναι αρκετά υψηλή κ μια πιθανή μεταβολή (πχ ένα lockdown) θα οδηγήσει σε ραγδαία πτώση των συνολικών εσόδων.

Οι υπάρχουσες υποδομές δεν έχουν αναβαθμιστεί ποιοτικά. Οι υποδομές αυτές επηρεάζουν άμεσα την τουριστική ανάπτυξη. Ειδικότερα το χαμηλό επίπεδο ποιότητας στα μέσα μαζικής μεταφοράς, η έλλειψη σήμανσης και οι κακοτεχνίες στο οδικό δίκτυο, τα προβλήματα σε αρκετές εγκαταστάσεις τουριστικού ενδιαφέροντος (μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι κλπ) αποτελούν αρνητικό παράγοντα για τους επισκέπτες. Επιπλέον οι υποστηρικτικές υποδομές του τουρισμού όπως συνεδριακές αίθουσες, οργανωμένες μαρίνες κλπ, οι οποίες διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν και συντελούν στη μείωση της εποχικότητας, παρουσιάζουν κάποια υστέρηση σε σχέση με άλλες πιο οργανωμένους τουριστικούς προορισμούς. Επιπλέον, υπάρχει άνιση γεωγραφική κατανομή αυτών των υποδομών με αποτέλεσμα κάποιες περιοχές στην Εύβοια να παρουσιάζουν ελλείψεις κ άλλες υπερβολική συγκέντρωση.

Τέλος, δεν υπάρχει μια οργανωμένη τουριστική προσέγγιση από τους υπεύθυνους. Η προσπάθειες προβολής του τουριστικού προϊόντος και η διείσδυση ειδικότερα στις ξένες αγορές είναι ανεπαρκείς. Επιπλέον, είναι γεγονός ότι η λειτουργία της δημόσιας διοίκησης χαρακτηρίζεται από αργούς ρυθμούς και από μια σχετική έλλειψη αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας. Η γραφειοκρατία αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, αλλά και εμπόδιο για τη λειτουργία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται τώρα στον τομέα.

Ευκαιρίες

Η αναμενόμενη αξιοποίηση του Ταμείου Ανάκαμψης θα προσδώσει σημαντική ώθηση στο σύνολο της οικονομίας και θα συμβάλλει στην αύξηση του ΑΕΠ. Ο τουριστικός κλάδος της χώρας μπορεί να επωφεληθεί ποικιλοτρόπως από τους πόρους του ταμείου, οι οποίοι θα τοποθετηθούν μέσα από το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού. Έργα που στοχεύουν στην ενεργειακή αναβάθμιση, αλλά και στην ψηφιακή μετάβαση και στον εκσυγχρονισμό αναμένεται να μονοπωλήσουν το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα και που θα επιδιώξουν να ενταχθούν στις χρηματοδοτήσεις του πακέτου στήριξης. Επιπλέον, ο τουριστικός τομέας μπορεί να επωφεληθεί μέσα από τις αναμενόμενες βελτιώσεις στις δημόσιες υποδομές και την επακόλουθη αύξηση της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας. Η ταξιδιωτική εμπειρία δεν αφορά μόνο τη διαμονή, αλλά συνολικά τον προορισμό.

Η ελληνική κυβέρνηση έχει εκπονήσει ένα σχέδιο για το άνοιγμα του τουρισμού στις 14 Μαΐου. Το δυναμικό άνοιγμα του τουρισμού απαιτεί έναν ευρύτερο σχεδιασμό, που θα

περιλαμβάνει την ενίσχυση των υποδομών επιτήρησης αλλά και του ελέγχου της επιδημιολογικής κατάστασης εντός Ελλάδας. Σε αυτό το πλαίσιο, σημαντική άξονες όπως το σχέδιο του εμβολιασμού, τα συνεχή τεστ και οι αυστηροί έλεγχοι στις εισόδους της χώρας θα συντελέσουν στον έλεγχο της επιδημιολογικής κατάστασης και κατ' επέκταση θα καθορίσουν το αν θα είναι επιτυχημένη ή όχι η σεζόν.

Σε αυτό το πλαίσιο, η καλή μέχρι τώρα διαχείριση της πανδημίας, αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας μας. Σε σύγκριση με ανταγωνιστικούς προορισμούς γειτονικών χωρών, η Ελλάδα έχει τα χαμηλότερα κρούσματα covid, γεγονός που την κάνει θελκτικό προορισμό κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Τέλος η ζήτηση τουριστικών δραστηριοτήτων όπως η πεζοπορία, η ποδηλασία και τα χειμερινά σπορ αποτελούν ευκαιρία για περαιτέρω ανάπτυξη του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Η Εύβοια διαθέτει πλήθος φυσικών τοπίων, τα οποία με την κατάλληλη αξιοποίηση θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού και στην άμβλυνση της εποχικότητας του-επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

Απειλές

Η βασικότερη απειλή είναι η αβεβαιότητα που έχει προκληθεί από την πανδημία covid-19 και έχει πλήξει ως επί το πλείστον τον τουριστικό τομέα. Όσο διαρκεί αυτή η αβεβαιότητα οι επιπτώσεις στον τουριστικό κλάδο θα παραμένουν τουλάχιστον σε ένα βαθμό. Επιπλέον, οι βαριές επιπτώσεις (οικονομικές, υγειονομικές κλπ) της πανδημίας σε γειτονικές χώρες, οι οποίες παραδοσιακά αποτελούν πηγή εισροών για τον ελληνικό τουρισμό, αποτελούν εμπόδιο στην ανάπτυξη του εγχώριου τουρισμού.

Ο ανταγωνισμός από άλλους προορισμούς σχετίζεται κυρίως με την τιμολογιακή πολιτική. Η Ελλάδα έχει παραδοσιακά υψηλότερες τιμές σε σχέση με άλλους προορισμούς όπως για παράδειγμα στην Τουρκία.

Ένα σημαντικό μέρος του εισερχόμενου τουρισμού της Εύβοιας αποτελούν οι έλληνες επισκέπτες. Λόγω της μακροετούς κρίσης της χώρας αλλά εξαιτίας και της πρόσφατης πανδημίας, ο έλληνας έχει απολέσει ένα σημαντικό μέρος του εισοδήματός του. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα αρκετά άτομα να μειώνουν τη δαπάνη για διακοπές ώστε να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στα νέα δεδομένα. Κατ' επέκταση η τοπική τουριστική ανάπτυξη είναι άμεσα εξαρτημένη από την πορεία των μελλοντικών εισοδημάτων των ελλήνων.

Τέλος, η έλλειψη ενός σαφούς και ολιστικού χωροταξικού και περιβαλλοντικού σχεδιασμού δημιουργεί κινδύνους για την βιωσιμότητα του τοπικού περιβάλλοντος. Η Εύβοια έχει ένα πλούσιο φυσικό τοπίο, το οποίο πέρα από την αξιοποίηση του πρέπει να προστατευθεί αντίστοιχα. Η έλλειψη ενός συγκεκριμένου πλάνου για την επιτρεπόμενη χρήση αποτελεί μελλοντική απειλή για τη βιωσιμότητα του.

Πίνακας SWOT Εύβοια



Πίνακας 5: SWOT Εύβοιας

Κεφάλαιο 6^ο

Μεθοδολογία

Διεξήγαμε έρευνα για να παρουσιαστεί και να αναλυθεί το προφίλ των επισκεπτών της Εύβοιας και να αναλυθούν οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στο νησί. Συγκεκριμένα, διεξήχθη μια ποσοτική έρευνα που χρησιμοποιεί ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο υλοποιήθηκε σε τρία στάδια.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική μέθοδος. Συνήθως το πρώτο βήμα στην οργάνωση των δεδομένων μας και ένα από τα βασικά βήματα σε αρκετές στατιστικές επεξεργασίες είναι η ταξινόμηση των δεδομένων. Τα δεδομένα, όπως λαμβάνονται από τις μετρήσεις ή τις παρατηρήσεις, είναι σε τυχαία σειρά και συχνά επιθυμία μας είναι η διάταξή τους κατά τέτοιο τρόπο ώστε να προσδιορίζουμε άμεσα διάφορα ποσοτικά χαρακτηριστικά των μετρήσεων μας. Στη συγκεκριμένη εργασία έγινε χρήση του προγράμματος SPSS για την επεξεργασία των δεδομένων.

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο υλοποιήθηκε σε τρία στάδια. Οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου, δηλαδή η ερώτηση επιτρέπει μόνο ορισμένες απαντήσεις αλλά και ανοικτού τύπου, όπου το υποκείμενο επιλέγει τον τρόπο και το περιεχόμενο της απάντησης. Επιπλέον, η διατύπωση των ερωτήσεων γίνεται με σαφήνεια, ώστε το ερωτηματολόγιο να είναι εύκολο ως προς την απάντησή του, να δομείται με μια λογική σειρά και να μην προκύπτει κάποια ερώτηση που υποκρύπτει ένα αφανές γεγονός.

Το πρώτο στάδιο περιλαμβάνει το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου, με έμφαση στην κατάρτιση των ερωτήσεων προκειμένου να επιτραπεί η χρήση ποσοτικών αναλύσεων. Χρησιμοποιήσαμε κυρίως κλειστές ερωτήσεις με αυστηρά καθορισμένο εύρος απαντήσεων και ερωτήσεις που βαθμολογούν την κλίμακα πέντε σημείων σύμφωνα με την κλίμακα του Likert⁹. Η επιλογή της συγκεκριμένης μεθόδου βασίζεται κυρίως στο μέγεθος του δείγματος της έρευνας.

Το δεύτερο βήμα περιλαμβάνει τη διανομή του ερωτηματολογίου. Η μέθοδος δειγματοληψίας που χρησιμοποιήθηκε ήταν τυχαίο δείγμα, για να εξασφαλιστεί η υψηλότερη δυνατή αντιπροσωπευτικότητα του ποσοστού δειγματοληψίας. Το χρονικό πλαίσιο εντός του οποίου υλοποιήθηκε η εμπειρική έρευνα ήταν από την περίοδο 1/4/2021 έως 12/4/2021.

⁹ Είναι η πιο ευρέως χρησιμοποιούμενη προσέγγιση για την κλιμάκωση των απαντήσεων στην έρευνα, έτσι ώστε ο όρος χρησιμοποιείται συχνά εναλλακτικά με την κλίμακα αξιολόγησης.

Συγκεκριμένα, αφού γίνανε κάποιες συναντήσεις με υπαλλήλους του εμπορικού επιμελητηρίου Χαλκίδας, με υπαλλήλους της περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, με υπαλλήλους από το τμήμα τουρισμού του Δήμου Χαλκιδέων καθώς και με τον πρόεδρο ξενοδόχων Ευβοίας οριστικοποιήθηκε το δείγμα στο οποίο θα μοιραστούν τα ερωτηματολόγια. Ειδικότερα, πρόκειται για άτομα τα οποία έχουν άμεση σχέση ή δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στο τουριστικό προϊόν της Εύβοιας.

Οι ερωτηθέντες ήταν άνδρες και γυναίκες ηλικίας 18 έως 75 ετών, εργαζόμενοι στους εμπλεκόμενους φορείς για τον τουρισμό στην Εύβοια (Περιφερειακή ενότητα Εύβοιας, Ο.Τ.Α, ΔΟΑΠΠΕΧ, σε μεμονωμένους πράκτορες τουρισμού, σε ιδιώτες επαγγελματίες και Εκκλησία). Ο κύριος στόχος ήταν να συγκεντρωθούν πολλά ερωτηματολόγια που θα επιτρέπουν την επαλήθευση των ερευνητικών υποθέσεων.

Το τρίτο βήμα περιλαμβάνει την επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιώντας το λογισμικό SPSS και την αντίστοιχη στατιστική ανάλυση των ληφθέντων αποτελεσμάτων.

Δείγμα της έρευνας

Διεξήχθη τυχαία δειγματοληψία προκειμένου να διασφαλιστεί η υψηλότερη δυνατή αντιπροσωπευτικότητα του ποσοστού δειγματοληψίας. Οι ερωτηθέντες ήταν άνδρες και γυναίκες ηλικίας 18 έως 75 ετών, εργαζόμενοι στους εμπλεκόμενους φορείς για τον τουρισμό στην Εύβοια (Περιφερειακή ενότητα Εύβοιας, Ο.Τ.Α, ΔΟΑΠΠΕΧ, σε μεμονωμένους πράκτορες τουρισμού, σε ιδιώτες επαγγελματίες και Εκκλησία).

Η διαδικασία που ακολουθήθηκε περιελάμβανε δια ζώσης συναντήσεις με τα άτομα, προκειμένου να τους μοιράσουμε το ερωτηματολόγιο και να απαντήσουμε σε τυχόν ερωτήσεις τους. Λόγω έκτακτων συνθηκών πανδημίας, όπου δεν ήταν εφικτή ή συνάντηση, το ερωτηματολόγιο αποσταλεί μέσω ταχυδρομείου στις αντίστοιχες υπηρεσίες. Συνολικά μοιράστηκαν 150 ερωτηματολόγια. Από αυτά απαντήθηκαν επιτυχώς τα 72.

Ο παρακάτω πίνακας δείχνει τα άτομα που ερωτήθηκαν ανά σχετικό φορέα.

Περιφερειακή ενότητα Εύβοιας	8
Ο.Τ.Α	16

ΔΟΑΠΠΕΧ	7
Μεμονωμένοι πράκτορες τουρισμού	9
Ιδιώτες επαγγελματίες	23
Εκκλησία	9

Πίνακας 6: Δείγμα της έρευνας

Στάδια της έρευνας

Το πρώτο στάδιο περιλαμβάνει το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου, με έμφαση στην κατάρτιση των ερωτήσεων προκειμένου να επιτραπεί η χρήση ποσοτικών αναλύσεων. Χρησιμοποιήσαμε κυρίως κλειστές ερωτήσεις με αυστηρά καθορισμένο εύρος απαντήσεων και ερωτήσεις που βαθμολογούν την κλίμακα πέντε σημείων σύμφωνα με την κλίμακα του Likert¹⁰. Η επιλογή της συγκεκριμένης μεθόδου βασίζεται κυρίως στο μεγάλο μέγεθος του δείγματος της έρευνας.

Το δεύτερο βήμα περιλαμβάνει τη διανομή του ερωτηματολογίου. Ο κύριος στόχος ήταν να συγκεντρωθούν πολλά ερωτηματολόγια που θα επιτρέπουν την επαλήθευση των ερευνητικών υποθέσεων. Συγκεκριμένα συγκεντρώθηκαν 72 ολοκληρωμένα ερωτηματολόγια.

Το τρίτο βήμα περιλαμβάνει την επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιώντας το λογισμικό SPSS και την αντίστοιχη στατιστική ανάλυση των ληφθέντων απαντήσεων.

¹⁰ Είναι η πιο ευρέως χρησιμοποιούμενη προσέγγιση για την κλιμάκωση των απαντήσεων στην έρευνα, έτσι ώστε ο όρος χρησιμοποιείται συχνά εναλλακτικά με την κλίμακα αξιολόγησης.

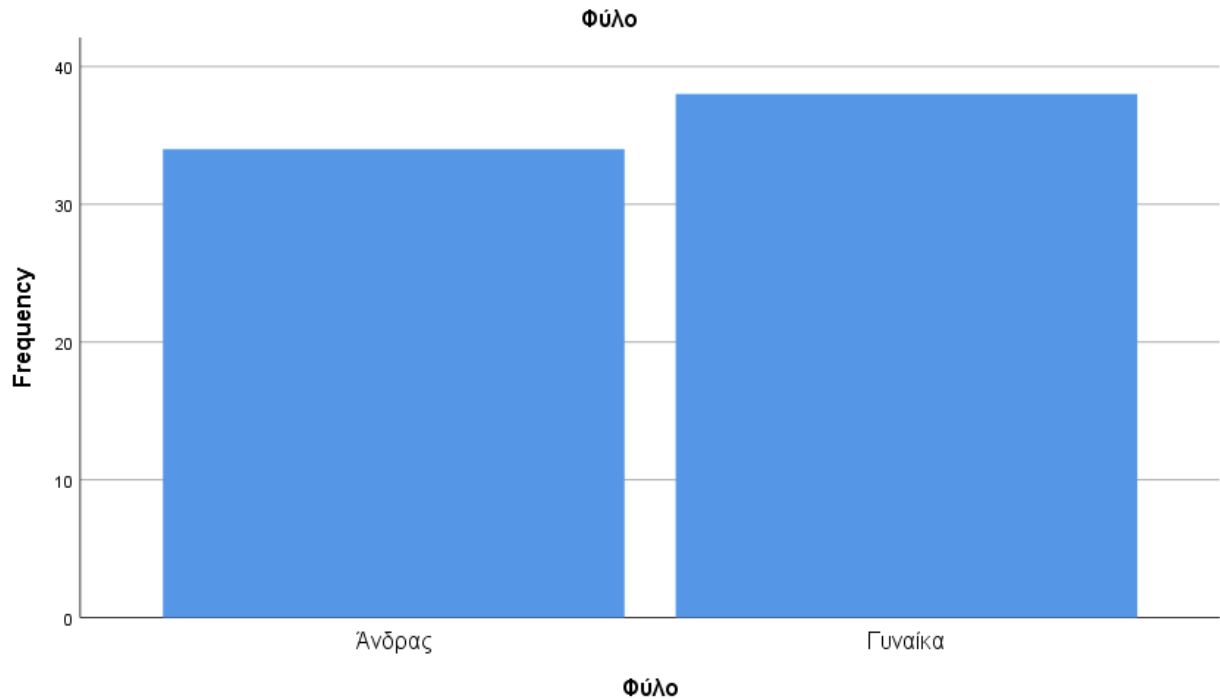
Κεφάλαιο 7^ο

Αποτελέσματα έρευνας

Στα παρακάτω διαγράμματα θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη, σε εμπλεκόμενους φορείς της Περιφερειακής ενότητας Ευβοίας.

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται το σύνολο των ανδρών και των γυναικών. Συγκεκριμένα το 47,2% του δείγματός μας ήταν άντρες (34 άτομα) και το 52,8% γυναίκες (38 άτομα).

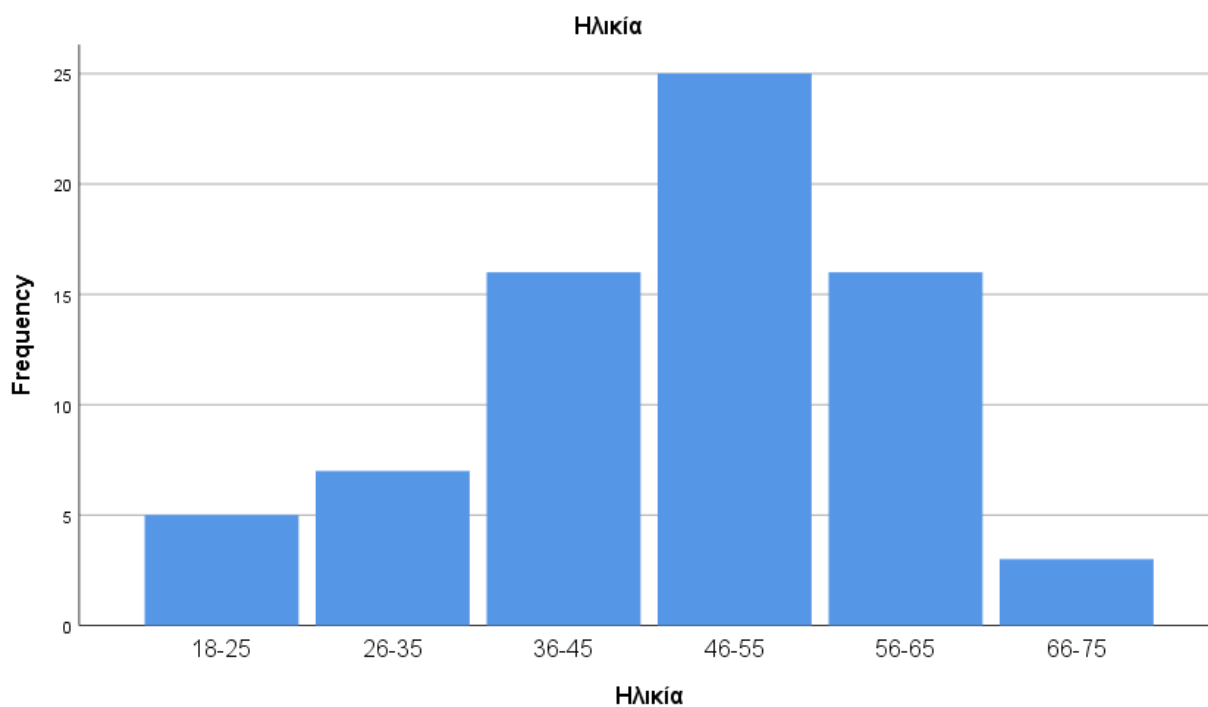
		Φύλο			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	34	47.2	47.2	47.2
	Γυναίκα	38	52.8	52.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



Πίνακας 7: Φύλο ερωτώμενων

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η ηλικιακή συχνότητα. Συγκεκριμένα το 6,9% ήταν μεταξύ 18-25 ετών, το 9,7 % ήταν μεταξύ 26-35 ετών, το 22,2% ήταν μεταξύ 36-45 ετών, το 34,7% ήταν μεταξύ 46-55 ετών, το 22,2% ήταν μεταξύ 56-65 ετών και το 4,2% ήταν μεταξύ 66-75 ετών.

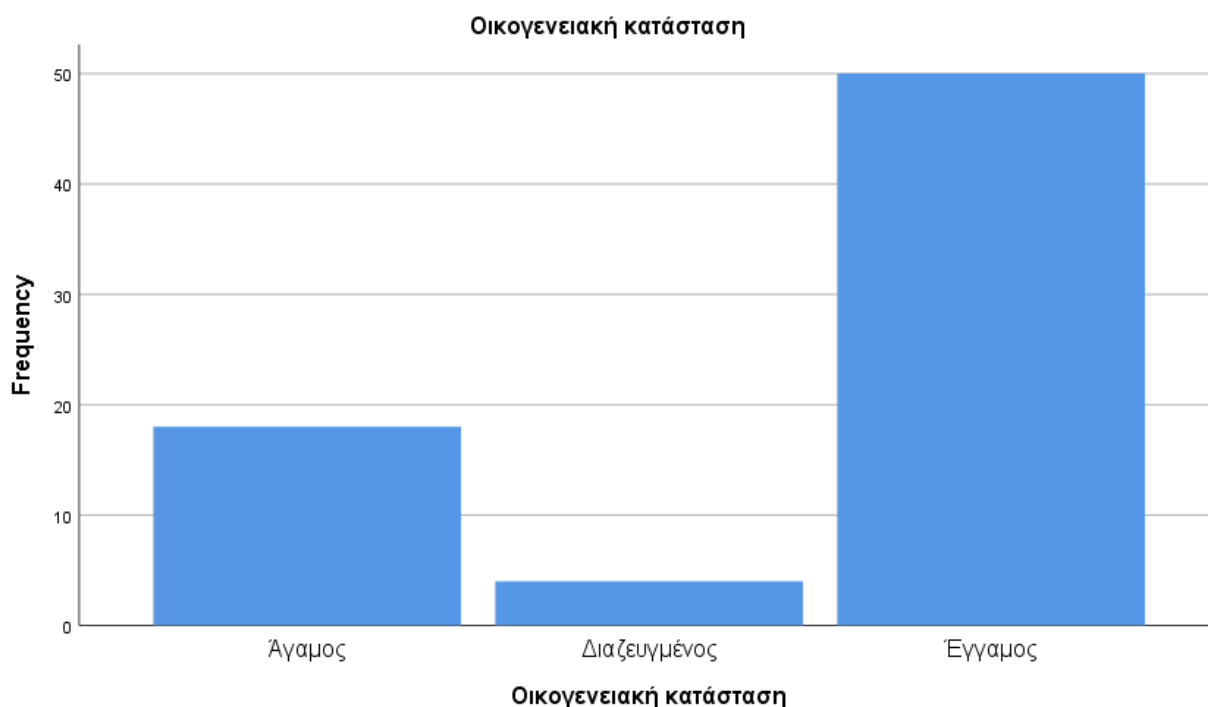
		Ηλικία			
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	5	6.9	6.9	6.9
	26-35	7	9.7	9.7	16.7
	36-45	16	22.2	22.2	38.9
	46-55	25	34.7	34.7	73.6
	56-65	16	22.2	22.2	95.8
	66-75	3	4.2	4.2	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



Πίνακας 8: Ηλικία ερωτώμενων

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η οικογενειακή κατάσταση του δείγματος. Συγκεκριμένα το 69,4% ήταν έγγαμοι, το 25% ήταν άγαμοι και το 5,6% διαζευγμένοι.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος	18	25.0	25.0	25.0
	Διαζευγμένος	4	5.6	5.6	30.6
	Έγγαμος	50	69.4	69.4	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

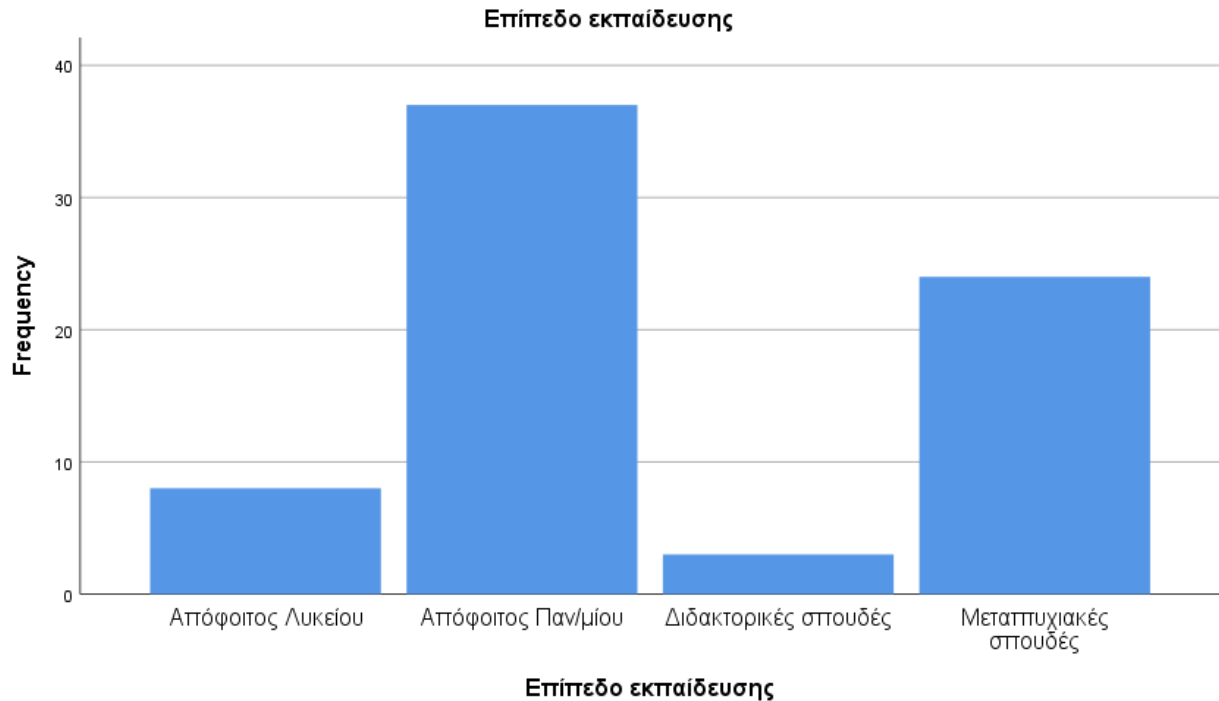


Πίνακας 9: Οικογενειακή Κατάσταση ερωτώμενων

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων. Συγκεκριμένα, το 11,1% ήταν απόφοιτοι λυκείου (8 άτομα) , το 51,4% ήταν απόφοιτοι πανεπιστημίου (37 άτομα) , το 33,3 % ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου (24 άτομα) , το 4,2% ήταν κάτοχοι διδακτορικού (3 άτομα).

Επίπεδο εκπαίδευσης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Απόφοιτος Λυκείου	8	11.1	11.1	11.1
	Απόφοιτος Παν/μίου	37	51.4	51.4	62.5
	Διδακτορικές σπουδές	3	4.2	4.2	66.7
	Μεταπτυχιακές σπουδές	24	33.3	33.3	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

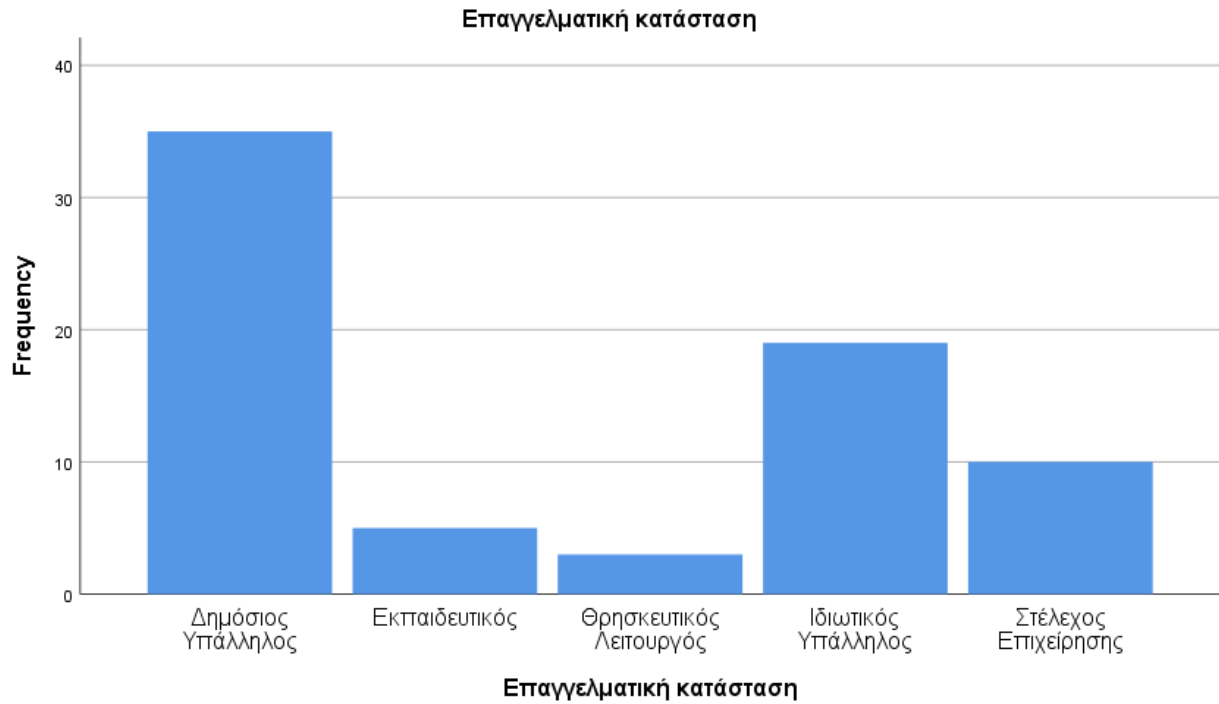


Πίνακας 10: Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενων

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται επαγγελματική κατάσταση του δείγματος. Συγκεκριμένα, το 48,6% ήταν δημόσιοι υπάλληλοι (35 άτομα), το 6,9% ήταν εκπαιδευτικοί (5 άτομα), το 4,2% ήταν θρησκευτικοί λειτουργοί (3 άτομα), το 26,4% ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (19 άτομα), και το 13,9% ήταν στελέχη επιχειρήσεων (10 άτομα).

Επαγγελματική κατάσταση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημόσιος Υπάλληλος	35	48.6	48.6	48.6
	Εκπαιδευτικός	5	6.9	6.9	55.6
	Θρησκευτικός Λειτουργός	3	4.2	4.2	59.7
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	19	26.4	26.4	86.1
	Στέλεχος Επιχείρησης	10	13.9	13.9	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

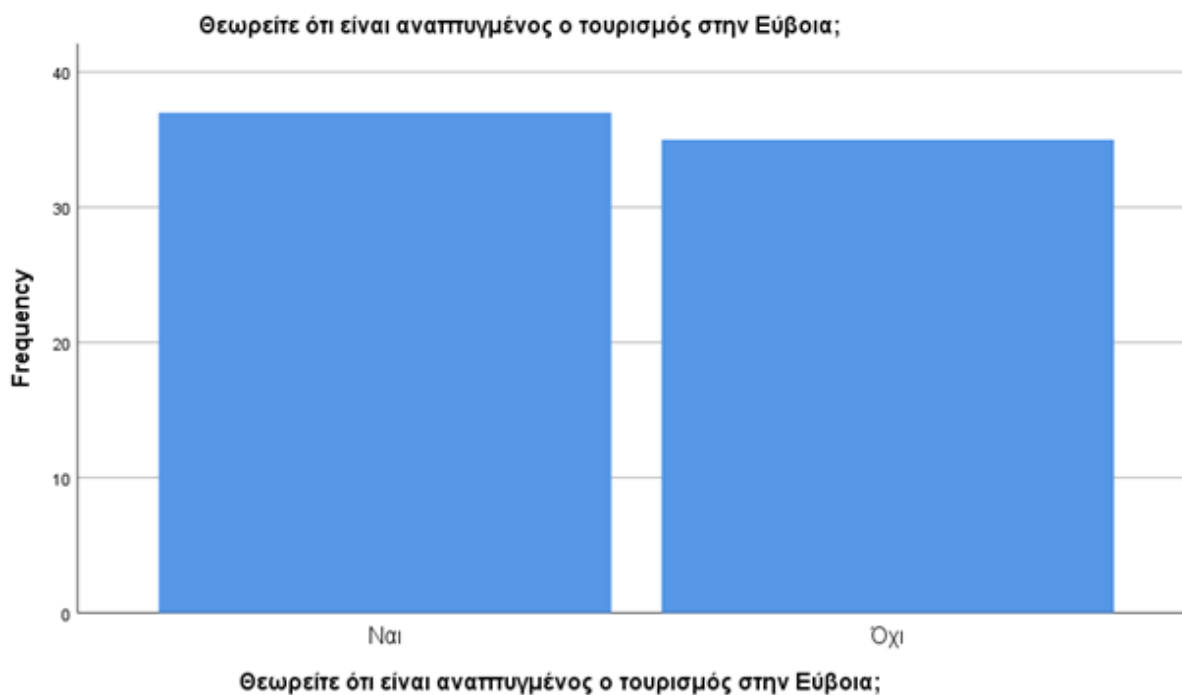


Πίνακας 11: Επαγγελματική κατάσταση ερωτώμενων

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η άποψη των ερωτώμενων για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας. Συγκεκριμένα το 51,4% (37 άτομα) θεωρούν ότι ο θρησκευτικός τουρισμός στην Εύβοια είναι ανεπτυγμένος ενώ το 48,6% (35 άτομα) όχι.

Θεωρείτε ότι είναι αναπτυγμένος ο τουρισμός στην Εύβοια;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	37	51.4	51.4	51.4
	Όχι	35	48.6	48.6	100.0
Total		72	100.0	100.0	

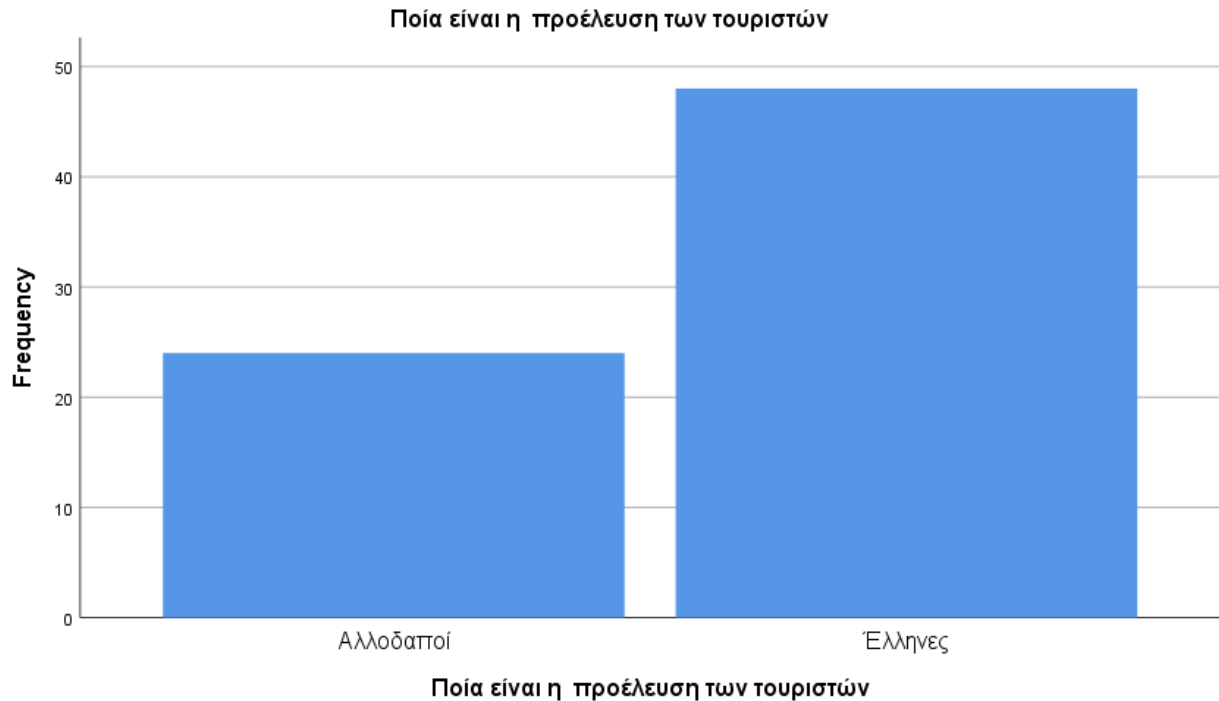


Πίνακας 12: Ανάπτυξη τουρισμού στην Εύβοια

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η άποψη των ερωτώμενων για την προέλευση των τουριστών στην Περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας. Συγκεκριμένα το 66,7% (48 άτομα) θεωρούν ότι η πλειοψηφία των τουριστών στην Εύβοια είναι έλληνες, ενώ το 33,3% (24 άτομα) θεωρούν ότι η πλειοψηφία των τουριστών στην Εύβοια είναι αλλοδαποί.

Ποιά είναι η προέλευση των τουριστών

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αλλοδαποί	24	33.3	33.3	33.3
	Έλληνες	48	66.7	66.7	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

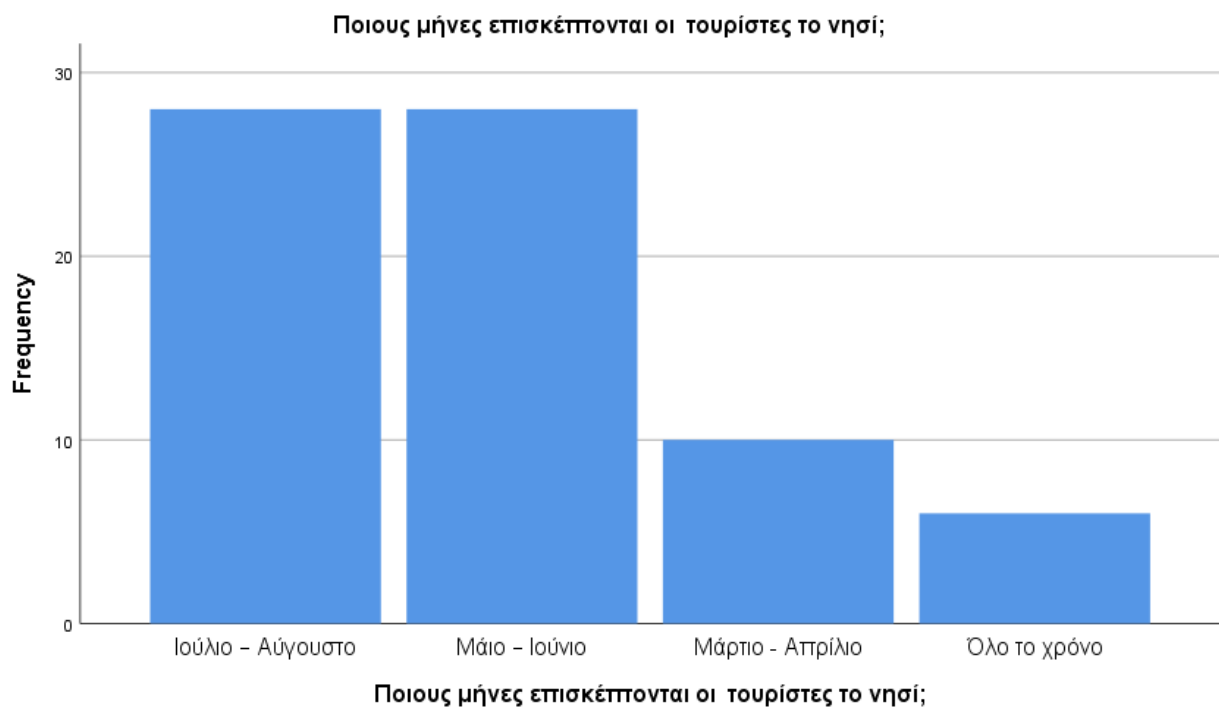


Πίνακας 13: Προέλευση τουριστών στην Εύβοια

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η άποψη των ερωτώμενων για τους πιο δημοφιλείς μήνες του τουρισμού στο νησί. Συγκεκριμένα το 77,8% (56 άτομα) θεωρούν ότι ο τουρισμός στην Εύβοια είναι στα υψηλά του κατά τους μήνες Μάιο- Αύγουστο, ενώ ένα 13,9% (10 άτομα) θεωρούν τους μήνες Μάρτιο- Απρίλιο και ένα 8,3% (6 άτομα) θεωρούν όλους τους μήνες του χρόνου.

Ποιους μήνες επισκέπτονται οι τουρίστες το νησί;

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ιούλιο – Αύγουστο	28	38.9	38.9	38.9
	Μάιο – Ιούνιο	28	38.9	38.9	77.8
	Μάρτιο - Απρίλιο	10	13.9	13.9	91.7
	Όλο το χρόνο	6	8.3	8.3	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



Πίνακας 14: Δημοφιλείς μήνες

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η άποψη των ερωτώμενων για πηγές πληροφόρησης των τουριστών για την Εύβοια. Συγκεκριμένα, το 44,4% (32 άτομα) θεωρούν ότι η βασική πηγή πληροφόρησης είναι το ιντερνέτ. Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα διάφορα τουριστικά πρακτορεία 27,8% (20 άτομα), οι φίλοι 25% (18 άτομα), και, τέλος η εκκλησία 2,8% (2 άτομα).

Ποιες είναι οι πηγές πληροφόρησης των τουριστών για την Εύβοια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εκκλησία	2	2.8	2.8	2.8
	Ιντερ νετ	32	44.4	44.4	47.2
	Πρακτορεία	20	27.8	27.8	75.0
	Φίλοι	18	25.0	25.0	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



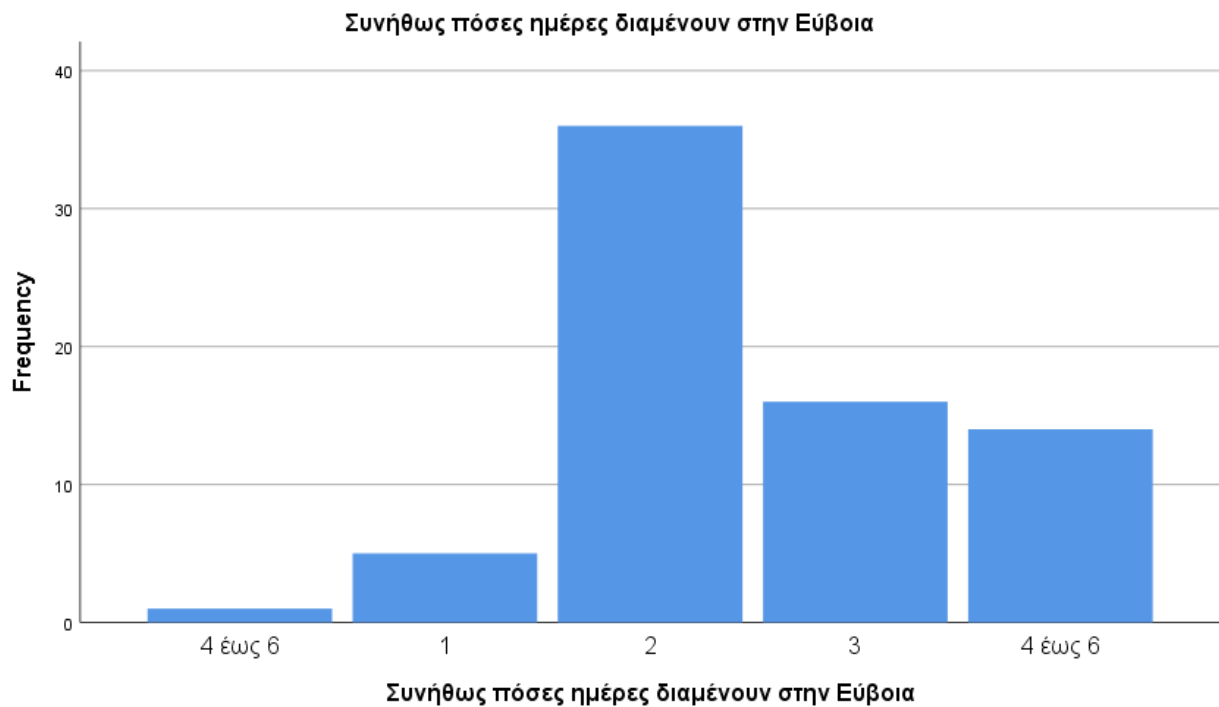
Πίνακας 15: Πηγές πληροφόρησης των τουριστών

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η διάρκεια των επισκέψεων των τουριστών στην Εύβοια. Συγκεκριμένα το 50% (36 άτομα) επιλέγουν δυο μέρες για τη διαμονή τους, ένα 22,2% (16 άτομα) μένει για τρεις μέρες, ένα 20,8% (15 άτομα) μένει για τέσσερις έως έξι μέρες και ένα 6,9% (5 άτομα) δηλώνει για μία μέρα.

Συνήθως πόσες ημέρες διαμένουν στην Εύβοια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4 έως 6	1	1.4	1.4	1.4
	1	5	6.9	6.9	8.3
	2	36	50.0	50.0	58.3
	3	16	22.2	22.2	80.6
	4 έως 6	14	19.4	19.4	100.0
	6				

Total	72	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

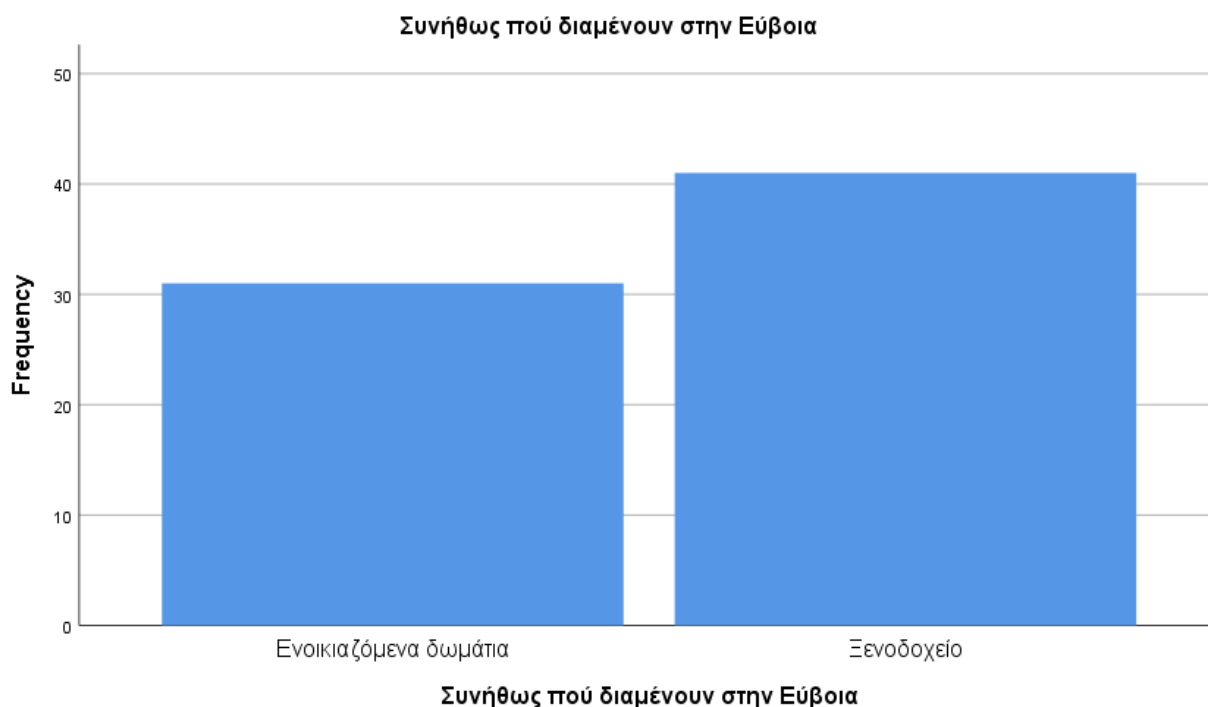


Πίνακας 16: Ημέρες διαμονής

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται το μέρος που επιλέγουν για τη διαμονή τους. Συγκεκριμένα το 56.9% (41 άτομα) επιλέγουν ξενοδοχεία και το 43,1% (31 άτομα) επιλέγουν ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Συνήθως πού διαμένουν στην Εύβοια

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ενοικιαζόμενα δωμάτια	31	43.1	43.1	43.1
	Ξενοδοχείο	41	56.9	56.9	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

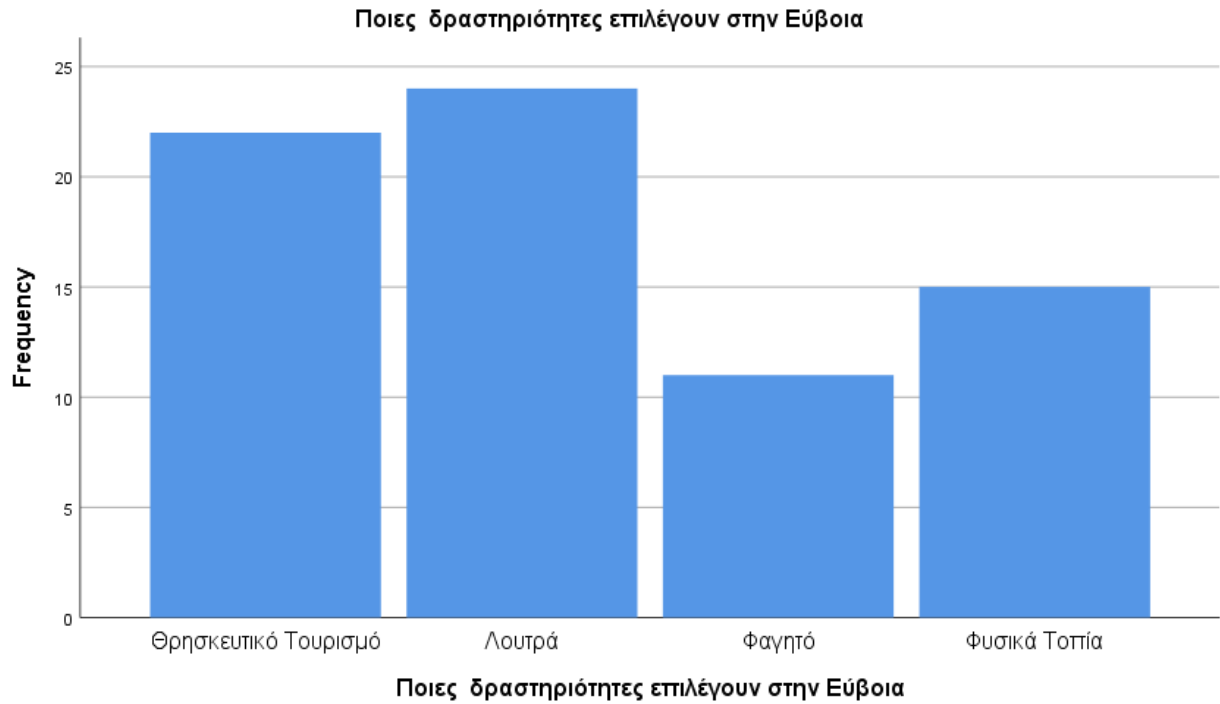


Πίνακας 17: Μέρη που επιλέγουν για διαμονή

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται οι κύριες δραστηριότητες που επιλέγουν οι τουρίστες κατά τη διαμονή τους. Συγκεκριμένα, ένα 30,6% (22 άτομα) επιλέγουν θρησκευτικές δραστηριότητες, ένα 33,3% (24 άτομα) επιλέγουν τα ιαματικά λουτρά, ένα 15,3% (11 άτομα) επισκέπτονται κυρίως για την τοπική κουζίνα και ένα 20,8% (15 άτομα) επιλέγουν το μέρος για τα φυσικά του τοπία.

Ποιες δραστηριότητες επιλέγουν στην Εύβοια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Θρησκευτικό Τουρισμό	22	30.6	30.6	30.6
	Λουτρά	24	33.3	33.3	63.9
	Φαγητό	11	15.3	15.3	79.2
	Φυσικά Τοπία	15	20.8	20.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

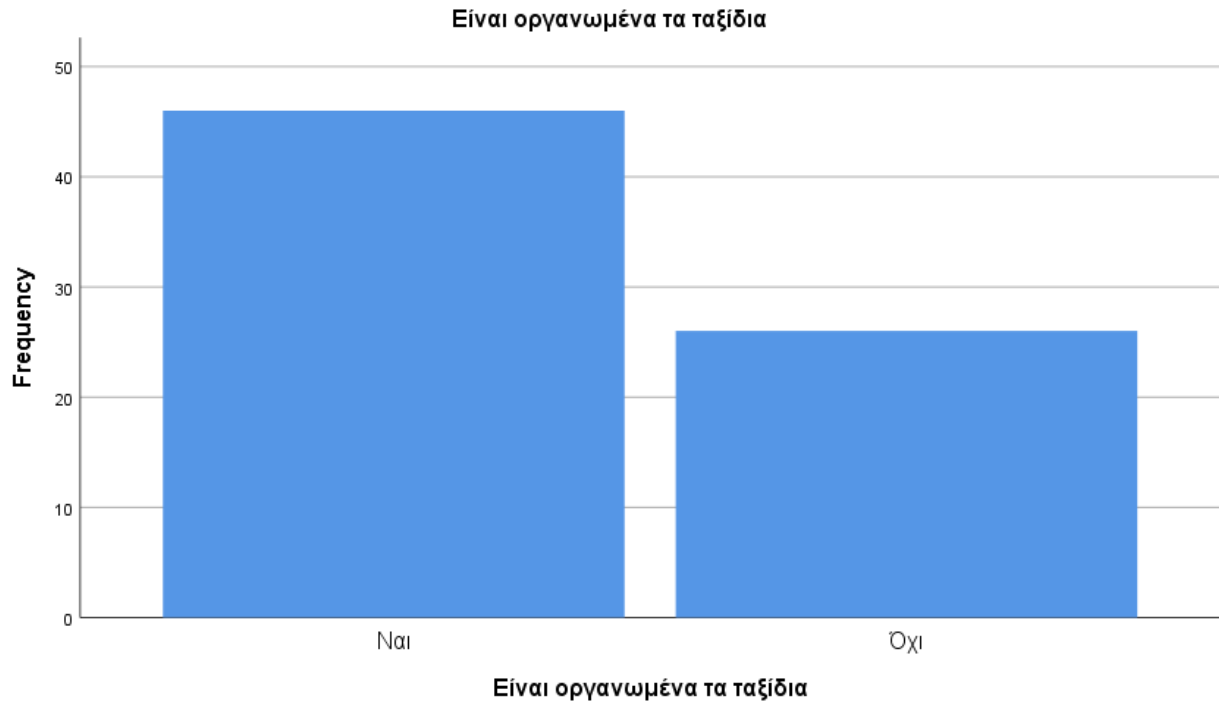


Πίνακας 18: Δημοφιλείς τουριστικές δραστηριότητες

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η επιλογή των τουριστών ως προς τα οργανωμένα ταξίδια. Συγκεκριμένα, το 63,9% (46 άτομα) επιλέγουν οργανωμένα ταξίδια και το 36,1% (26 άτομα) επιλέγουν να ταξιδεύουν, οργανώνοντας μόνοι τους το ταξίδι τους.

Είναι οργανωμένα τα ταξίδια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	46	63.9	63.9	63.9
	Όχι	26	36.1	36.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



Πίνακας 19: Οργάνωση ταξιδιών

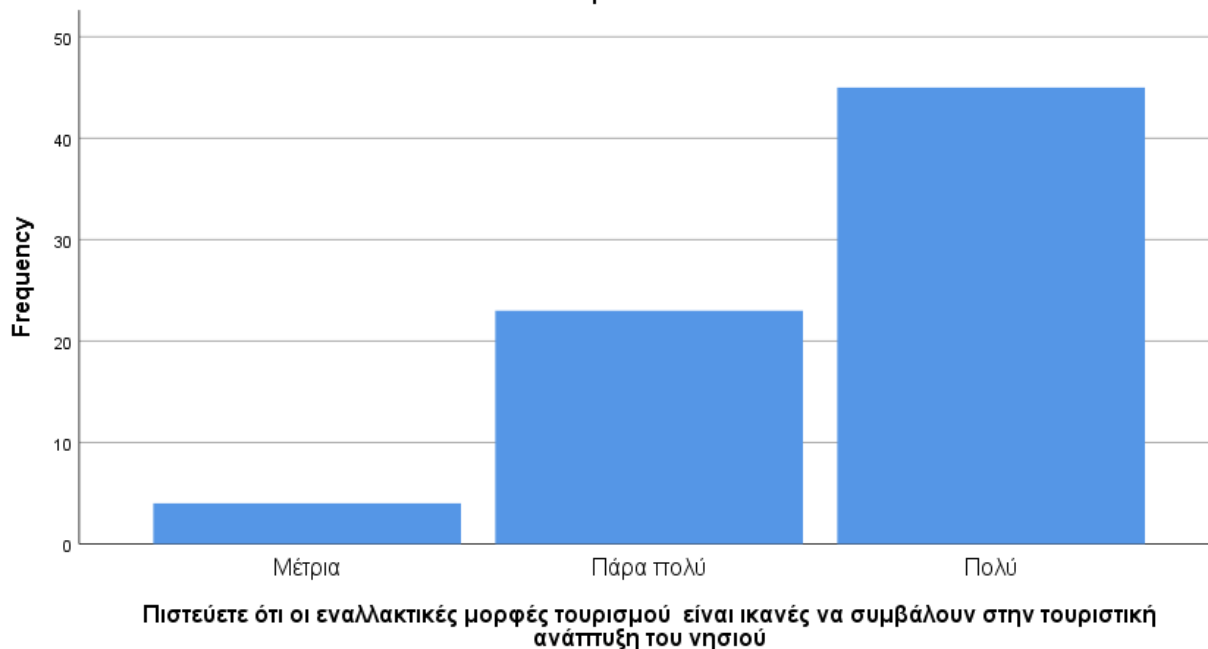
Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η γνώμη των εμπλεκομένων ως προς τη συμβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην ανάπτυξη του τουρισμού της Εύβοιας. Συγκεκριμένα, το 62,5% (45 άτομα) πιστεύουν ότι οι εναλλακτικές μορφές μπορούν να συμβάλλουν πολύ, το 31,9% (23 άτομα) πιστεύουν ότι οι εναλλακτικές μορφές μπορούν να συμβάλλουν πάρα πολύ και το 5,6% (4 άτομα) πιστεύουν ότι οι εναλλακτικές μορφές μπορούν να συμβάλλουν αρκετά .

Πιστεύετε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ικανές να συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μέτρια	4	5.6	5.6	5.6
	Πάρα πολύ	23	31.9	31.9	37.5

Πολύ	45	62.5	62.5	100.0
Total	72	100.0	100.0	

Πιστεύετε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ικανές να συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού

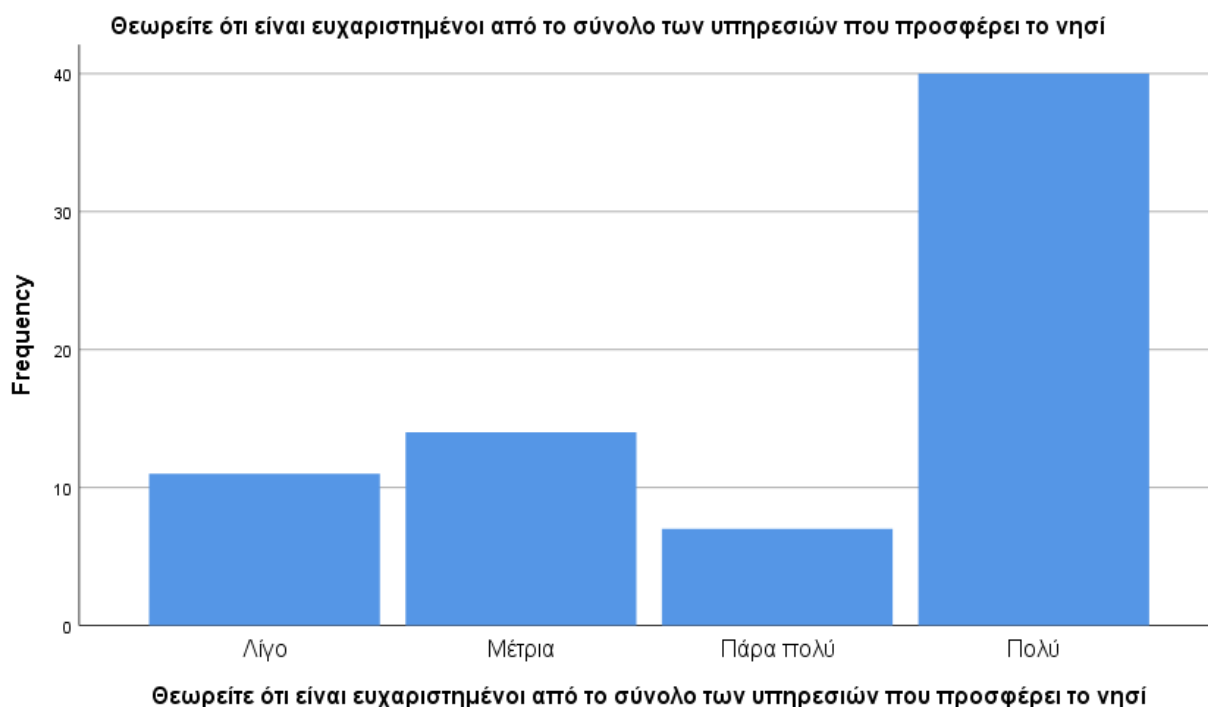


Πίνακας 20: Συμβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η γνώμη των εμπλεκομένων ως προς το κατά πόσο μένουν ευχαριστημένοι οι επισκέπτες από τις υπηρεσίες του νησιού. Συγκεκριμένα, το 55,6% (40 άτομα) πιστεύουν ότι οι επισκέπτες μένουν πολύ ευχαριστημένοι, το 19,4% (14 άτομα) απάντησαν μέτρια, το 15,3% (11 άτομα) απάντησαν λίγο και το 9,7% (7 άτομα) απάντησαν πάρα πολύ .

Θεωρείτε ότι είναι ευχαριστημένοι από το σύνολο των υπηρεσιών που προσφέρει το νησί

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Λίγο	11	15.3	15.3	15.3
	Μέτρια	14	19.4	19.4	34.7
	Πάρα πολύ	7	9.7	9.7	44.4
	Πολύ	40	55.6	55.6	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

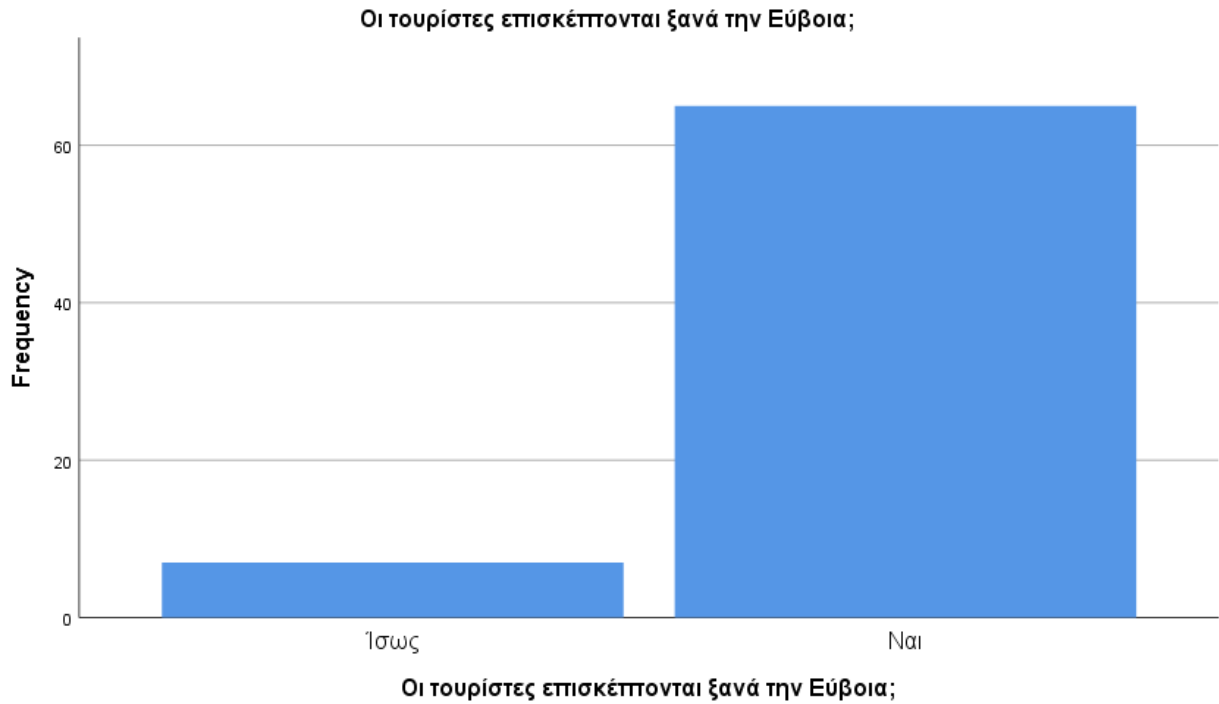


Πίνακας 21: Ικανοποίηση τουριστών από τις υπηρεσίες που προσφέρει το νησί

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η γνώμη των εμπλεκόμενων ως προς το κατά πόσο οι τουρίστες ξανά επισκέπτονται το νησί. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία 90,3% (65 άτομα) πιστεύουν ότι οι επισκέπτες ξανά επισκέπτονται το νησί και το 9,7% (7 άτομα) πιστεύουν το αντίθετο.

Οι τουρίστες επισκέπτονται ξανά την Εύβοια;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Όχι	7	9.7	9.7	9.7
	Ναι	65	90.3	90.3	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



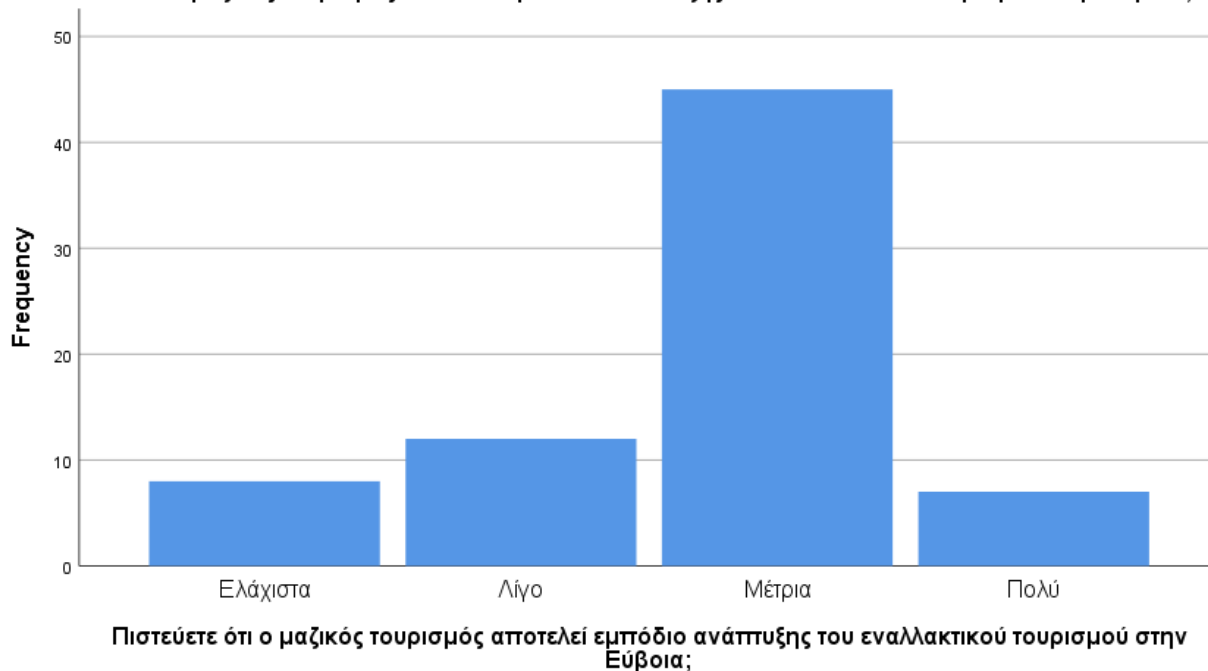
Πίνακας 22: Επανάληψη επίσκεψης στην Εύβοια

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η γνώμη των εμπλεκομένων ως προς το κατά πόσο ο μαζικός τουρισμός αποτελεί εμπόδιο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία 62,5% (45 άτομα) πιστεύουν ότι η επίδραση θα είναι μέτρια, το 16,7% (12 άτομα) και το 11,1% (8 άτομα) πιστεύουν ότι η επίδραση θα είναι λίγη ή ελάχιστη, και το 9,7% (7 άτομα) πιστεύουν ότι η επίδραση θα είναι πολύ μεγάλη.

Πιστεύετε ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί εμπόδιο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Εύβοια;

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ελάχιστ α	8	11.1	11.1	11.1
	Λίγο	12	16.7	16.7	27.8
	Μέτρια	45	62.5	62.5	90.3
	Πολύ	7	9.7	9.7	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

Πιστεύετε ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί εμπόδιο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Εύβοια;

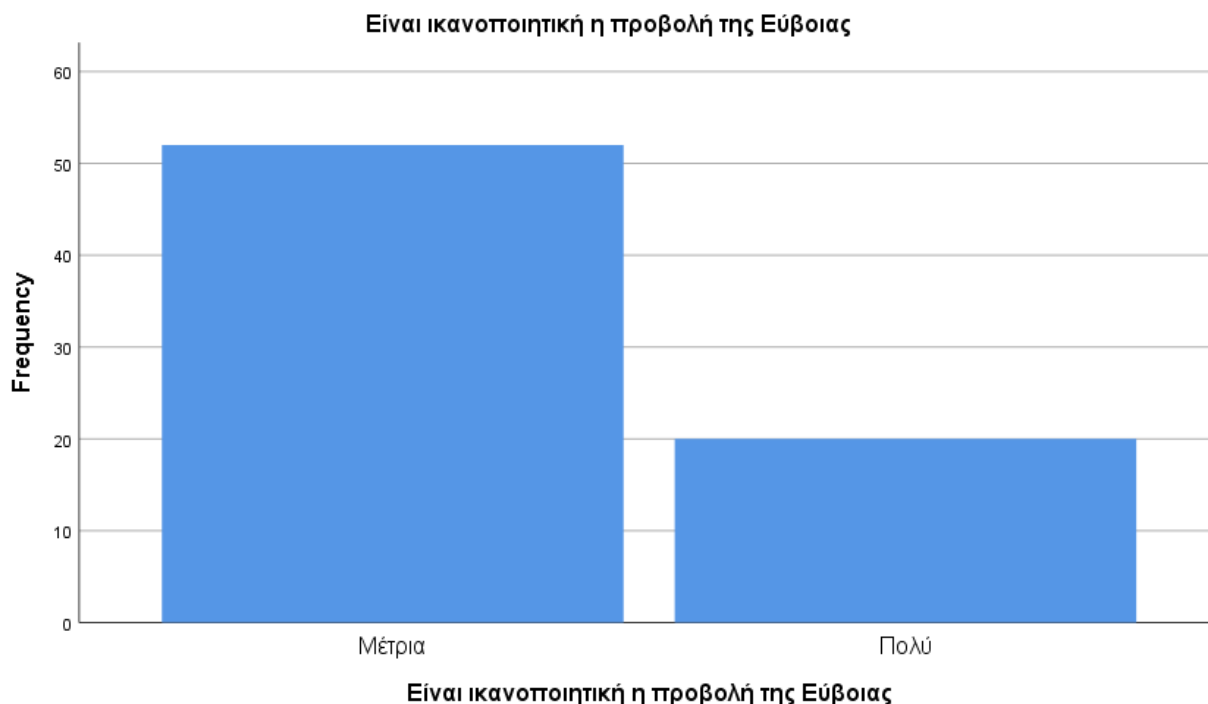


Πίνακας 23: Επιρροή μαζικού τουρισμού στον εναλλακτικό

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η γνώμη των εμπλεκομένων ως προς το κατά πόσο είναι ικανοποιητική η προβολή της Εύβοιας. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία 72,2% (52 άτομα) πιστεύουν ότι η προβολή της Εύβοιας είναι μέτρια και το 27,8% (20 άτομα) πιστεύουν η προβολή της Εύβοιας είναι ικανοποιητική.

Είναι ικανοποιητική η προβολή της Εύβοιας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μέτρια	52	72.2	72.2	72.2
	Πολύ	20	27.8	27.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



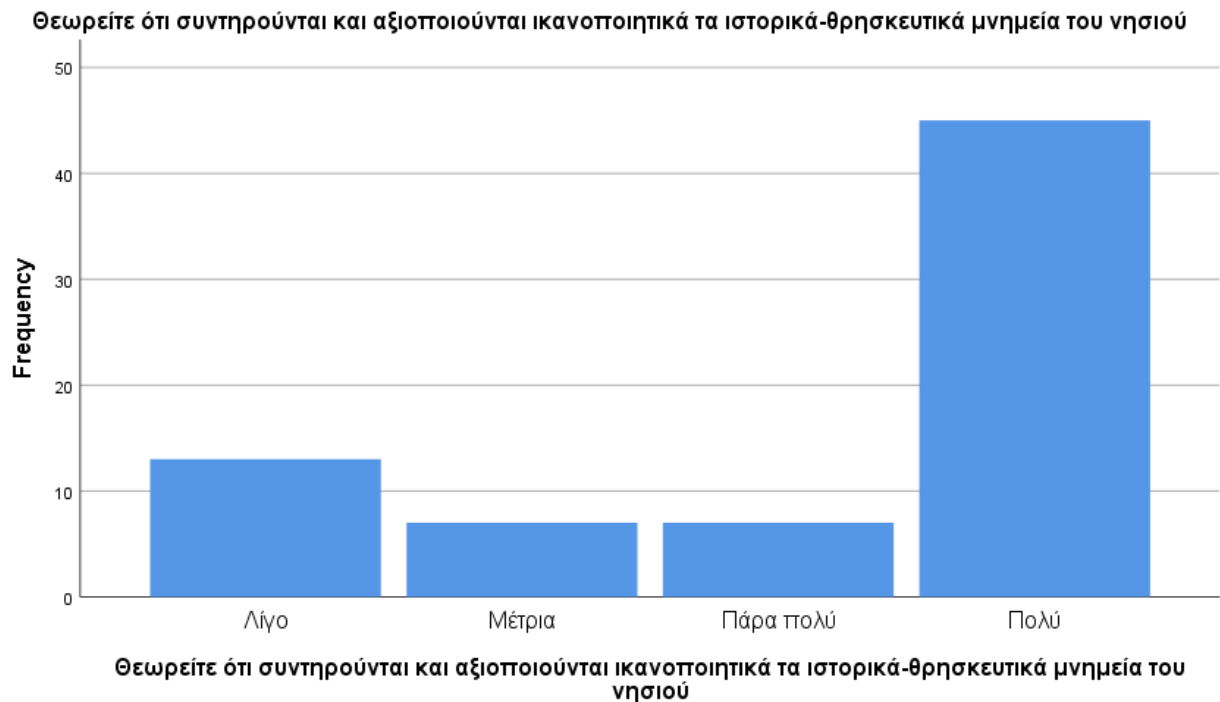
Πίνακας 24: Προβολή της Εύβοιας

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται ή γνώμη των εμπλεκομένων ως προς το κατά πόσο είναι ικανοποιητική η συντήρηση των μνημείων του νησιού. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία 62,5% (45 άτομα) πιστεύουν ότι η συντήρηση των μνημείων του νησιού είναι ικανοποιητική, το 18,1% (13 άτομα) πιστεύουν η προβολή της Εύβοιας είναι χαμηλή, το 9,7% (7 άτομα) ότι είναι μέτρια και το 9,7% (7 άτομα) ότι είναι αρκετά ικανοποιητική.

Θεωρείτε ότι συντηρούνται και αξιοποιούνται ικανοποιητικά τα ιστορικά-θρησκευτικά μνημεία του νησιού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Λίγο	13	18.1	18.1	18.1
	Μέτρια	7	9.7	9.7	27.8
	Πάρα πολύ	7	9.7	9.7	37.5

Πολύ	45	62.5	62.5	100.0
Total	72	100.0	100.0	

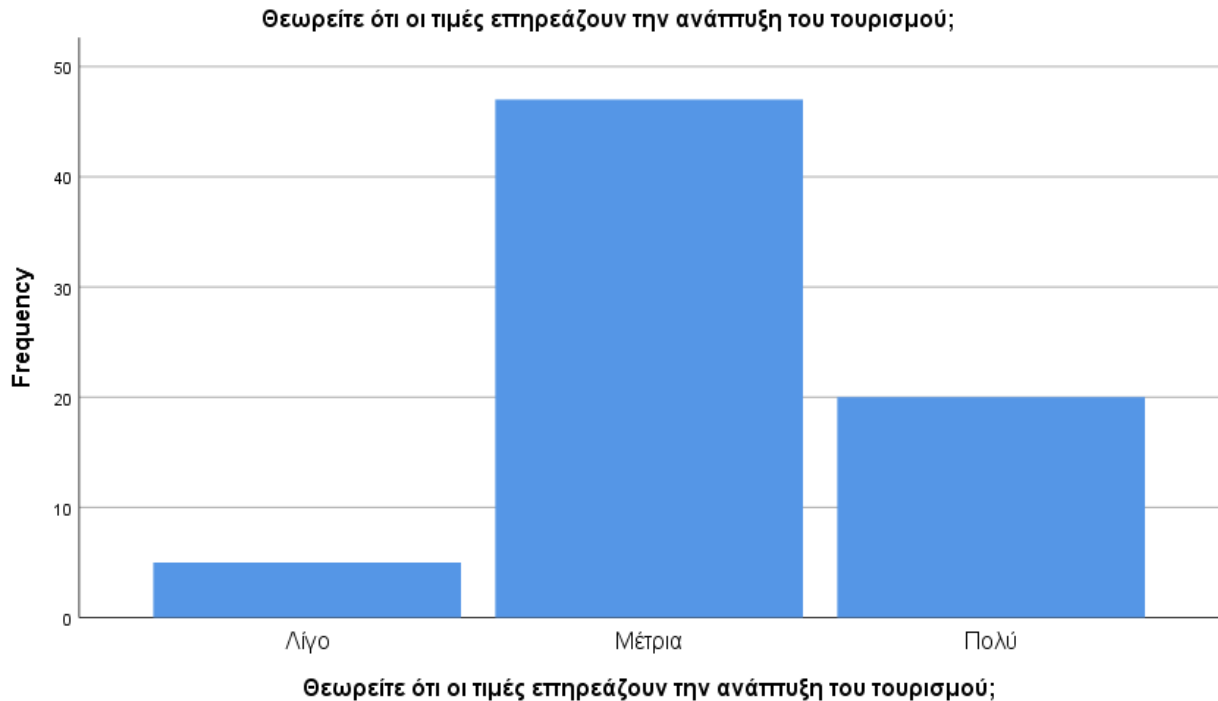


Πίνακας 25: Πως συντηρούνται και αξιοποιούνται τα μνημεία του νησιού

Στον παρακάτω πίνακα και διάγραμμα συχνοτήτων απεικονίζεται η γνώμη των εμπλεκομένων ως προς το κατά πόσο οι τιμές επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού. Συγκεκριμένα, το 65,3% (47 άτομα) πιστεύουν ότι οι τιμές έχουν μέτρια επιρροή, το 27,8% (20 άτομα) θεωρούν ότι έχουν μεγάλη επιρροή, και το 6,9% (5 άτομα) ότι έχουν χαμηλή.

Θεωρείτε ότι οι τιμές επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Λίγο	5	6.9	6.9	6.9
	Μέτρια	47	65.3	65.3	72.2
	Πολύ	20	27.8	27.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



Πίνακας 26: Επιρροή τιμών στην ανάπτυξη

Συμπεράσματα

Η περιφερειακή ενότητα της Εύβοιας αποτελεί ένα δημοφιλή τουριστικό προορισμό, προσελκύοντας τόσο Έλληνες όσο και των αλλοδαπούς επισκέπτες. Επιπλέον, αποτελεί ένα σημαντικό προορισμό για εναλλακτικό τουρισμό, καθώς συγκεντρώνει πλήθος φυσικών τοπίων, παραδοσιακούς οικισμούς, σπάνια οικοσυστήματα, ενώ διαθέτει μεγάλο αριθμό προσκυνημάτων τοπίων και θρησκευτικών δρώμενων, τα οποία την καθιστούν σημαντικό προορισμό θρησκευτικού περιεχομένου.

Η εγγύτητα της με την Αθήνα και οι αναπτυγμένες μεταφορικές υποδομές την καθιστούν ένα εύκολα προσβάσιμο μέρος. Επίσης, διαθέτει αρκετές υποδομές τόσο σε ξενοδοχεία, όσο και σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και είναι σε θέση να φιλοξενήσει ένα μεγάλο μέρος επισκεπτών.

Ο τουρισμός στην Εύβοια εμφανίζει έντονη εποχικότητα. Ειδικότερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (Μάιο-Αύγουστο) η ζήτηση παρουσιάζει ραγδαία αύξηση, ενώ το υπόλοιπο έτος είναι σχετικά χαμηλή. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των εσόδων και την υποαπασχόληση του εργατικού προσωπικού.

Στην έρευνα που διεξήχθη το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες, ενώ τα περισσότερα άτομα ήταν μεταξύ 46-55 ετών και παντρεμένοι (75%) . Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είχαν τελειώσει πανεπιστήμιο και απασχολούνταν στο δημόσιο τομέα. Το 51% θεώρησε ότι ο τουρισμός είναι ανεπτυγμένος στο νησί της Εύβοιας και μεγαλύτερη επισκεψιμότητα παρατηρείται κατά το διάστημα Μαΐου-Αύγουστου. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτηματολόγια οι περισσότεροι τουρίστες είναι Έλληνες, επισκέπτονται κατά μέσο όρο για 2 μέρες το νησί, διαμένουν σε ξενοδοχεία και αντλούν πληροφορίες μέσα από το ίντερνετ. Δημοφιλείς δραστηριότητες αποτελούν τα θρησκευτικά μνημεία, τα λουτρά του νησιού, τα φυσικά τοπία και η γευσίγνωσία των τοπικών προϊόντων. Τα ταξίδια των τουριστών είναι συνήθως οργανωμένα και συνήθως ξανά επισκέπτονται το νησί, αφού κατά κύριο λόγο μένουν ευχαριστημένοι από τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να συμβάλουν ικανοποιητικά στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος του νησιού, ενώ αρκετοί βλέπουν τον μαζικό τουρισμό ως εμπόδιο για την ανάπτυξη του εναλλακτικού. Η προβολή του νησιού δεν είναι αρκετά ικανοποιητική, ενώ από την άλλη μεριά η συντήρηση των μνημείων του νησιού είναι ικανοποιητική. Τέλος, η πλειοψηφία των ερωτώμενων θεωρούν ότι η τιμές παίζουν ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά όχι πολύ μεγάλο.

Για την ασφαλή διεξαγωγή αποτελεσμάτων, πρέπει να γίνει περισσότερη έρευνα με μεγαλύτερο ερωτηματολόγιο, καθότι το δείγμα είναι σχετικά μικρό. Επιπλέον, πρέπει να ερωτηθούν και οι τουρίστες καθότι οι ερωτήσεις στη συγκεκριμένη περίπτωση απευθύνθηκαν μόνο σε φορείς.

Ο τουρισμός για να μπορέσει να αποτελέσει βασική πηγή ανάπτυξης της οικονομίας σε κάθε περιοχή πρέπει να έχει βιώσιμη μακροπρόθεσμη προσέγγιση από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. Πρέπει να υπάρχει ένα στρατηγικό σχέδιο για την ανάπτυξη του τουρισμού, αφού είναι απαραίτητο ώστε να προσεγγίσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών. Στην Εύβοια σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης είναι η καλύτερη συνεργασία μεταξύ των φορέων. Επιπλέον, η καλύτερη προώθηση, κυρίως σε χώρες του εξωτερικού κρίνεται επιβεβλημένη.

Η Εύβοια είναι ένα νησί αρκετά προσβάσιμο, χωρίς ιδιαίτερα μεγάλο κόστος μεταφοράς. Σε αυτό το πλαίσιο μπορούν να ενισχυθούν τα πακέτα πολυήμερων εκδρομών, τα οποία να συμπεριλαμβάνουν και την ξενάγηση σε δημοφιλή μνημεία (πχ θρησκευτικά) αλλά και το συνδυασμό αναψυχής και ξεκούρασης, είτε περιλαμβάνοντας επισκέψεις σε μερικά από τα

λουτρά του νησιού, είτε σε άλλες περιοχές όπου μπορούν να έχουν ευχάριστες εμπειρίες οι επισκέπτες ενισχύοντας την γενικότερη τουριστική οικονομία της περιοχής. Αυτό θα συμβάλλει και στη μείωση της εποχικότητας που εμφανίζει έντονα ο τουρισμός στην Εύβοια.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

- Booking.com, 2018. *Where Sustainable Travel is Headed in 2018*, Amsterdam: Booking.com.
- Budeanu, A., Miller, G., Moscardo, G. & Ooi, C.-S., 2016. Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: an introduction. *Journal of Cleaner Production*, pp. 285-294.
- GlobalData, 2018. *Key Trends in Cultural Tourism-Analysis of cultural tourism key trends and opportunities*, s.l.: GlobalData.
- INSETE Intelligence, 2020. *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2019*, s.l.: INSETE Intelligence.
- Iossiphides, T., Pechlivanidis, C. & Thanaskos, K., 2020. *COVID-19 Industry Pulse Report: Tourism-Greece*, s.l.: EY.
- Lenzen, M. και συν., 2018. The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change* , p. 522–528.
- Macleod, D. V., 2004. *Alternative Tourism: A Comparative Analysis of Meaning and Impact*. Στο: *Global Tourism*. London: s.n.
- OECD , 2020. *OECD Tourism Trends and Policies 2020*, s.l.: OECD .
- Pizam, A. & Milman, A., 1986. The Social Impacts of Tourism. *Tourism Recreation Research*.
- Pololikashvili, Z., 2019. *International Tourism Highlights, 2019 Edition*, s.l.: UNWTO.
- PwC, 2018. *The next day of Greek Tourism*, s.l.: PricewaterhouseCoopers.
- Roe, D. & Urquhart, P., 2001. *Pro-Poor Tourism: Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor*, s.l.: International Institute for Environment and Development.
- Ross, S. & Wall, G., 1999. Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*, pp. 123-132.
- Swarbrooke, J., 1999. *Sustainable Tourism Management*. London: CAB International.
- Triarchi, E. & Karamanis, K., 2017. Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. *World Journal of Business and Management*.
- UNWTO, 2020. *UNWTO World Tourism Barometer* , s.l.: UNWTO.
- World Tourism Organization, 2018. *Tourism and Culture Synergies*, Madrid: World Tourism Organization.

Ελληνόγλωσση

- Ίκκος, Α., 2020. *Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα, 2010 – 2019*, s.l.: INSETE Intelligence.

Ίκκος, Ά. & Λάμπρου, Ε., 2021. *Στατιστικό Δελτίο- Φεβρουάριος 2021*, s.l.: INSETE Intelligence.

Κουτσός, Σ. & Ίκκος, Ά., 2020. *Ακτινογραφία Εισερχόμενου Τουρισμού 2017 - 2019*, s.l.: INSETE.

Λάμπρου, Ε. & Ίκκος, Ά., 2019. *Χαρακτηριστικά Ταξιδιών Εσωτερικού Ημεδαπών Τουριστών 2019*, s.l.: INSETE Intelligence.

Φαρμάκη, Α., 2018. *Τουρισμός & Κοινωνία*. s.l.: Εκδοτικός Όμιλος ΙΩΝ.

Ιστότοποι

data.worldbank.org, 2020. *data.worldbank.org*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2019&start=1995&view=chart>

Deshmukh, R. & Himanshu, V., 2021. *www.alliedmarketresearch.com*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.alliedmarketresearch.com/eco-tourism-market-A06364>

Douglas, L., 2018. *regionaltourism.com.au*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://regionaltourism.com.au/projects/economic-benefits/>

english-magazine.org, 2020. *english-magazine.org*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://english-magazine.org/english-reading/english-for-travel/483-a-brief-history-of-tourism-travel-english>

European Commission, 2021. *ec.europa.eu*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en

Eurostat, 2021. *www.ec.europa.eu*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics

Gyr, U., 2010. *European History Online*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://ieg-ego.eu/en/threads/europe-on-the-road/the-history-of-tourism>

knoema.com, 2021. *www.knoema.com*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://knoema.com/atlas/Greece/topics/Tourism/Travel-and-Tourism-Total-Contribution-to-GDP/Contribution-of-travel-and-tourism-to-GDP-percent-of-GDP>

Middleton, V., 2015. *The tourism society*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm>

SETE, 2020. *www.sete.gr*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Statista Research Department, 2021. *www.statista.com*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>

The World Bank Group, 2021. *data.worldbank.org*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2019&start=2010&view=chart>

Ugurlu, T., 2010. <http://www.tugberkugurlu.com/>. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism>

unwto.org, 2020. www.unwto.org. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

unwto.org, 2021. <https://www.unwto.org/sustainable-development>. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.unwto.org/sustainable-development>

unwto.org, 2021. www.unwto.org. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>

unwto, 2020. www.unwto.org. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.unwto.org/why-tourism>

UNWTO, 2020. www.unwto.org. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Walton, J. K., 2012. www.britannica.com. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.britannica.com/topic/tourism>

www.technavio.com, 2020. *Cultural Tourism Market by Type, Category, and Geography - Forecast and Analysis 2020-2024*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.technavio.com/report/cultural-tourism-market-industry-analysis>

www.ukessays.com, 2020. www.ukessays.com. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.ukessays.com/essays/history/the-development-history-of-tourism-history-essay.php>

Yehia, Y., 2019 . globaledge.msu.edu. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://globaledge.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies-a>

Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΦΟΡΕΙΣ

Η εν λόγω έρευνα διεξάγεται στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού φοιτητή, Παλαιολόγου Ηλία με θέμα «**Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στην περιφερειακή ενότητα Ευβοίας**».

1. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. α Φύλο

- Άνδρας Γυναίκα

1. β Ηλικία

- 18-25 26-35 36-45 46-55
 56-65 66-75

1. γ Οικογενειακή κατάσταση

- Άγαμος Έγγαμος Διαζευγμένος

1. δ Επίπεδο εκπαίδευσης

- Απόφοιτος Δημοτικού Απόφοιτος Γυμνασίου Απόφοιτος Λυκείου
 Απόφοιτος Παν/μίου Μεταπτυχιακές σπουδές Διδακτορικές σπουδές

1. ε Επαγγελματική κατάσταση

- Δημόσιος Υπάλληλος Ιδιωτικός Υπάλληλος
 Στέλεχος Επιχείρησης Εκπαιδευτικός Άλλο.....

2. ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ

2. α Θεωρείτε ότι είναι αναπτυγμένος ο τουρισμός στην Εύβοια;

- Ναι Όχι

2. β Ποια είναι η προέλευση των τουριστών;

- Έλληνες Αλλοδαποί

2. γ Ποιους μήνες επισκέπτονται οι έλληνες τουρίστες το νησί;

- Ιανουάριο – Φεβρουάριο Μάρτιο - Απρίλιο Μάιο – Ιούνιο
 Ιούλιο – Αύγουστο Σεπτέμβριο – Οκτώβριο Νοέμβριο - Δεκέμβριο
 Όλο το χρόνο

2. δ Ποιους μήνες επισκέπτονται οι αλλοδαποί τουρίστες το νησί;

- Ιανουάριο – Φεβρουάριο Μάρτιο - Απρίλιο Μάιο – Ιούνιο
 Ιούλιο – Αύγουστο Σεπτέμβριο – Οκτώβριο Νοέμβριο - Δεκέμβριο
 Όλο το χρόνο

2. ε Ποιες είναι οι πηγές πληροφόρησης των τουριστών για την Εύβοια;

.....
.....

2. στ Συνήθως πόσες ημέρες διαμένουν στην Εύβοια;

- 1 2 3 4-6 7-10 10-..

2. ζ Συνήθως πού διαμένουν στην Εύβοια;

- Ξενοδοχείο Ενοικιαζόμενα δωμάτια Φιλοξενία
 Άλλο

2.η Ποιες δραστηριότητες επιλέγουν στην Εύβοια;

.....
.....

2. θ Είναι οργανωμένα τα ταξίδια;

Ναι Όχι

2. ι Πιστεύετε ότι οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού της Εύβοιας είναι ικανές να συμβάλουν στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού;

Ελάχιστα	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ

2. ια Θεωρείτε ότι είναι ευχαριστημένοι από το σύνολο των υπηρεσιών που προσφέρει το νησί;

Ελάχιστα	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ

2. ιβ Οι τουρίστες επισκέπτονται ξανά την Εύβοια;

Όχι Ίσως Ναι Άλλο

3. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ

3. α Πιστεύετε ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί εμπόδιο ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Εύβοια;

Ελάχιστα	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ

3. β Είναι ικανοποιητική η προβολή της Εύβοιας;

Ελάχιστα	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ

3.γ Θεωρείτε ότι συντηρούνται και αξιοποιούνται ικανοποιητικά τα ιστορικά-θρησκευτικά μνημεία του νησιού;

Ελάχιστα	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ

3.δ Θεωρείτε ότι οι τιμές επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού;

Ελάχιστα	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ

3.ε Ποια άλλα εμπόδια λειτουργούν ανασταλτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί;

.....

.....

.....

Σας ευχαριστώ θερμά για το χρόνο που αφιερώσατε!