

ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
TECHNICAL UNIVERSITY OF CRETE

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

Αξιολόγηση ανταγωνιστικότητας τουρισμού με την Περιβάλλουσα
Ανάλυση Δεδομένων.

Φοιτήτρια:

Ευγενία Δήμητρα Κατσιμίχα

Επιβλέπων καθηγητής:

κ. Ευάγγελος Γρηγορούδης.

Χανιά 2022

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Ευάγγελο Γρηγορούδη για την αμέριστη καθοδήγηση και τις χρήσιμες συμβουλές που μου προσέφερε σε όλη την διάρκεια της εκπόνησης της συγκεκριμένης εργασίας. Επιπλέον νιώθω την ανάγκη να τον συγχαρώ για το έργο που προσφέρει στο Πολυτεχνείο Κρήτης καθώς αποτελεί ένα ενεργό μέλος που είναι παράδειγμα για όλους εμάς τους νέους απόφοιτους, οι οποίοι έχουμε όνειρα και προσδοκίες για το μέλλον με την ελπίδα για κάτι καλύτερο. Τέλος θα ήθελα να εκφράσω ένα τεράστιο ευχαριστώ ιδιαίτερα στους γονείς μου Γιώργο και Παναγιώτα, στον αδερφό μου Σταμάτη και στους φίλους μου για την υποστήριξη που μου παρείχαν όλα τα χρόνια των σπουδών μου καθώς και στους ανθρώπους που πίστεψαν σε μένα και με βοήθησαν με τον τρόπο τους, η συμβολή των οποίων ήταν καθοριστικής σημασίας για αυτό το σημαντικό κομμάτι της ζωής μου..

Η δειλία ρωτάει: “είναι ασφαλές;” η σκοπιμότητα ρωτάει: “είναι προσοδοφόρο;” η ματαιότητα ρωτάει “είναι δημοφιλές;”. Η συνείδηση ρωτάει “είναι σωστό;”. Και κάποια φορά, θα έρθει η στιγμή που θα πρέπει να αποφασίσουμε για κάτι που δεν είναι ούτε ασφαλές, ούτε προσοδοφόρο, ούτε δημοφιλές, μόνο και μόνο επειδή η συνείδησή μας φωνάζει ότι αυτό είναι το σωστό...

Μάρτιν Λούθερ Κινγκ Jr.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θέμα της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας είναι η αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού με την χρήση της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων (Data Envelopment Analysis-DEA). Στόχος αυτής της εργασίας είναι η ανάλυση των επιδόσεων των χωρών στον τουρισμό συγκριτικά με τα αποτελέσματα που έχουν επιτευχθεί, λαμβάνοντας ωστόσο υπόψη και τους πόρους που έχουν χρησιμοποιηθεί. Αυτό επιτυγχάνεται με τη συλλογή δεδομένων σχετικά με τις επιδόσεις της κάθε χώρας (αφίξεις τουριστών, χρηματικά ποσά που εισπράχθηκαν κ.α.) με βάση όμως τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν από την αντίστοιχη χώρα (πιθανή διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος, κατασκευή ανάλογων υποδομών κ.α.). Κάθε χώρα η οποία αποτελεί και το τουριστικό προϊόν για να μπορεί να χαρακτηριστεί ανταγωνιστική και να προτιμάται έναντι των υπολοίπων, θα πρέπει να διαθέτει όσο το δυνατόν υψηλότερα επίπεδα βαθμολογιών στην παγκόσμια κατάταξη αξιολόγησης. Στο πλαίσιο αυτό ο δείκτης TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index) που δημοσιεύεται σε ετήσια βάση από το World Economic Forum υπολογίζει σε παγκόσμιο επίπεδο τη σειρά των χωρών από την πιο ανταγωνιστική έως την λιγότερο ανταγωνιστική, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο ιδιοτήτων και χαρακτηριστικών που εμφανίζει η εκάστοτε χώρα σε διάφορους τομείς. Στην παρούσα εργασία θα χρησιμοποιηθεί η μέθοδος DEA για να εξεταστεί η ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών. Συγκεκριμένα, θα διερευνηθούν διαφορετικά μοντέλα DEA που δημιουργήθηκαν για το σκοπό της συγκεκριμένης εργασίας, ενώ τα αποτελέσματα θα συγκριθούν με την κατάταξη του δείκτη TTCI.

ABSTRACT

The main aim of this thesis is the competitiveness evaluation of tourism by using the Data Envelopment Analysis (DEA) approach. Especially the thesis aims to analyze the performance of countries regarding their tourism product by comparing the results that have been achieved, in relation to the resources that have been used. This analysis can show which country is the most efficient and it is achieved by comparing data resulting from the performance of each country (tourist arrivals, money collected, etc.), but also any expenses that have been incurred by the respective country (such as advertising of the country, construction of facilities and infrastructure, etc.). For a country to be considered competitive it should achieve a high enough score in the global evaluation rankings. In this context, the TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index) published annually by the World Economic Forum calculates the global ranking of countries from the most competitive to the least competitive, considering the set of qualities and characteristics that are displayed by each country in various sectors. In this thesis, the DEA method is used to examine the competitiveness of tourist destinations. In particular, different DEA models that have been created for the purpose of this study, are investigated, and then the results are compared with the ranking of the TTCI index.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ABSTRACT

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1	Γενικά	9
1.2	Βασικές έννοιες και ορισμοί.....	10
1.3	Δομή και στόχοι εργασίας	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΚΛΑΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1	Το φαινόμενο του τουρισμού	14
2.2	Τουριστική ζήτηση και προσφορά	15
2.2.1	Έννοια και χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης	15
2.2.2	Έννοια και συστατικά της τουριστικής προσφοράς	17
2.3	Κίνητρα πραγματοποίησης τουρισμού	19
2.3.1	Ψυχολογικά	19
2.3.2	Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα	20
2.3.3	Πολιτιστικά κίνητρα.....	21
2.4	Τουριστική Ανάπτυξη.....	22
2.4.1	Οικονομία	22
2.4.2	Κοινωνία.....	22
2.4.3	Περιβάλλον.....	23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1	Ορισμός ανταγωνιστικότητας.....	24
3.2	Η έννοια της ανταγωνιστικότητας στον τουρισμό	25
3.3	Ανταγωνιστικότητα και συγκριτικό πλεονέκτημα	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (TTCI)

4.1	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού	30
4.2	Παγκόσμιος Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού (TTCI).....	31
4.3	Βασικοί Πυλώνες.....	33

4.4	Αποτελέσματα του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού 2019	39
4.5	Αποτελέσματα του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού ανά περιφέρεια.....	42
4.5.1	Αμερική	42
4.5.2	Ασία-Ευρώπη	46
4.5.3	Ευρώπη και Ευρασία.....	51
4.5.4	Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική.....	55
4.5.5	Υποσαχάρια Αφρική	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΥΣΑ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

5.1	Γενικά	65
5.2	Μαθηματική ανάπτυξη	66
5.2.1	Βασικό μοντέλο CCR.....	66
5.2.2	Δυϊκό μοντέλο CCR	67
5.2.3	Διερεύνηση της αποδοτικότητας μονάδων	69
5.3	Όριο αποδοτικότητας.....	69
5.4	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα	75

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

6.1	Δεδομένα.....	73
6.2	Εναλλακτικά μοντέλα.....	74
6.2.1	Ολικό μοντέλο	74
6.2.2	Ευνοϊκό περιβάλλον	75
6.2.3	Ταξιδιωτική πολιτική	76
6.2.4	Φυσικοί, πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια.....	76
6.3	Εφαρμογή μεθόδου DEA.....	76
6.4	Αποτελέσματα	77
6.4.1	Ολικό μοντέλο	77
6.4.2	Ευνοϊκό περιβάλλον	78
6.4.3	Ταξιδιωτική πολιτική	81
6.4.4	Φυσικοί, πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια.....	84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7.1	Σύγκριση και σχολιασμός αποτελεσμάτων	86
7.1.1	Ολικό μοντέλο	86
7.1.2	Ευνοϊκό περιβάλλον	87
7.1.3	Ταξιδιωτική πολιτική	88

7.1.4	Φυσικοί, πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια.....	90
7.2	Μελλοντικές Επεκτάσεις	90

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΙΣΑΓΩΓΗ



1.1 Γενικά

Στην εποχή που ζούμε ο κλάδος του Τουρισμού είναι ένας από τους πιο εξελικτικά αναπτυσσόμενους κλάδους μιας οικονομίας αποτελώντας ένα κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο και μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες. Σε όλες τις χώρες του κόσμου και σε όλα τα επίπεδα ανάπτυξης, πολλές εκατομμύρια θέσεις εργασίας και επιχειρήσεις εξαρτώνται από έναν ισχυρό και ακμάζοντα τουριστικό τομέα. Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει το όχημα για την υψηλή και διαρκή αναπτυξιακή πορεία μιας χώρας. Είναι γεγονός ότι ο τουρισμός συμβάλλει σε ένα μεγάλο ποσοστό στο ΑΕΠ κάθε χώρας για τον λόγο ότι οι μετακινήσεις ανά περιοχή είναι πλέον κάτι καθημερινό και προσβάσιμο χωρίς να αποτελεί προνόμιο λίγων ανθρώπων με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Ως μία πρώτη μορφή τουρισμού αναγνωρίζεται η περιήγηση που σκοπό έχει την ατομική αναζήτηση για τις ρίζες του παρελθόντος και παράλληλα εντείνοντας την περιέργεια για άλλους πολιτισμούς, κουλτούρες συνήθειες παραδόσεις καθώς και για άγνωστους γενικότερα τόπους. Όμως παρατηρώντας την έκταση που έχει πάρει στη σύγχρονη εποχή, συμπεραίνουμε ότι ο τουρισμός αναπτύχθηκε ως μαζικό φαινόμενο μετά τα μέσα του εικοστού αιώνα (Likorish και Jenkins, 2004).

Στην ραγδαία ανάπτυξη του συγκεκριμένου κλάδου έχουν συμβάλει διάφοροι παράγοντες όπως η αύξηση των εισοδημάτων και η μείωση των ωρών εργασίας των ανθρώπων συγκριτικά με παλαιότερα χρόνια, με αποτέλεσμα την αύξηση του διαθέσιμου ελεύθερου χρόνου. Πλέον κάθε γωνιά του κόσμου έχει τραβήξει το ενδιαφέρον του σύγχρονου τουρίστα εξάπτοντας του την επιθυμία να την επισκεφθεί. Από τις απέραντες εκτάσεις ερήμου της Σαχάρας μέχρι τις βόρειες ακτές της Ιρλανδίας, από τα υπερσύγχρονα και πολυτελή ξενοδοχεία στο Ντουμπάι μέχρι απλά καταλύματα σε απομακρυσμένες περιοχές σε κάθε γωνιά του πλανήτη. Έτσι θα λέγαμε ότι στην εποχή μας ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε ένα είδος κοινωνικής ανάγκη που έχει κυρίως χαρακτήρα αναψυχής με στόχο τη διασκέδαση και τη χαλάρωση από τους έντονους ρυθμούς ζωής, αποτελώντας μια τάση που αυξάνεται όλο και

περισσότερο με το πέρασμα των χρόνων. Είναι γεγονός επίσης ότι στην σύγχρονη κοινωνία υπάρχουν πολλά μέσα που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του συγκεκριμένου κλάδου και κυρίως λόγω της αναβάθμισης των μέσων μεταφοράς και του σύγχρονου τρόπου ζωής που έχουν ενσωματώσει την έννοια του τουρισμού στην καθημερινότητα. Η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού παλαιότερα αποτελούσε πολυτέλεια, ωστόσο πλέον έχει εξελιχθεί βαθμιαία σε κοινή δραστηριότητα και έχει ενταχθεί στις ζωές των περισσότερων ανθρώπων. Γίνεται επομένως όλο και πιο αναπόφευκτο κομμάτι κάθε οικονομίας, η ενασχόληση με τον συγκεκριμένο κλάδο έτσι ώστε να μπορεί να ανταπεξέλθει στις προσδοκίες αλλά και στις απαιτήσεις που προκύπτουν σχετικά με την πραγματοποίηση του τουρισμού.

1.2 Βασικές έννοιες και ορισμοί.

Ο τουρισμός αποτελεί μια πολυδιάστατη έννοια και ένα πολυπρισματικό οικονομικό φαινόμενο το οποίο δύσκολα μπορεί να προσδιοριστεί με ακρίβεια. Η λέξη τουρισμός προέρχεται από το λατινική λέξη “*torpus*” που σημαίνει γυρίζω. Πολλές είναι οι προσεγγίσεις που υπάρχουν όσον αφορά τον ορισμό του τουρισμού. Για πολλές δεκαετίες οι αναλυτές του τουρισμού έχουν προσπαθήσει να δώσουν έναν σαφή ορισμό ο οποίος θα αποδίδει πληρέστερα και στοχευμένα τι ονομάζουμε με τον όρο “τουρισμός” καθώς το φαινόμενο αυτό είναι σχετικά περίπλοκο. Ο τουρισμός επίσης αποτελεί οριζόντια δραστηριότητα με την έννοια ότι οριοθετείται από την πλευρά της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών και παράλληλα επιδρά σε διάφορους τομείς του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μιας χώρας.

Ο Schwihk (1939), απέδωσε τον ορισμό του τουρισμού ως την κίνηση των ανθρώπων που εγκαταλείπουν προσωρινά τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους για λόγους που αφορούν το πνεύμα, το σώμα ή το επάγγελμα (Κολτσιδόπουλος, 2005).

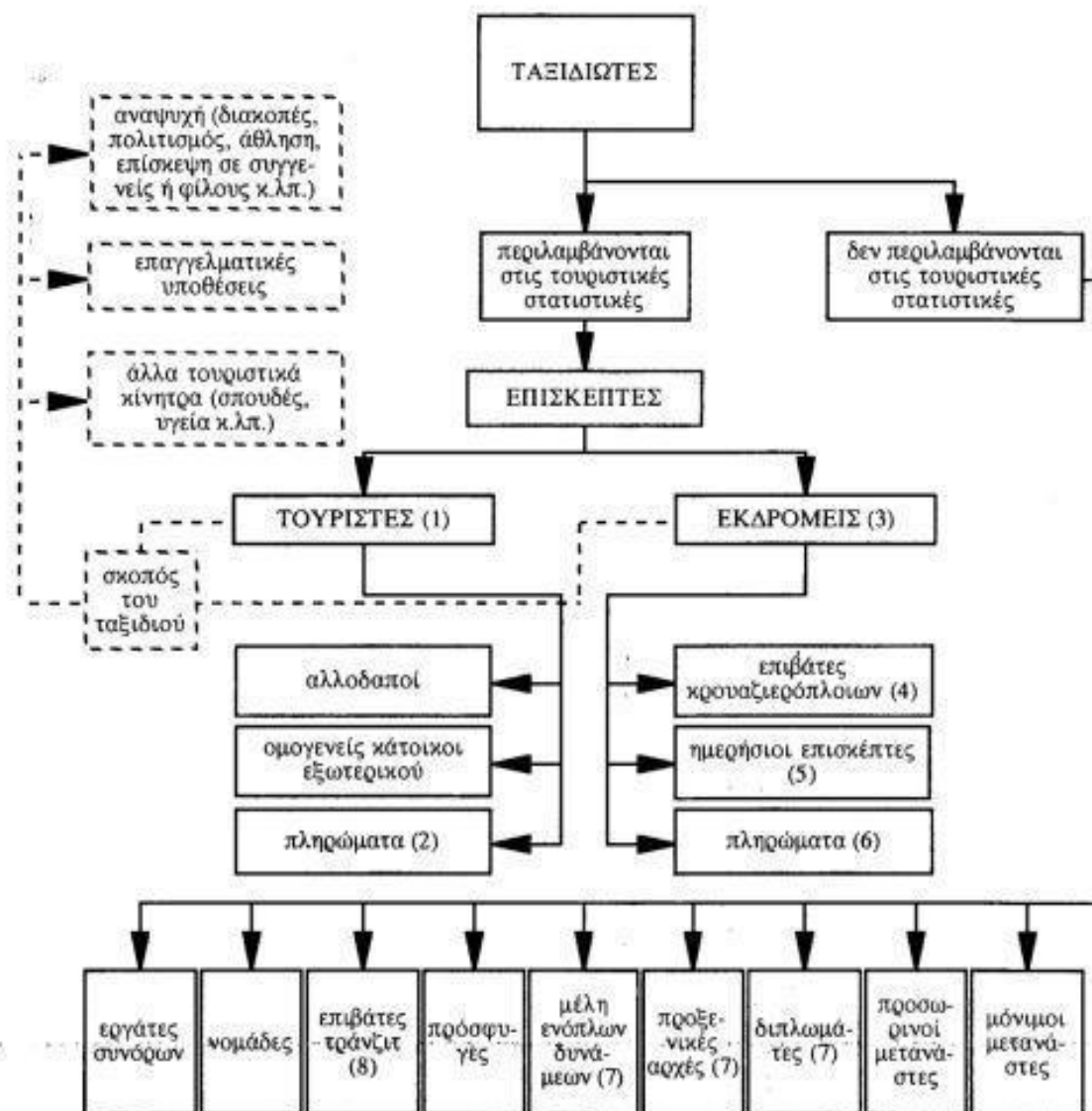
Λίγα χρόνια αργότερα διατυπώθηκε το 1942 από τους καθηγητές Hunziker & Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης ο ορισμός του τουρισμού σύμφωνα με τον οποίο ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφ’ όσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία. Επομένως δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας.

Μια μετέπειτα προσέγγιση είναι αυτή του Joshke το 1954 ο οποίος διατύπωσε τον ορισμό του τουρισμού σαν κατανάλωση (ειδική και επιπρόσθετη).

Το έτος 1963 στην Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, η οποία πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφωνήθηκε ο όρος επισκέπτης να χαρακτηρίζει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- **Τους τουρίστες:** άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
- **Τους εκδρομείς:** άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που

έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ.



Σχήμα 1.1: Ταξινόμηση των ταξιδιωτών σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (World Tourism Organization)

Το 1976 ο Kaspar προσεγγίζει τον τουρισμό ως σύστημα και τον ορίζει ως το σύνολο των φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο ο οποίος δεν αποτελεί τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής και εργασίας τους.

Το 1979 ο Leiper ορίζει τον τουρισμό ως ένα σύστημα που εμπεριέχει την εθελούσια μετάβαση και προσωρινή παραμονή ενός ατόμου σε διαφορετικό τόπο από τον τόπο μόνιμης διαμονής του.

Το 1982 οι Mathieson & Wall προσεγγίζουν τον τουρισμό ως “ την προσωρινή μετακίνηση σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της παραμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών”.

Τέλος ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) δίνει τον εξής ορισμό για τον τουρισμό:

“Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.α.”

Εν κατακλείδι μια ευρύτερη γενική προσέγγιση για τον τουρισμό μπορεί να οριστεί ως ένα σύνολο διαδικασιών, δραστηριοτήτων και εκροών που προκύπτουν από τις σχέσεις και τις συναλλαγές, αφενός των τουριστών και αφετέρου:

- Των προμηθευτών σχετικά με τις τουριστικές υπηρεσίες
- Της κυβέρνησης κάθε χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών
- Των τοπικών κοινωνιών που συναναστρέφονται με τους τουρίστες
- Του περιβάλλοντος, είτε μιλάμε για το φυσικό περιβάλλον είτε για το πολιτιστικό, τα οποία και συνδράμουν σημαντικά στην προσέλκυση και φιλοξενία τουριστών.

1.3 Δομή και στόχοι εργασίας

Η συγκεκριμένη εργασία έχει ως στόχο την αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού των διαφόρων χωρών υπό την έννοια της αποδοτικότητας-παραγωγικότητας. Με την υλοποίηση μοντέλων τα οποία εστιάζουν σε τομείς όπως για παράδειγμα το επιχειρησιακό περιβάλλον, η ταξιδιωτική πολιτική, οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι κτλ. αναλύονται οι επιδόσεις των χωρών καταλήγοντας στα ανάλογα αποτελέσματα για το ποια χώρα είναι αποδοτική ή μη αποδοτική. Στην συνέχεια τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τα μοντέλα που υλοποιήθηκαν συγκρίνονται με τον Παγκόσμιο Δείκτη Ανταγωνιστικότητας του Τουρισμού προκειμένου να καταλήξουμε μέσα από την ανάλυση αυτή στα αντίστοιχα χρήσιμα συμπεράσματα.

Στο πρώτο κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας γίνεται εισαγωγή στο γενικότερο θέμα της συγκεκριμένης εργασίας που είναι ο τουρισμός. Αρχικά αναφέρονται κάποιες πληροφορίες σχετικά με τον τουρισμό στην σύγχρονη εποχή και έπειτα διατυπώνονται διάφοροι ορισμοί και βασικές έννοιες με στόχο την εξακρίβωση και τον προσδιορισμό του τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο προσεγγίζεται ο κλάδος του τουρισμού ως φαινόμενο, προσδιορίζονται έννοιες όπως η τουριστική ζήτηση και προσφορά καθώς και τα κίνητρα που ωθούν τους ανθρώπους να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι. Επίσης αναφέρονται οι ανάγκες των τουριστών καθώς και η τουριστική ανάπτυξη η οποία έχει αντίκτυπο στην κοινωνία στην οικονομία και στο περιβάλλον.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην έννοια της ανταγωνιστικότητας και κατ' επέκταση στην ερμηνεία της έννοιας αυτής σχετικά με τον κλάδο του τουρισμού. Η ανταγωνιστικότητα αποτελεί τον βασικό πυρήνα της συγκεκριμένης εργασίας καθώς είναι η έννοια στην οποία εστιάζει με σκοπό την μετέπειτα αξιολόγηση της μέσω της ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε. Τα μοντέλα που υλοποιήθηκαν στοχεύουν στην αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας των χωρών που έλαβαν μέρος στην ανάλυση η οποία και αποτελεί τον βασικό σκοπό της συγκεκριμένης εργασίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται αρχικά ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού , έπειτα παρουσιάζεται ο Παγκόσμιος Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού καθώς και οι βασικοί πυλώνες από τους οποίους αποτελείται. Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα του Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού για όλες τις χώρες που λαμβάνουν μέρος στην ανάλυση και

συγκεκριμένα τα αποτελέσματα αφορούν το έτος 2019, και τέλος παρατίθενται και τα αποτελέσματα για το έτος 2019 ανά περιφέρεια.

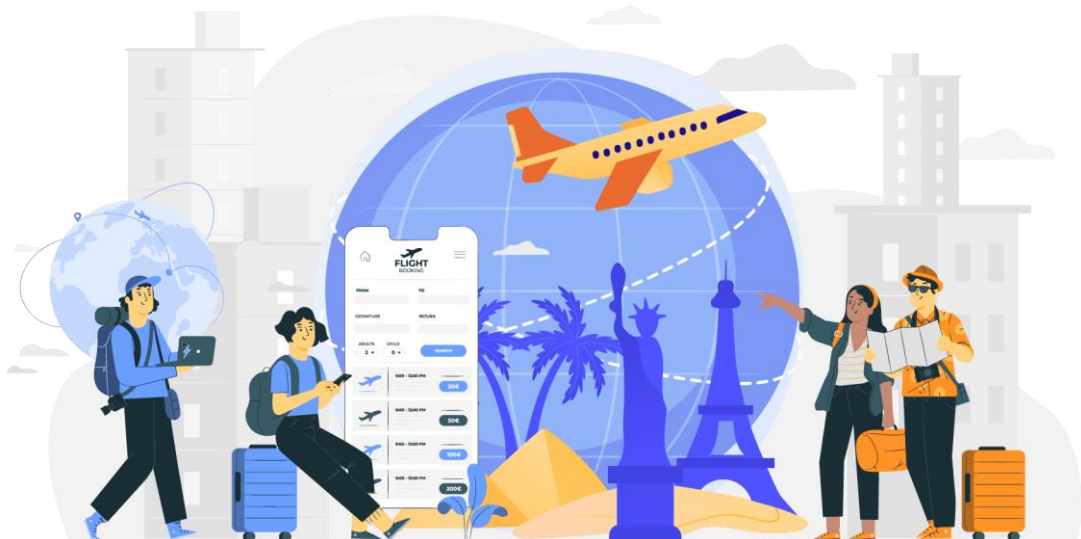
Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την μέθοδο που χρησιμοποιήθηκε για την συγκεκριμένη ανάλυση η οποία είναι η Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων. Γίνεται μια γρήγορη ιστορική αναδρομή όσον αφορά την συγκεκριμένη μέθοδο, και προσδιορίζεται η χρησιμότητα της ως εργαλείο για την διεξαγωγή των αποτελεσμάτων και έπειτα των ανάλογων συμπερασμάτων. Διατυπώνεται το βασικό μοντέλο CCR της μεθόδου καθώς και το δυϊκό του. Επιπλέον αναφέρονται τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα που εμφανίζει η συγκεκριμένη μέθοδος.

Στο έκτο κεφάλαιο αναφέρονται τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση, όπως οι μονάδες λήψης απόφασης καθώς και οι μεταβλητές εισόδου (inputs) και εξόδου (outputs) για το εκάστοτε μοντέλο και πραγματοποιείται η εφαρμογή της μεθόδου δηλαδή της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων. Επίσης στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναφέρονται και τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση για τα διάφορα αυτά εναλλακτικά μοντέλα.

Στο έβδομο κεφάλαιο διατυπώνονται τα συμπεράσματα και πραγματοποιείται η σύγκριση και ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων των εναλλακτικών μοντέλων με αυτά του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού. Τέλος αναφέρονται μελλοντικές επεκτάσεις που μπορούν να πραγματοποιηθούν με βάση τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση.

Τέλος παρατίθεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την συλλογή πληροφοριών που συνέβαλαν στην διεκπεραίωση της εργασίας καθώς και τα ανάλογα παραρτήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^Ο: ΚΛΑΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



2.1 Το φαινόμενο του Τουρισμού

Ο τουρισμός ως φαινόμενο θα λέγαμε ότι είναι η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής τους σε ένα άλλο με σκοπό κατά κύριο λόγο την ψυχική τους ευχαρίστηση. Για να υπάρχει το φαινόμενο του τουρισμού είναι απαραίτητο να υπάρχουν δύο τουλάχιστον τόποι, αυτός της μόνιμης διαβίωσης του ατόμου και εκείνος ή εκείνοι του τουριστικού προορισμού. Επίσης ο τουριστικός προορισμός πρέπει να είναι γνωστός εξ αρχής διότι σε αντίθετη περίπτωση δεν μπορούμε να κάνουμε λόγο για το φαινόμενο του τουρισμού αλλά της εξερεύνησης. Συνηθίζεται να θεωρείται τουριστική η μετακίνηση η οποία έχει διάρκεια τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες. Η μεγαλύτερη διάρκεια ενός τουριστικού ταξιδιού δεν είναι δυνατόν να οριστεί διότι υπάρχουν αρκετές περιπτώσεις τουριστών οι οποίοι κάνουν διακοπές που διαρκούν μεγάλα χρονικά διαστήματα όπως για παράδειγμα τουρίστες οι οποίοι με ιστιοφόρο κάνουν τον του κόσμου. Απαραίτητη όμως προϋπόθεση για την ύπαρξη του φαινομένου του τουρισμού είναι η προδιάθεση επανόδου του ατόμου στην αφετηρία του ταξιδιού ή με άλλα λόγια στον τόπο μόνιμης διαβίωσης του. Η έλλειψη αυτής της προδιάθεσης επανόδου στην έναρξη του ταξιδιού οδηγεί σε άλλες έννοιες όπως η μετανάστευση, έννοια η οποία δεν σχετίζεται με τον τουρισμό και αποτελεί κάτι τελείως διαφορετικό.

Κατά το πέρασμα των χρόνων είναι γεγονός ότι ο Τουρισμός έχει αλλάξει μορφή και ένταση ενώ παράλληλα εξελίσσεται και διαφοροποιείται σύμφωνα με τις εξελίξεις και τα εκάστοτε πρότυπα μιας οικονομίας στην οποία δρα και αναπτύσσεται. Ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού είναι κάτι το υποκειμενικό. Υπάρχουν πολλές και διάφορες αιτίες που ωθούν τον σύγχρονο άνθρωπο στην τουριστική κατανάλωση. Για να ονομάσουμε όμως έναν άνθρωπο τουρίστα, μια από τις κυριότερες αιτίες που τον οδήγησαν στο τουριστικό ταξίδι πρέπει να είναι η ψυχική ευχαρίστηση η οποία μπορεί να έχει τη μορφή της ηρεμίας, της ξεκούρασης, της ανάληψης δυνάμεων, της ψυχαγωγίας, της παρακολούθησης καλλιτεχνικών ή αθλητικών εκδηλώσεων της δημιουργίας νέων γνωριμιών της ανάπτυξης των ανθρώπινων σχέσεων κτλ. Έτσι μπορούμε να θεωρήσουμε τουρίστα τον άνθρωπο που

ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους, λόγους υγείας ή όταν καταναλώνει ένα σημαντικό μέρος του χρόνου του ταξιδιού στην αναψυχή και διασκέδαση του. Ένας βαριά ασθενής που ταξιδεύει στο εξωτερικό και αναλώνει τον χρόνο του αποκλειστικά στην θεραπεία του δεν θεωρείται τουρίστας. Επίσης σύμφωνα με πολλές απόψεις όταν η μετακίνηση δεν δημιουργεί κατανάλωση τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών τότε δεν μπορούμε να μιλήσουμε για τουρισμό. Έτσι δεν αποτελεί τουριστική δραστηριότητα η επίσκεψη για παράδειγμα συγγενών σε άλλη περιοχή σε περίπτωση που δε γίνουν καταναλώσεις εξαιτίας αυτής της μετακίνησης. Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύπλοκο φαινόμενο το οποίο μπορεί να παρατηρηθεί από πολλές και διαφορετικές πλευρές ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του παρατηρητή. Έτσι:

- Αν δούμε τον τουρισμό από την πλευρά του τουρίστα, τότε θα θεωρήσουμε ότι είναι μια ευκαιρία για ξεκούραση και ψυχαγωγία.
- Αν δούμε τον τουρισμό από την πλευρά της χώρας υποδοχής τότε θα θεωρήσουμε ότι είναι πηγή συναλλαγματικής εισροής.
- Αν δούμε τον τουρισμό από την επιχειρηματική πλευρά τότε θα θεωρήσουμε ότι είναι μια δραστηριότητα η οποία επιφέρει ευκαιρίες για κέρδος.
- Για πολλούς κατοίκους χωρών τουριστικής υποδοχής ο τουρισμός είναι κλάδος που προσφέρει πολλές και διάφορες θέσεις εργασίας.
- Αν δούμε τον τουρισμό από κοινωνιολογική πλευρά τότε θα θεωρήσουμε ότι είναι μια δραστηριότητα η οποία εξυπηρετεί την επικοινωνία μεταξύ των λαών.

2.2 Τουριστική ζήτηση και προσφορά

Δύο βασικές έννοιες που αποτελούν προϋπόθεση για την ομαλή λειτουργία του τουρισμού είναι η τουριστική ζήτηση και η προσφορά. Οι τουριστικές ανάγκες των ταξιδιωτών ικανοποιούνται από τις υπηρεσίες και τα αγαθά που προσφέρονται από τον εκάστοτε προορισμό και επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την συνολική εικόνα που διαμορφώνει εν τέλει ο ταξιδιώτης.

2.2.1 Έννοια και χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης

Με την έννοια της ζήτησης αναφερόμαστε στην ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που οι καταναλωτές επιθυμούν αλλά έχουν παράλληλα και την ικανότητα να αγοράσουν σε μια δεδομένη τιμή και σε μια δεδομένη περίοδο. Η ζήτηση επομένως αφορά την λειτουργία ενός μηχανισμού της αγοράς όπου καθορίζεται η ποσότητα που θα αγοραστεί σε έναν δεδομένο χρόνο και τόπο. Η έννοια της ζήτησης σχετίζεται επίσης και με τις αποφάσεις των δυνητικών ταξιδιωτών από το πότε θα πραγματοποιήσουν τελικά το ταξίδι τους, πόσο θα διαρκέσει μέχρι ποιόν προορισμό τελικά θα επιλέξουν κάτω από ορισμένους περιορισμούς όπως είναι το εισόδημα τους, ο ελεύθερος χρόνος που διαθέτουν κτλ. Η ζήτηση επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες οι οποίοι συμβάλλουν στην αύξηση ή την μείωση της. Ουσιαστικά αποδεικνύει την ύπαρξη ενός νόμου αλληλεπίδρασης με βάση διάφορες μεταβλητές όπως για παράδειγμα η φύση του προϊόντος, η τιμή του και το επίπεδο χρησιμότητας του.

Η τουριστική ζήτηση εμφανίζει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τα οποία είναι τα εξής:

Η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης είναι ο βαθμός ανταπόκρισης της ζήτησης προς τις αλλαγές στο επίπεδο των τιμών ή αλλαγές σε διάφορες οικονομικές συνθήκες στην αγορά. Με τον όρο ελαστικότητα της ζήτησης αναφερόμαστε στην λειτουργία ενός μηχανισμού σύμφωνα με τον οποίο όσο αυξάνεται η τιμή ενός προϊόντος τόσο μειώνεται και η ζήτηση του. Σε περίπτωση που αυτό συμβαίνει σε μεγάλο βαθμό η ελαστικότητα της ζήτησης είναι υψηλή. Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό έχει ιδιαίτερη σημασία για αυτούς που λαμβάνουν τουριστικές αποφάσεις στις χώρες υποδοχής καθώς πρέπει να γνωρίζουν τον παράγοντα συσχετισμού αύξηση τιμών και μείωσης της ζήτησης και αντίστροφα. Όσον αφορά τους καινούργιους προορισμούς η τουριστική ζήτηση είναι πολύ ελαστική αλλά μειώνεται σταδιακά όταν ο προορισμός καθιερώνεται με την πάροδο του χρόνου. Αλλά αυτή η ελαστικότητα μπορεί να επανεμφανιστεί εάν οι τιμές αυξηθούν πάνω από ένα επίπεδο το οποίο δεν είναι ανεκτό για την τουριστική αγορά. Εξαίρεση αποτελούν μερικές εξαιρετικές τουριστικές τοποθεσίες που από την αρχή είχαν σχεδιαστεί για ελιτίστικο τουρισμό όπως είναι η Γαλλική Ριβιέρα ή κοσμοπολίτικα κέντρα όπου συνήθως συνδυάζεται η εργασία με την αναψυχή όπως το Λονδίνο και το Παρίσι. Οι προορισμοί της μόδας παρουσιάζουν αρχική ανελαστική ζήτηση αλλά με την πάροδο του χρόνου η ελαστικότητα αυξάνεται. Οι φθηνές χώρες ωστόσο δεν είναι αναγκαία και οι πιο ελκυστικές. Με άλλα λόγια οι τιμές δεν είναι ο μόνος παράγοντας καθορισμού της ζήτησης. Εάν η χώρα έχει ελλείψεις σε αρκετές ανέσεις δεν είναι αρκετά γνωστή στο ταξιδιωτικό κοινό ή βρίσκεται σε μεγάλη απόσταση από τις χώρες παραγωγής τουρισμού, επομένως οι φθηνές τιμές δεν αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για το επίπεδο ζήτησης. Η ευαισθησία των τιμών αποτελεί έναν παράγοντα που σχετίζεται με τη συμπεριφορά των τουριστών διότι το ένστικτο της οικονομικότητας δεν υπαγορεύει πάντα και την οικονομική συμπεριφορά, ενώ δεν αποτελεί πάντοτε γεγονός ότι όσο πιο ευκατάστατος είναι ο τουρίστας τόσο περισσότερα ξοδεύει. Μερικές φορές οι πλούσιοι άνθρωποι προτιμούν να ζουν με μέτρο και να συμπεριφέρονται όπως οι τουρίστες με περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες. Συνήθως δε, είναι οι μη ευκατάστατοι τουρίστες που προτιμούν να επιδεικνύουν μία οικονομική άνεση ή να ζουν σε ένα πολύ υψηλότερο επίπεδο για ένα μικρό χρονικό διάστημα, το διάστημα των διακοπών. Με αυτό το σκεπτικό η ελαστικότητα της ζήτησης μειώνεται σημαντικά κατά τη διάρκεια των διακοπών. Σήμερα οι περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν ανάμεσα σε μία μεγάλη ποικιλία τουριστικών πακέτων στα οποία περιλαμβάνονται το ταξίδι η διαμονή και το φαγητό, αφορούν διάφορους τουριστικούς προορισμούς και προσφέρονται στα ίδια επίπεδα τιμών. Οι προορισμοί λοιπόν επιλέγονται από τους καταλόγους των οργανωτών τουρισμού και η επιλογή εξαρτάται κυρίως από τα θέλγητρα του προορισμού και όχι από την μάχη των προορισμών πάνω στις τιμές.

Η ετερογένεια ως χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης αναφέρεται στα προϊόντα αλλά και τις υπηρεσίες που καταναλώνονται από τους τουρίστες. Ένας τουρίστας κατά την διάρκεια της παραμονής του στο τόπο που φιλοξενείται αναζητά την ικανοποίηση των διαφόρων αναγκών του μέσω των αγαθών, υπηρεσιών και γενικότερα δυνατοτήτων που του προσφέρονται. Για παράδειγμα θα αναζητήσει τουριστικά καταλύματα για την διαμονή του, τρόφιμα, υπηρεσίες αναψυχής και ψυχαγωγίας, καθώς και μέσα μεταφοράς για την μετακίνηση του σε διάφορα μέρη. Παρατηρείται επομένως ότι τα συγκεκριμένα αγαθά και οι υπηρεσίες που διατίθενται προς κατανάλωση είναι ετερογενή τουριστικά προϊόντα εφόσον προέρχονται από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους. Είναι επομένως μια πληθώρα αγαθών και υπηρεσιών που δεν σχετίζονται κάπως μεταξύ τους αλλά παράλληλα συμβάλλουν στην δημιουργία της τουριστικής δραστηριότητας ως σύνολο.

Η εποχικότητα επίσης ως χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης αποτελεί σημαντική έννοια και παρατηρείται αρκετά έντονα σε πολλούς προορισμούς. Ιδιαίτερα σε προορισμούς οι οποίοι προσφέρουν συγκεκριμένο είδος διακοπών, όπως για παράδειγμα ένα νησί της Ελλάδας το οποίο επισκέπτονται τουρίστες κατά βάση την θερινή περίοδο, η εποχικότητα αποτελεί κύριο

χαρακτηριστικό. Αποτελεί επομένως βασικό λόγο ύπαρξης της εποχικότητας στον τουρισμό, η εποχή και κατά συνέπεια το κλίμα και οι θερμοκρασίες που επικρατούν την δεδομένη περίοδο σε έναν προορισμό. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα ένας βασικός λόγος ύπαρξης της εποχικότητας όπου τους καλοκαιρινούς μήνες εμφανίζεται αυξημένη ζήτηση είναι το γεγονός ότι αρχίζουν οι σχολικές και φοιτητικές διακοπές και επίσης χορηγούνται οι περισσότερες άδειες στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Έτσι κατά μια έννοια η τουριστική ζήτηση σε πολλούς προορισμούς δεν μπορεί να κατανέμεται ομαλά σε ολόκληρο τον χρόνο. Η εποχικότητα ως χαρακτηριστικό δημιουργεί ορισμένα προβλήματα στον τουρισμό διότι υπάρχουν μεγάλα διαστήματα αδράνειας τους μήνες που δεν υπάρχει ζήτηση και κινητικότητα, αναγκάζοντας κάθε χρόνο την παραγωγική δραστηριότητα να αναστέλλει την λειτουργία της. Οι χώρες προσπαθούν με διάφορες δράσεις να επιμηκύνουν την διάρκεια της τουριστικής περιόδου η οποία και επιφέρει περισσότερα κέρδη στην οικονομία. Επίσης δεν είναι λίγες οι φορές όπου η εποχικότητα ως χαρακτηριστικό λειτουργεί επιζήμια για μια χώρα όταν εκδηλώνεται σε μεγάλα ποσοστά λόγω των διακυμάνσεων που μπορεί να προκληθούν, και έτσι οι προορισμοί να υποφέρουν από τον τουρισμό τις περιόδους αιχμής και αντίθετα να εμφανίζονται περίοδοι απραξίας.

2.2.2 Έννοια και συστατικά της τουριστικής προσφοράς.

Η ανάλυση της προσφοράς του τουριστικού προορισμού επικεντρώνει το ενδιαφέρον της στον τόπο προορισμού. Περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες οι οποίοι θα επηρεάσουν τον επισκέπτη και την εικόνα που θα σχηματίσει για τον συγκεκριμένο προορισμό. Όλες οι υπηρεσίες και τα υλικά αγαθά που προσφέρονται αντιπροσωπεύουν την τουριστική προσφορά η οποία αποτελείται από διάφορους τομείς αλλά και προσδιοριστικούς παράγοντες.

Συγκεκριμένα οι κύριοι τομείς της τουριστικής προσφοράς είναι οι ακόλουθοι:

- Ο τομέας των τουριστικών καταλυμάτων(πχ. ξενοδοχεία, μοτέλ, hostels, καταλύματα, camping, Airbnb, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα κτλ.)
- Ο τομέας των μεσαζόντων για την διεκπεραίωση καθώς και την οργάνωση ενός ταξιδιού (πχ. τουριστικά γραφεία-tour operators, ταξιδιωτικά πρακτορεία-travel agencies, κτλ)
- Ο τομέας των μεταφορών (πχ. αεροπορικές εταιρείες, αεροδρόμια, ναυτιλιακές εταιρείες, ακτοπλοϊκά μέσα, σιδηροδρομικό δίκτυο, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων κτλ)
- Ο τομέας των επιχειρήσεων εστίασης και παροχής ψυχαγωγίας. (πχ. εστιατόρια, καφέ, μπαρ, κλαμπ κτλ)
- Ο τομέας παροχής λοιπών υπηρεσιών (πχ. υπηρεσίες τηλεπικοινωνίας, υπηρεσίες τραπεζικών συναλλαγών, υπηρεσίες καλλωπισμού κτλ.)

Οι κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς είναι οι εξής:

- Οι τιμές του προσφερόμενου προϊόντος, καθώς και η σχέση ποιότητας-τιμής.
- Η ελκυστικότητα του προορισμού.
- Οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων που έχουν να κάνουν με την ποιότητα που προσφέρουν καθώς και την επίτευξη όσο το δυνατόν μεγαλύτερου κέρδους.
- Οι μεταβολές στην τεχνολογία η οποία εν συνεχεία επηρεάζει την παραγωγή. Είναι γεγονός ότι όσο βελτιώνεται η τεχνολογία και ενσωματώνονται νέοι τρόποι παραγωγής,

μεταβάλλονται τα κόστη και επομένως υπάρχει οικονομικό αντίκτυπο στα προσφερόμενα προϊόντα. Υπάρχουν επομένως μεταβολές και στους συντελεστές τουριστικής παραγωγής.

- Οι ανέσεις και η ποιότητα των καταλυμάτων στον προορισμό.

Τα συστατικά της τουριστικής προσφοράς διακρίνονται σε δύο κύριες κατηγορίες, στην φυσική τουριστική προσφορά και στην τεχνητή. Στην πρώτη κατηγορία περιέχονται τα συστατικά τα οποία διατίθενται εκ φύσεως σε κάθε προορισμό ενώ στη δεύτερη κατηγορία τα συστατικά τα οποία έχουν κατασκευαστεί από το ανθρώπινο δυναμικό. Κάθε τουριστικός προορισμός αποτελείται από έναν συνδυασμό και των δύο αυτών κατηγοριών.

- Συστατικά φυσικής τουριστικής προσφοράς θεωρούνται τα εξής:
- Το κλίμα που επικρατεί, το οποίο μπορεί αναλόγως με τα διάφορα χαρακτηριστικά της κάθε χώρας όπως το γεωγραφικό πλάτος, η διανομή ξηράς και θάλασσας, να είναι εύκρατο, ξηρό, ηλιόλουστο κτλ.
- Διαμόρφωση εδάφους και φυσικών τοπίων. Κάποιες χώρες εμφανίζουν μεγαλύτερες εκτάσεις για παράδειγμα πεδιάδων, βουνών ή δασών ενώ άλλες περισσότερες παράκτιες περιοχές, καταρράκτες, λίμνες κτλ.
- Η χλωρίδα και η πανίδα της περιοχής, δηλαδή η βλάστηση που εμφανίζεται με τα διάφορα είδη δέντρων και φυτών, καθώς και τα διάφορα είδη ζώων.
- Τα φυσικά θεραπευτικά μέσα όπως για παράδειγμα φυσικά ιαματικά λουτρά, φυσικές πηγές μεταλλικού νερού κτλ.

Συστατικά τεχνητής τουριστικής προσφοράς θεωρούνται τα εξής:

- Ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία.
- Πολιτιστικοί χώροι, όπως μουσεία, γκαλερί τέχνης, ιστορικά μνημεία, βιβλιοθήκες, εκθέσεις λαϊκής τέχνης, βιομηχανίες χειροποίητων αντικειμένων κτλ.
- Εκδηλώσεις πολιτιστικού τύπου όπως για παράδειγμα παραδοσιακές εκδηλώσεις, πανηγύρια, εκθέσεις, καρναβάλια κτλ.
- Τόποι λατρείας ή θρησκευτικοί χώροι όπως εκκλησίες, μοναστήρια, χώροι προσκυνήματος κτλ.
- Γενική υποδομή η οποία αποτελείται από το σύστημα ύδρευσης, το οδικό δίκτυο, την παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, το αποχετευτικό σύστημα, τις τηλεπικοινωνίες κτλ.
- Υποδομή κάλυψης των σύγχρονων βασικών αναγκών, όπως νοσοκομεία, καταστήματα παροχής προμηθειών, φαρμακεία, τράπεζες, διοικητικές υπηρεσίες (αστυνομία, δικαστήρια κ.α), κομμωτήρια, βενζινάδικα κτλ.
- Τουριστικές μονάδες διαμονής και σίτισης καθώς και επισιτιστικές επιχειρήσεις.
- Τουριστικές μονάδες υποδοχής και εξυπηρέτησης τουριστών. Για την οργάνωση του ταξιδιού: τουριστικά πρακτορεία, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, πρακτορεία ή παράγοντες που οργανώνουν τοπικές εκδρομές κ.λπ. Για πληροφορίες και εξυπηρέτηση των τουριστών: γραφεία τουριστικών πληροφοριών στα σημεία εισόδου στις πόλεις και στα θέρετρα, τοπικοί ή περιφερειακοί τουριστικοί οργανισμοί, επιτροπές εορτασμού ειδικών γεγονότων κ.λπ.

- Μονάδες για αναψυχή και αθλητισμό, που παρέχουν εγκαταστάσεις άθλησης και εξοπλισμό, τόσο για τη θάλασσα όσο και για την ξηρά, για τον χειμώνα ή το καλοκαίρι, αλλά και εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας, όπως θέατρα, κινηματογράφοι, κέντρα διασκέδασης κ.λπ.
- Μέσα πρόσβασης, μέσα μαζικής μεταφοράς και συγκοινωνίες. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται όλα τα μέσα μεταφοράς που διατίθενται προς χρήση των τουριστών με σκοπό την μετακίνηση τους κατά την διάρκεια του ταξιδιού. Τα μέσα αυτά αναλόγως και την μορφή της κάθε τοποθεσίας μπορεί να διαφέρουν από το ένα μέρος στο άλλο. Ενδεικτικά κάποια από αυτά είναι τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, το σιδηροδρομικό δίκτυο, τα μέσα αερομεταφορών, ειδικά συστήματα μεταφορών στα βουνά κ.ά.
- Ειδικές κατασκευές: Περιλαμβάνουν εγκαταστάσεις που προσφέρουν υπηρεσίες οι οποίες θεωρούνται σημαντικές, αλλά όχι απολύτως αναγκαίες για τους τουρίστες. Είναι τουριστικές εγκαταστάσεις που καλύπτουν τις ανάγκες ειδικών ομάδων, όπως τα χιονοδρομικά κέντρα, τα κέντρα παραθερισμού γυμνιστών, τα καζίνα, οι συνεδριακοί χώροι, τα υδροθεραπευτήρια κ.λπ.
- Ο τρόπος ζωής των κατοίκων του κάθε προορισμού. Ο τρόπος που οι κάτοικοι ζουν και συμπεριφέρονται, οι γαστρονομικές τους συνήθειες, ο τρόπος που αντιμετωπίζουν τη ζωή, τα έθιμα, οι παραδόσεις, αποτελεί ελκυστικό παράγοντα για τους τουρίστες και έχει γίνει ένας από τους κύριους τουριστικούς πόρους. Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας είναι η στάση των ντόπιων προς τους τουρίστες, δηλαδή η φιλοξενία, η φιλικότητα, το αίσθημα ότι θα προσφερθεί βοήθεια σε περίπτωση ανάγκης, η απουσία εκμετάλλευσης κ.λπ.

2.3 Κίνητρα πραγματοποίησης τουρισμού

Κάθε είδος τουρισμού συνδέεται με κάποια κίνητρα για τα οποία οι άνθρωποι επιχειρούν να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι. Αυτά τα κίνητρα διαφέρουν αναλόγως τον χαρακτήρα, τις εμπειρίες, την οικονομική και κοινωνική κατάσταση ακόμα και την ηλικία των τουριστών. Για παράδειγμα ένας φοιτητής έχει διαφορετικά κίνητρα να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι από ότι έχει ένας οικογενειάρχης ή ένας επιχειρηματίας. Ένας φοιτητής συνήθως εκδηλώνει περισσότερο ενδιαφέρον να επισκεφτεί έναν προορισμό ο οποίος θα του προσφέρει διασκέδαση, αθλητικές ενδεχομένως δραστηριότητες, κοινωνική συναναστροφή και εξωστρέφεια. Από την άλλη ένας επιχειρηματίας πιθανόν να προτιμήσει προορισμούς που μπορούν να του φέρουν μια επιπλέον επαγγελματική ευκαιρία, ή δυνατότητα ώστε και να μπορέσει να αναπτύξει μια νέα ιδέα και νοοτροπία για την δική του επιχείρηση, ενσωματώνοντας κάτι νέο σε εκείνη που θα έχει ζήσει στο ταξίδι του. Σύμφωνα με τον Π. Λύτρα(1993) «με τον όρο τουριστικά κίνητρα νοούνται όλες εκείνες οι ψυχοπνευματικές τάσεις που παρακινούν τους ανθρώπους να επισκεφτούν έναν τόπο για τουριστικούς σκοπούς δηλαδή για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών».

Πιο αναλυτικά κάποια από τα κίνητρα που εμφανίζονται όσον αφορά την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού είναι τα εξής:

2.3.1 Ψυχολογικά κίνητρα

Τα ψυχολογικά κίνητρα αποτελούν ίσως το βασικότερο κίνητρο το οποίο πυροδοτεί την ανάγκη των ανθρώπων για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Τα κίνητρα αυτά σχετίζονται κυρίως με την ψυχική κατάσταση του ανθρώπου ο οποίος επιθυμεί να αποδράσει από την καθημερινή ρουτίνα που οι

περισσότεροι άνθρωποι συνηθίζουν να έχουν. Οι άνθρωποι προκειμένου να ικανοποιήσουν τις εσωτερικές τους παρορμήσεις καταφεύγουν στην αναζήτηση διαφόρων εναλλακτικών, μια από τις οποίες είναι και η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού αναζητώντας μια αλλαγή στην ζωή του. Η έννοια της εναλλαγής μέσω του τουρισμού επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι μικρό είναι το ποσοστό των ανθρώπων που επισκέπτονται επανειλημμένα έναν συγκεκριμένο προορισμό, εκτός και αν υπάρχουν συναισθηματικοί λόγοι που τους συνδέουν μαζί του. Το άτομο ζητά να ξεφύγει κατά μια έννοια από το καθημερινό περιβάλλον του και γενικότερα τον συνήθη περίγυρο του εκδηλώνοντας το ενδιαφέρον για καινούργιες εμπειρίες. Τα ψυχολογικά κίνητρα σχετίζονται επίσης με συμπτώματα ανάγκης ή επιθυμίας όπου το άτομο αισθάνεται μια έλλειψη πίσω από την οποία μπορεί να κρύβεται:

- Το ανθρώπινο ενδιαφέρον για τον πολιτισμό και τον τρόπο ζωής άλλων ανθρώπων. Κάθε τόπος έχει την δική του ιστορία και τον πολιτισμό και η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε μια νέα τοποθεσία θα προκαλέσει στον άνθρωπο νέα ερεθίσματα, θα έρθει πιο κοντά με τον τρόπο ζωής των ντόπιων ανθρώπων και κατά συνέπεια θα διευρύνει τους ορίζοντες τους.
- Η πεποίθηση ότι ο τουρισμός είναι ένα εργαλείο με δυνατότητες επαναδραστηριοποίησης της ψυχικής υγείας και αναδιάρθρωσης του συναισθηματικού ισοζυγίου κάτι το οποίο δημιουργεί στον άνθρωπο θετικά συναισθήματα, αισθήματα πληρότητας και εσωτερικής γαλήνης.
- Η πεποίθηση ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν τρόπο αυτοβελτίωσης και ανακάλυψης των προσωπικών επιθυμιών. Με τον τουρισμό ένας άνθρωπος τοποθετείται σε ένα διαφορετικό περιβάλλον όπου το νέο φυσικό και κοινωνικό υπόβαθρο αποκαλύπτει νέες όψεις της πραγματικότητας, που μπορεί να τον οδηγήσουν σε νέες συμπεριφορές και στην διεύρυνση των πτυχών της προσωπικότητας ενός ατόμου. Το γεγονός αυτό από μόνο του δημιουργεί στους ανθρώπους την τάση να δοκιμάσουν τον εαυτό τους και τα όρια τους. Απελευθερωμένος από τους συνήθεις περιορισμούς και απαγορεύσεις της καθημερινής του ρουτίνας, μπορεί να νιώσει μια έντονη διάθεση για διασκέδαση ή επίσης την δυνατότητα να επιστρέψει σε κάποια παλιά αγαπημένη συνήθεια των περασμένων χρόνων. Μπορεί να δει τον εαυτό του κάτω από ένα άλλο πρίσμα και με μια άλλη διάθεση. Εν ολίγοις ένα ταξίδι λοιπόν είναι σε θέση να ενεργοποιήσει ένα νέο μοντέλο συμπεριφοράς. Το άτομο μπορεί να υιοθετήσει κάποια συνήθεια που πιθανώς να γνώρισε στον τόπο που επισκέφθηκε και κατά συνέπεια να γίνει κτήμα του και κομμάτι του εαυτού του.
- Ο πόθος για περιπέτεια ή η διάθεση για καινούργιες εμπειρίες.

2.3.2 Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα

Τα κίνητρα αυτά σχετίζονται με τα στοιχεία του φυσικού περιβάλλοντος καθώς και τις κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες οι οποίες επικρατούν σε έναν προορισμό. Τα κίνητρα αυτά αποτελούν κομμάτι της τουριστικής κληρονομιάς και είναι επίσης άμεσα συνδεδεμένα με το όνομα της εκάστοτε χώρας. Τα στοιχεία του φυσικού και κλιματολογικού περιβάλλοντος της κάθε χώρας είναι εκμεταλλεύσιμα από τουριστική άποψη γιατί ανταποκρίνονται στις βιολογικές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, που αναζητά στον τουρισμό κάποια προσωρινή ξεκούραση και ισορροπία από το άγχος και την ταλαιπωρία της καθημερινής ζωής. Οι άνθρωποι από τις απαρχές της ανθρωπότητας προτιμούσαν το περιβάλλον το οποίο θα ευνοούσε την ζωή τους και θα τους προσέφερε εύκολες συνθήκες διαβίωσης. Το κλίμα και κατ' επέκταση οι θερμοκρασίες που επικρατούν σε ένα συγκεκριμένο προορισμό επηρεάζουν σε ένα μεγάλο βαθμό την προτίμηση των τουριστών. Αναλόγως με τις συνθήκες και τις προσδοκίες των τουριστών επιλέγεται και ο κατάλληλος προορισμός, για

παράδειγμα για κάποιον που ζει σε μια χώρα με πιο ψυχρό κλίμα από αυτό της Ελλάδας, ενδεχομένως να προτιμήσει να την επισκεφτεί έτσι ώστε να δει κάτι διαφορετικό από αυτό που έχει κυρίως στην δικιά του χώρα.

2.3.3 Πολιτιστικά κίνητρα

Στα κίνητρα αυτά έχουμε τα στοιχεία τα οποία συνθέτουν την πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας όπως για παράδειγμα μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία παραδοσιακές εκδηλώσεις κ.α. τα οποία συμβάλλουν και αυτά στην επιλογή ενός προορισμού. Ο πολιτισμός κάθε χώρας είναι κάτι το μοναδικό και δημιουργεί διάφορα ερεθίσματα στον επισκέπτη. Τα ερεθίσματα αυτά πηγάζουν από τον τρόπο ζωής των ανθρώπων που κατ' επέκταση είναι αποτελέσματα του πολιτισμού που παράγει. Τα ιστορικά μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία και γενικότερα κάθε πολιτιστικό κληροδότημα που εσωκλείει στοιχεία από το παρελθόν και την κουλτούρα του εκάστοτε πολιτισμού, αποτελεί ένα ισχυρό κίνητρο για την προσέλκυση ενδιαφέροντος και για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Κάθε χώρα έχει να αναδείξει συγκεκριμένα αξιοθέατα τα οποία σχετίζονται με μια ομάδα διακριτών υλικών, διανοητικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας που περιλαμβάνει διάφορα στοιχεία και αποτελούν παράλληλα πολιτιστικά κίνητρα για τουρισμό. Τα στοιχεία αυτά είναι οι τέχνες και η αρχιτεκτονική, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, γαστρονομική κληρονομιά, λογοτεχνία, θέατρο, μουσική, φωτογραφία, καθώς και γενικότερα τον τρόπο ζωής, τα συστήματα αξιών, τα πιστεύω και τις παραδόσεις τους του λαού.

2.4 Τουριστική Ανάπτυξη

Ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος μιας χώρας. Αρχικά η διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης μπορεί να συμβάλλει θετικά ή αρνητικά στη φύση, στην πολιτισμική κληρονομιά και στο δομημένο περιβάλλον γενικότερα. Οι τουρίστες που επισκέπτονται μια χώρα ξοδεύουν χρήματα κατά την διάρκεια της παραμονής τους σε αυτήν με αποτέλεσμα να της επιφέρουν οικονομικά οφέλη τα οποία αποτελούν πηγή εσόδων για το κράτος και την τοπική οικονομία. Η τουριστική ανάπτυξη ως έννοια σημαίνει την ανοδική εξέλιξη του κλάδου ως παραγωγική δραστηριότητα μιας οικονομίας η οποία συντελείται από την αξιοποίηση και σωστή εκμετάλλευση των πόρων που συμβάλλουν στην λειτουργία του τουρισμού και την αύξηση της τουριστικής παραγωγής προσαρμόζοντας την πάντα στις σύγχρονες ανάγκες των τουριστών. Στην περίπτωση που ο τουρισμός λειτουργεί ομαλά στα πλαίσια μιας οικονομίας, με την προϋπόθεση ότι ικανοποιεί κάποιες προδιαγραφές όσον αφορά για παράδειγμα την ποιότητα στα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρει μπορεί να αποτελέσει βασικό πυλώνα της οικονομίας. Επίσης όσον αφορά την οικονομία μιας χώρας, ο τουρισμός δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας μειώνει την ανεργία και την οικονομική μετανάστευση καθώς αποτελεί μια βιομηχανία η οποία εξελίσσεται συνεχώς και απαιτεί επίσης ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπινου δυναμικού για την ομαλή λειτουργία του.

2.4.1 Οικονομία

Ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στο εθνικό εισόδημα επιφέροντας κατ' επέκταση ποσοτικές και ποιοτικές μεταβολές σε διάφορους τομείς. Στα πλαίσια μιας χώρας ο τουρισμός οδηγεί στην αύξηση του τουριστικού καθώς και του εθνικού εισοδήματος της, ενώ παράλληλα συμβάλλει στην ανισότητα των εισοδημάτων μεταξύ των διαφόρων περιφερειών και κοινωνιών της λόγω της ανακατανομής των

εισροών. Με την ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργούνται θέσεις εργασίας πλήρους ή μερικής απασχόλησης οι οποίες συμβάλλουν στην μείωση της ανεργίας σε μια χώρα, ενισχύεται η υποαπασχόληση (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κτλ.) όπου συνδυάζεται με την παράλληλη απασχόληση σε άλλους κλάδους της οικονομίας (π.χ γεωργία, βιομηχανία) με αποτέλεσμα μια γενικότερη αύξηση των εισοδημάτων. Ειδικότερα σε περιοχές που χαρακτηρίζονται τουριστικές και λειτουργούν εποχικά, όπως για παράδειγμα ένα νησί το οποίο δέχεται τουρίστες συνήθως τους καλοκαιρινούς μήνες, παρατηρείται μεγάλο ποσοστό πληθυσμού το οποίο μετακινείται στον συγκεκριμένο προορισμό για λόγους εργασίας. Επομένως η ανάπτυξη του τουρισμού έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των εισοδημάτων, της απασχόλησης και των επενδύσεων στον συγκεκριμένο τομέα διευρύνοντας την παραγωγική δραστηριότητα της τοπικής οικονομίας. Μέσω των επενδύσεων ενισχύεται η δημιουργία επιχειρήσεων και κατ' επέκταση πραγματοποιείται αύξηση των φορολογικών εσόδων όπου αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων για το κράτος.

Τα **οικονομικά πλεονεκτήματα** που είναι δυνατόν να αποκτηθούν κατά την διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης μμπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε άμεσα ή κύρια και σε έμμεσα ή δευτερεύοντα. (Polyzos and Arabatzis, 2006)

Τα **άμεσα πλεονεκτήματα** αποτελούνται από:

- Το κέρδος των ιδιωτικών εταιρειών.
- Το εισόδημά που σχετίζεται με την απασχόληση στον τουριστικό τομέα.
- Το εισόδημα από τα ενοίκια.
- Το κέρδος που απορρέει από την αύξηση της απασχόλησης στους 'δυνατούς' ιδιωτικούς και δημόσιους τομείς, και,
- Οι φόροι, τα οφειλόμενα και άλλα είδη χρεώσεων που επιβάλλονται από το κράτος σε επίπεδο νομού, έθνους ή και σε τοπικό επίπεδο.

Τα **έμμεσα πλεονεκτήματα** αποτελούνται από:

- Την ανταλλαγή ή αγορά υλικών και υπηρεσιών από τουριστικές επιχειρήσεις. Αυτή η διαδικασία δημιουργεί εισόδημα για άλλες επιχειρήσεις όπως επίσης και απασχόληση αλλά και έσοδα από φόρους, και,
- Η κατανάλωση του αρχικού εισοδήματος που επίσης δημιουργεί κέρδη για άλλες επιχειρήσεις, απασχόληση, εισόδημα και φόρους (Lindberg and Johnson, 1997; Wagner, 1997; Marcouiller et al., 2004).

2.4.2 Κοινωνία

Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει αντίκτυπο στην κοινωνία επηρεάζοντας τα χαρακτηριστικά της και τις λειτουργίες της. Το αντίκτυπο αυτό και η επίδραση που έχει στην κοινωνία εμφανίζεται κυρίως σε περιοχές της υπαίθρου και σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές (π.χ νησιά, αγροτικές ή ορεινές περιοχές κτλ.) και όχι τόσο σε αστικές περιοχές λόγω του ότι ο πληθυσμός είναι πολύ μεγαλύτερος και η επίδραση του τουρισμού δεν γίνεται τόσο αισθητή. Οι αλλαγές στις οποίες υπόκεινται οι επηρεαζόμενες περιοχές σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που οδηγούν στην διαμόρφωση μιας καινούριας «αστικοποιημένης» κοινωνίας η οποία συμβαδίζει όλο και περισσότερο με μεγάλες αστικές περιοχές παρά με την αρχική του μορφή είτε αυτή ήταν περισσότερο παραδοσιακή, γραφική κτλ. Με την ανάπτυξη του τουρισμού υπάρχει έντονη κοινωνική κινητικότητα καθώς οι

τουρίστες έρχονται σε άμεση επαφή με τους ντόπιους πληθυσμούς για να γνωρίσουν την κουλτούρα τις συνήθειες και τις παραδόσεις τους.

2.4.3 Περιβάλλον

Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει θετικά αποτελέσματα σε πολλούς τομείς της κοινωνίας αλλά δεν αποτελεί πανάκεια καθώς συνοδεύεται από αρνητικές επιπτώσεις επηρεάζοντας σημαντικά το περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα οι μαζικές μετακινήσεις πληθυσμών από χώρα σε χώρα συμβάλλουν σε σημαντική αύξηση των ρύπων η οποία οδηγεί σε αύξηση της θερμοκρασίας επιδεινώνοντας την εικόνα της κλιματικής αλλαγής. Επίσης έχει παρατηρηθεί ότι τα άτομα που βρίσκονται εκτός της δικής τους χώρας εκδηλώνουν μειωμένο σεβασμό ως προς την διατήρηση του περιβάλλοντα χώρου. Η ραγδαία αύξηση του τουρισμού επιβάλλει την ανόρθωση ξενοδοχειακών μονάδων οι οποίες πολλές φορές έχουν ως προϋπόθεση την αφαίρεση φυσικού περιβάλλοντος χώρου και ως αποτέλεσμα υποδαυλίζεται η ιδιαιτερότητα και η μοναδικότητα των τοπικών περιοχών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



3.1 Ορισμός ανταγωνιστικότητας

Η έννοια της ανταγωνιστικότητας αποτελεί μια ευρεία έννοια η οποία επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες και η οποία διασπάται σε επιμέρους τομείς. Η ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών αποτελεί αντικείμενο ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής καθότι τείνουν να αναζητούν ένα μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς της γρήγορα αναπτυσσόμενης βιομηχανίας του τουρισμού. Ωστόσο ο ορισμός της ανταγωνιστικότητας αποτελεί ένα πολύπλοκο ζήτημα όπως επίσης και η μέτρησή της καθώς προϋποθέτει την υπεροχή της εκάστοτε χώρας σε αρκετούς τομείς. Έτσι η προσπάθεια προσέγγισης της συγκεκριμένης έννοιας η οποία είναι πολύπλοκη και πολυδιάστατη, εμφανίζει πολλές δυσκολίες. Παρόλα αυτά μερικοί από τους ορισμούς που έχουν διατυπωθεί από οργανισμούς αναγνωρισμένου κύρους αποδίδουν όσο το δυνατόν ακριβέστερα την έννοια της ανταγωνιστικότητας, προσεγγίζοντας την από διαφορετικές οπτικές.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον **Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ, Organization of Economic Cooperation and Development, OECD)** ως ανταγωνιστικότητα ορίζεται: «η ικανότητα εταιρειών, βιομηχανιών, περιοχών, εθνών ή υπερεθνικών περιοχών να δημιουργήσουν σχετικά υψηλού επιπέδου εισοδήματα και επίπεδα εργασίας παραμένοντας εκτεθειμένοι στο διεθνή ανταγωνισμό.» επίσης «[...] ο βαθμός στον οποίο ένα κράτος μπορεί υπό συνθήκες ελεύθερου εμπορίου και ανταγωνιστικών αγορών να παράγει αγαθά και υπηρεσίες που να πληρούν τις απαιτήσεις των διεθνών αγορών, ενώ ταυτόχρονα να διατηρεί και να διευρύνει μακροπρόθεσμα τα εισοδήματα των πολιτών τους.». Επομένως, η ανταγωνιστικότητα, σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, σχετίζεται με την ικανότητα μιας κρατικής οικονομίας (ή μέρους αυτής) να εξασφαλίζει, να διατηρεί, αλλά και να διευρύνει τα μερίδια της στις διεθνείς αγορές, με σκοπό τη μακροπρόθεσμη ευημερία των πολιτών της.

Επιπλέον, σύμφωνα με το **Παγκόσμιο Οικονομικό Forum (World Economic Forum, WEF)**, ως ανταγωνιστικότητα ορίζεται: *«το σύνολο των θεσμών, των οικονομικών πολιτικών και των παραγόντων που καθορίζουν το επίπεδο παραγωγικότητας μιας χώρας. Το επίπεδο παραγωγικότητας, με τη σειρά του, προσδιορίζει το διατηρήσιμο επίπεδο ευημερίας, που μπορεί να απολαμβάνει μία οικονομία. Δηλαδή, οι πιο ανταγωνιστικές οικονομίες είναι σε θέση να παρέχουν στους πολίτες τους υψηλότερα επίπεδα εισοδήματος.»*. Ο ορισμός αυτός παραπέμπει κυρίως στην παραγωγικότητα ως παράγοντα που επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα με μακροχρόνιο αποτέλεσμα την οικονομική ανάπτυξη.

Σύμφωνα με το **Ινστιτούτο Διοικητικής Ανάπτυξης (Institute of Management Development, IMD)**, η ανταγωνιστικότητα των χωρών ορίζεται ως: *«το πεδίο εκείνο της οικονομικής θεωρίας, που αναλύει τα στοιχεία και τις πολιτικές εκείνες, που διαμορφώνουν την ικανότητα μίας χώρας να δημιουργεί και να διατηρεί ένα περιβάλλον, που υποστηρίζει μεγαλύτερη παραγωγή αξίας για τις επιχειρήσεις κι μεγαλύτερη ευημερία για τους πολίτες.»* όπου είναι ο πιο κοντινός ορισμός σχετικά με τον τουρισμό. Εμφανώς και σ' αυτό τον ορισμό, ο ρόλος της παραγωγικότητας θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός.

Για την **Ευρωπαϊκή Ένωση (EE, European Union, EU)**, ως ανταγωνιστικότητα ορίζεται *«η σταθερή βελτίωση των πραγματικών εισοδημάτων και του επιπέδου διαβίωσης, με θέσεις εργασίες για όλους εκείνους που επιθυμούν να εργαστούν.»*

3.2 Η έννοια της ανταγωνιστικότητας στον τουρισμό.

Με τον όρο «τουριστικός προορισμός» αναφερόμαστε στον προορισμό ο οποίος μπορεί και συνδυάζει διάφορα προϊόντα αλλά και υπηρεσίες προκειμένου να καταστεί ελκυστικός έτσι ώστε να έχει επισκεψιμότητα. Ο τουριστικός προορισμός αποτελεί μια θεμελιώδη μονάδα στην οποία βασίζονται όλες οι πολύπλοκες διαστάσεις του τουρισμού. Η ανταγωνιστικότητα τώρα ενός τουριστικού προορισμού είναι και αυτή μια περίπλοκη έννοια διότι σχετίζεται με πολλούς παράγοντες και δεν αρκεί μόνο η διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών στους τουρίστες, ώστε να χαρακτηριστεί ένας προορισμός ως ανταγωνιστικός, αλλά προϋποθέτει την υπεροχή έναντι των υπολοίπων προορισμών σε μια πληθώρα πραγμάτων.

Η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού άρχισε να ορίζεται μέσω δύο κεντρικών εννοιών από τις αρχές της δεκαετίας του 80. Τις δύο αυτές έννοιες αποτελούν η κερδοφορία και βιωσιμότητα. Ένας από τους απλούστερους ορισμούς της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προορισμών είναι αυτός του Buhalis (2000) ο οποίος χαρακτηρίζει την έννοια της ανταγωνιστικότητας ως την «μακροπρόθεσμη επιτυχία» μιας τουριστικής περιοχής. Έτσι κατά την άποψη του ως επιτυχημένος προορισμός μπορεί να θεωρηθεί η τουριστική περιοχή η οποία προσελκύει συνεχώς τους επιθυμητούς τουρίστες, μέσω ποιοτικών και μοναδικών εμπειριών και η οποία αναπτύσσεται συνεχώς, εξασφαλίζοντας οφέλη για όλους τους ενδιαφερόμενους, για ολόκληρη την τοπική κοινότητα και για τον ίδιο τον τόπο.

Οι Dupeyras και Mac Callum (2013) ορίζουν την ανταγωνιστικότητα του τουρισμού ως την ικανότητα του τόπου να βελτιστοποιεί την ελκυστικότητά του για τους κατοίκους και τους μη κατοίκους, να προσφέρει ποιότητα, καινοτόμες και ελκυστικές(π.χ. παροχή καλή σχέση ποιότητας / τιμής) τουριστικές υπηρεσίες προς τους καταναλωτές και απόκτηση μεριδίων αγοράς στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι οι διαθέσιμοι πόροι που υποστηρίζουν τον τουρισμό χρησιμοποιούνται αποτελεσματικά και με βιώσιμο τρόπο.

Επίσης η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προορισμού έχει οριστεί το 2003 από τους Ritchie και Crouch ως η ικανότητά του να αυξάνει τις τουριστικές δαπάνες, να προσελκύει όλο και περισσότερο τους επισκέπτες, ενώ τους παρέχει ικανοποιητικές, αξέχαστες εμπειρίες και να το κάνει με κερδοφόρο τρόπο, ενώ ταυτόχρονα ενισχύει την ευημερία των κατοίκων προορισμού και τη διατήρηση του φυσικού πλούτου του προορισμού για τις μελλοντικές γενιές. Όπως δήλωσαν οι Ritchie και Crouch, η ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών είναι μια πολυδιάστατη έννοια, που περιλαμβάνει την οικονομική ανταγωνιστικότητα, την πολιτική ανταγωνιστικότητα, την κοινωνικοπολιτισμική ανταγωνιστικότητα, την περιβαλλοντική ανταγωνιστικότητα και την τεχνολογική ανταγωνιστικότητα. Κατά συνέπεια, προκειμένου να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, οι τουριστικοί προορισμοί πρέπει να συνδυάσουν αρμονικά όλες τις προαναφερθείσες διαστάσεις της ανταγωνιστικότητας.

Ένας προορισμός μπορεί να είναι ανταγωνιστικός στις αγορές λόγω πολλών περιστάσεων, έτσι ώστε ο βαθμός ανταγωνιστικότητας να μην καταδεικνύει την αποτελεσματικότητα της οικονομίας του ούτε το επίπεδο ευημερίας που επιτυγχάνεται από τον πληθυσμό. Στην πραγματικότητα, ένας προορισμός μπορεί να βασίσει την ανταγωνιστικότητά του σε χαμηλούς μισθούς και περιορισμένες κοινωνικές υπηρεσίες, ή στη διαθεσιμότητα φυσικών πόρων που είναι μοναδικοί στον κόσμο και, εναλλακτικά, στην ύπαρξη υψηλής παραγωγικότητας που επιτρέπει υψηλούς μισθούς και κοινωνικές υπηρεσίες, ή σχετικά με τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών ή, γενικά, της τουριστικής εμπειρίας (Pulido-Fernandez et al., 2014).

3.3 Ανταγωνιστικότητα και συγκριτικό πλεονέκτημα

Η μέτρηση της ανταγωνιστικότητας εξαρτάται από την περίοδο που θα πραγματοποιηθεί καθώς επίσης και από την ίδια την χώρα. Όπως χαρακτηριστικά σημειώνουν οι Scott και Lodge (1985), είναι πολυδιάστατο ζήτημα, με την έννοια ότι το να είναι ανταγωνιστικός ένας προορισμός απαιτεί υπεροχή σε πολλούς και διαφορετικούς τομείς.

Σύμφωνα με τον Terzibasoglu (2006), η ανταγωνιστικότητα είναι η λέξη- κλειδί για κάθε μάνατζερ που ενασχολείται με την έννοια του προορισμού, είναι μια σχετική και πολυδιάστατη έννοια. Θα πρέπει να είναι συνεπής με τα διεθνή οικονομικά και την διεθνή βιβλιογραφία των επιχειρήσεων. Περιλαμβάνει μεταβλητές που αντικειμενικά μπορούν να υπολογιστούν: Αριθμός επισκεπτών, μερίδιο αγοράς, τουριστικές δαπάνες, απασχόληση κ.λπ.. καθώς και ποιοτικές μεταβλητές, όπως κουλτούρα, κληρονομιά κ.λπ.. Σχετίζεται άρρηκτα με την ικανότητα του προορισμού να προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες που η απόδοσή τους είναι καλύτερη από αυτή άλλων προορισμών, λαμβάνοντας υπόψη την τουριστική εμπειρία. Επίσης, λογίζεται ως η ικανότητα να διατηρεί την θέση και το μερίδιο της στην αγορά σε σύγκριση με τους υπάρχοντες ανταγωνιστές. Ένας προορισμός με ποικίλους και πολλούς πόρους μπορεί να μην είναι τόσο ανταγωνιστικός όσο ένας άλλος προορισμός, ο οποίος έχει σχετικά περιορισμένους πόρους αλλά έχει την ικανότητα να τους χρησιμοποιεί αποτελεσματικά και να τους βελτιώνει, να δυναμώνει την ποιότητα και την αποτελεσματικότητά τους και να προσαρμόζεται καλύτερα στις δεδομένες τοπικές καταστάσεις. Η ανταγωνιστικότητα είναι ένα εργαλείο, όχι ένα απλά ένα αντικείμενο. Τέλος, δεν εγγυάται από μόνη της την επιτυχία του προορισμού. Συγκριτικά πλεονεκτήματα λογίζονται οι φυσικοί ή από τον άνθρωπο φτιαγμένοι πόροι που είναι διαθέσιμοι στον προορισμό, ιστορικοί πόροι και πόροι κουλτούρας, πόροι κεφαλαίου, το μέγεθος της τοπικής οικονομίας, υποδομές, ανθρώπινοι πόροι κ.λπ.. Ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λογίζεται η ικανότητα του προορισμού να χρησιμοποιεί ή να παγιώνει αυτούς τους πόρους σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Επιπλέον, όπως οι Crouch και Ritchie (1999) σημειώνουν, ένα ακόμα μεγαλύτερο επίπεδο πολυπλοκότητας προσδίδεται εξαιτίας του γεγονότος ότι η ανταγωνιστικότητα σχετίζεται άμεσα με

την προοπτική που υπάρχει από την πλευρά του αναλυτή: «...Οι πολιτικοί ενδιαφέρονται για την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας (εθνική, περιφερειακή ή τοπική), οι βιομηχανίες προσδιορίζουν τα ενδιαφέροντα τους σύμφωνα με τον κλάδο των επιχειρήσεων στον οποίο υπάρχουν, και οι επιχειρήσεις και οι μάνατζερ ανησυχούν για την ικανότητα τους να ανταγωνιστούν μια συγκεκριμένη αγορά.»

Το μοντέλο τους σχετικά με την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού φανερώνει ότι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα ενός προορισμού, τα οποία σαφώς θα πρέπει να εκτιμούνται, αφορούν στα εξής:

- Ανθρώπινους πόρους
- Φυσικούς πόρους
- Πόρους γνώσης
- Πόρους κεφαλαίου
- Ιστορικούς και πολιτισμικούς πόρους
- Τουριστικές υποδομές

Σύμφωνα με τους Crouch και Ritchie (1999), η θεωρία του συγκριτικού πλεονεκτήματος είναι σημαντικό να τύχει εφαρμογής στην ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών. Το συγκριτικό πλεονέκτημά βασίζεται και είναι σε άμεση συνάφεια με τα παραπάνω. Επομένως, για να γίνει έλεγχος ανταγωνιστικότητας απαιτείται η εκτίμηση των παραπάνω. Η εργασία τους λοιπόν εξηγεί ότι η ευημερία κάθε προορισμού εξαρτάται από την ανταγωνιστικότητα όλων των οικονομικών παραγόντων όπως επίσης και από την όλη ανταγωνιστικότητα του τουρισμού. Η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού αποτελεί μια συνάρτηση πολλών παραγόντων. Ένα μεγάλο εύρος στοιχείων περιλαμβάνονται στο μοντέλο τους δεικνύοντας ότι ο τουρισμός επηρεάζεται από πληθώρα παραγόντων, τόσο στο εσωτερικό του περιβάλλον όσο και στο εξωτερικό του περιβάλλον. Ωστόσο, το μοντέλο τους παρατηρείται ότι δεν δίνει και τα ανάλογα βάρη ή σημαντικότητα σε καθένα από τα στοιχεία που εξετάζονται.

Ο Porter (1980), προτείνει τρεις βασικές στρατηγικές για την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού: Μείωση του κόστους από τους οργανισμούς. Διαφοροποίηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχονται, δημιουργώντας κάτι που γίνεται αντιληπτό ως μοναδικό στην βιομηχανία του τουρισμού. Επικέντρωση σε μια συγκεκριμένη αγοραστική ομάδα τουριστών. Ουσιαστικά λοιπόν η επιτυχία ή η αποτυχία θα εξαρτηθούν από την ύπαρξη ή όχι ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Buhalis, 1999). Έτσι, η στρατηγική και οι τακτικές κινήσεις θα αποσκοπούν στην αξιοποίηση και την διατήρηση του/των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Στην βιβλιογραφία υπάρχουν πολλές προσεγγίσεις για την εκτίμηση και τον υπολογισμό της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προορισμών.

Οι Kozak and Rimmington (1999) μετρούν την ανταγωνιστικότητα χρησιμοποιώντας δεδομένα ερευνών σχετικά με τις αντιλήψεις (perceptions) και γνώμες των τουριστών σχετικές με την εμπειρία τους από τους διαφορετικούς προορισμούς. Τέτοιου είδους έρευνες μπορούν να προσδιορίσουν ποιοτικά χαρακτηριστικά, όπως η ποιότητα των παραλιών, η φιλικότητα των κατοίκων κ.λ.π., τα οποία είναι δύσκολο να μετρηθούν. Οι ίδιοι τονίζουν ότι όταν προβαίνουμε στην σύγκριση προορισμών, θα πρέπει να προσδιορίσουμε επακριβώς ποιοι προορισμοί (ή χώρες) είναι σε ευθύ ή άμεσο ανταγωνισμό. Η εποχή επίσης κατ' αυτούς παίζει μείζονα ρόλο στον προσδιορισμό και την εκτίμηση της ανταγωνιστικότητας ενός προορισμού. Δύο προορισμοί μπορεί να είναι ανταγωνιστές κατά το καλοκαίρι, αλλά όχι τον χειμώνα, όπως για παράδειγμα η Ισπανία και η Τουρκία. Επίσης πρέπει να λάβουμε υπόψη μας το γεγονός ότι κάποιοι προορισμοί δεν βρίσκονται ποτέ σε άμεσο ανταγωνισμό λόγω του ότι προσφέρουν διαφορετικούς τύπους τουριστικών προϊόντων ή έχουν ανησυχίες

προσβασιμότητας, όπως για παράδειγμα μεταξύ των Η.Π.Α., των χωρών της Ανατολής και της Τουρκίας.

Άλλες μελέτες όπως εκείνη των Dwyer et al. (1999, 2000) χρησιμοποιούν πραγματικά δημοσιευμένα δεδομένα για την μέτρηση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προορισμών.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί της ανταγωνιστικότητας στην βιβλιογραφία. Οι Scott and Lodge (1985) ορίζουν την ανταγωνιστικότητα ως «την ικανότητα μιας χώρας να δημιουργεί, να παράγει, να κατανέμει και/ή να προσφέρει υπηρεσίες σε μια παγκόσμια οικονομία, όπου οι αυξήσεις των κερδών επιστρέφουν στις πηγές της». Ο Porter (1990), ορίζει: «Η ικανότητα των επιχειρηματιών (μιας χώρας) να σχεδιάζουν, να παράγουν και να εμπορεύονται αγαθά και υπηρεσίες, τα τιμολογήσιμα και μη χαρακτηριστικά, τα οποία συνθέτουν ένα πιο ελκυστικό προϊόν από αυτό των ανταγωνιστών». Μία άλλη πολύ σημαντική μελέτη για την ανταγωνιστικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο είναι εκείνη της Αναφοράς Παγκόσμιας Ανταγωνιστικότητας (Global Competitiveness Report- GCR), η οποία είναι το αποτέλεσμα του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum- WEF). Η συγκεκριμένη αναφορά αποτελείται από δύο δείκτες: Τον Δείκτη Ανταγωνιστικότητας (Growth Competitiveness Index –GCI) (Sachs and McArthur, 2001), και τον Δείκτη Επιχειρηματικότητας (Business Competitiveness Index- BCI) (Porter, 2000). Ο πρώτος περιλαμβάνει τρεις σημαντικές κατηγορίες: μακροοικονομικό περιβάλλον, ποιότητα των δημόσιων οργανισμών, και ποιότητα του εθνικού υπηρεσιακού περιβάλλοντος, ενώ ο δεύτερος περιλαμβάνει την ευρύτερη φιλοσοφία των επιχειρήσεων και στρατηγικές, όπως επίσης και την ποιότητα του εθνικού επιχειρησιακού περιβάλλοντος. Ο δείκτης World Competitiveness Yearbook (WCY), ο οποίος δημιουργήθηκε από το Ινστιτούτο Ανάπτυξης Μάνατζμεντ (Institute For Management Development-IMD), είναι παρόμοιος με τον δείκτη GCR, και αναλύει την ικανότητα των εθνών να δημιουργούν και να διατηρούν ένα περιβάλλον που θα συγκρατεί την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Μετρά την ανταγωνιστικότητα τεσσάρων βασικών θεμάτων, όπως η οικονομική απόδοση, η αποτελεσματικότητα της κυβέρνησης, η αποτελεσματικότητα της ίδιας της επιχείρησης ή οργανισμού και τέλος μετρά τις υποδομές. Λόγω του ότι η ανταγωνιστικότητα διακρίνεται από μια πολυδιάστατη φύση, είναι σημαντικό να προσδιορίσουμε τα στοιχεία που συνθέτουν την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών. Η ανταγωνιστικότητα της τιμής λαμβάνεται υπόψη συνήθως σαν ένας από τους πλέον σημαντικούς δείκτες για ένα οποιοδήποτε προορισμό. Οι περισσότερες εμπειρικές μελέτες στην τουριστική ζήτηση (Durberry και Sinclair, 2003, Song et al., 2003) βρίσκουν ότι η τιμή έχει μια πολύ σημαντική επιρροή σε αυτήν. Οι Dwyer et al. (1999, 2000) επικεντρώνονται κυρίως στην ανταγωνιστικότητα της τιμής λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά από προϊόντα και υπηρεσίες σε ευρύ πεδίο ανταγωνιστικών προορισμών. Οι μελέτες διακρίνουν μεταξύ δύο κατηγοριών τιμής: Κόστος ταξιδιού (travel cost) από και προς τον προορισμό, και κόστος εδάφους (ground cost), που σχετίζεται με τις τιμές μετακίνησης στον προορισμό.

Σύμφωνα με τους Dwyer et al. (2000), πραγματοποιείται μια μελέτη για την ανταγωνιστικότητα της τιμής σε 19 τουριστικούς προορισμούς. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντικό να αναφέρουμε τι ακριβώς εννοούμε με τον όρο τιμολόγηση μιας και αποτελεί μείζονα προσδιοριστικό παράγοντα της ανταγωνιστικότητας ενός προορισμού. Με τον όρο τιμολόγηση λοιπόν, αναφερόμαστε στον καθορισμό του πλέγματος τιμών των τουριστικών μας υπηρεσιών. Είναι μια πολύ σημαντική απόφαση, αφού η πολύ υψηλή τιμή θα διώξει πελάτες, ενώ η πολύ χαμηλή τιμή θα περιορίσει σημαντικά τα έσοδά μας (Γαλανάκης, 2005). Η τιμή καθορίζεται με βάση: Τους καταναλωτές και τα χαρακτηριστικά τους, Τις τιμές του ανταγωνισμού, Την γενική κατάσταση της οικονομίας, Το κόστος, Τις ακολουθούμενες στρατηγικές, και Τις περιστασιακές συνθήκες (π.χ. μετά τις τρομοκρατικές επιθέσεις στο Μπαλί το 2002, οι τιμές έπεσαν σε πολύ χαμηλά επίπεδα). Η ανταγωνιστικότητα

αποτελεί ένα βασικό προσδιοριστικό παράγοντα σχετικά με το πόσο καλά αποδίδει μια βιομηχανία ή αγορά σε σχέση με μια άλλη (Crouch & Brent Ritchie, 1999). Η ανταγωνιστικότητα αποτελεί ένα σύνολο από γενικά και αόριστα ζητήματα, τα οποία αφορούν κυρίως στις διαφοροποιήσεις των τιμών μεταξύ αγορών ή βιομηχανιών, σε επίπεδα παραγωγικότητας και σε ποιοτικούς παράγοντες. Σημειώνουν ότι οι τουρίστες είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοι στην τιμή. Επομένως, είναι σημαντικό να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση και βάρος στην ανταγωνιστικότητα της τιμής στην εθνική τουριστική βιομηχανία, και πώς συγκρίνεται με εκείνη των ανταγωνιστών.

Οι Inskeep (1991) και Middleton (1997) θεωρούν επίσης ότι η περιβαλλοντική ποιότητα είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες για τον προσδιορισμό της ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών, καταλήγοντας στο ότι οι περιβαλλοντικές πολιτικές είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, την απόκτηση συγκριτικού πλεονεκτήματος και την διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό. Ο Buhalis (2000), τονίζει ότι οι τουριστικές χώρες μπορούν να εκμεταλλευθούν τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο και έτσι να ενισχύσουν και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Η τεχνολογία μπορεί να προσφέρει τα απαραίτητα εργαλεία για την ανάπτυξη και παράδοση διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων στους επισκέπτες, ικανοποιώντας έτσι τις σύγχρονες απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης. Προσθέτει δε ότι τα Συστήματα Διαχείρισης Προορισμού (Destination Management Systems- DMS), προσφέρουν την δυνατότητα στους προορισμούς να συντονίσουν ολόκληρο το εύρος των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχονται τοπικά και ότι συμβάλλουν στην αποτελεσματική προώθησή τους σε παγκόσμιο επίπεδο. Επιπλέον τέτοια εργαλεία προσφέρουν την δυνατότητα σε μικρές περιφερειακές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν ισότιμα τις μεγαλύτερες. Ως αποτέλεσμα, έτσι μπορεί να αυξηθεί η διαπραγματευτική τους δύναμη και να μειωθεί η δύναμη των tour-operators και των ταξιδιωτικών πρακτόρων. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για απομονωμένους, περιφερειακούς και νησιωτικούς προορισμούς, όπως η Κρήτη, που δεν χαιρείται παρουσίας ειδικών και πόρων για να οργανώσει στρατηγικές καμπάνιες μάρκετινγκ. Απαιτείται κατ' αυτόν μια ανταγωνιστική στρατηγική, η οποία είναι η εύρεση της πλέον ανταγωνιστικής θέσης στην βιομηχανία του τουρισμού. Είναι συνάρτηση του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Οι προορισμοί επιβάλλεται να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν, ενώ θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία και συντονισμός των δράσεων μεταξύ του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, προκειμένου να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα. Η στρατηγική θα πρέπει επίσης να συνάδει με την κερδοφορία ενός συγκεκριμένου προορισμού σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Τονίζει τέλος την σημασία που έχει η επικέντρωση στον ανθρώπινο παράγοντα και ιδιαίτερα τη σημασία της εκπαίδευσης του προσωπικού που απασχολείται σε τουριστικές επιχειρήσεις. Καταλήγει ότι αυτός ο παράγοντας μπορεί να προσφέρει ένα ευθύ και άμεσο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Σε αυτό τον τομέα, συμπεραίνει η Ελλάδα άσχει. Ο Bordas (1994) ασχολήθηκε με την ανταγωνιστικότητα του προορισμού βασιζόμενος στην ζήτηση και την προσφορά που υπάρχει για κάθε προορισμό, λαμβάνοντας υπόψη του ένα μεγάλο εύρος παραγόντων που επιδρούν στο εξωτερικό περιβάλλον του κάθε προορισμού. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν οφείλει να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό προσφέροντας ποιοτικότερες υπηρεσίες υψηλότερης αξίας ώστε να μην επηρεαστεί από ένα πιθανό πόλεμο τιμών, καθώς θα απευθύνεται πλέον σε ανώτερο εισοδηματικό κομμάτι της αγοράς, το οποίο θα αναζητά ποιότητα και θα επηρεάζεται τόσο από τις μεταβολές της τιμής. Το επίπεδο των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της είναι ιδιαίτερα κρίσιμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (TTCI)



4.1 Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (*World Tourism Organization, UNWTO*) ιδρύθηκε το 1975 και αποτελεί εξειδικευμένο όργανο του ΟΗΕ. Τα κεντρικά γραφεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού βρίσκονται στην Μαδρίτη της Ισπανίας. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού περιλαμβάνει 155 χώρες και πάνω από 350 συνδεδεμένα μέλη (*Affiliate Members*) από τον ιδιωτικό τομέα όπως τουριστικά γραφεία, εκπαιδευτικά ιδρύματα και τουριστικές ενώσεις και ασχολείται με την προώθηση ενός υπεύθυνου, αειφόρου και παγκοσμίως προσβάσιμου τουρισμού δίνοντας έμφαση στις αναπτυσσόμενες χώρες. Λειτουργεί σαν ένα παγκόσμιο φόρουμ το οποίο ασχολείται με θέματα τουριστικής πολιτικής και παράλληλα αποτελεί μια πηγή γνώσεων όσον αφορά τον τουρισμό. Λαμβάνεται ως ο παγκόσμιος ηγέτης στο πεδίο του τουρισμού ο οποίος προωθεί τον τουρισμό ως οδηγό για οικονομική ανάπτυξη, χωρίς αποκλεισμούς και περιβαλλοντική βιωσιμότητα ενώ έχει ηγετική θέση και υποστήριξη στον τομέα της προώθησης της γνώσης και του τουρισμού παγκοσμίως. Ενθαρρύνει την εφαρμογή του Παγκόσμιου Τουριστικού Κώδικα Δεοντολογίας με σκοπό να μεγιστοποιηθεί η συμβολή του τουρισμού στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις και δεσμεύεται στο να προωθεί τον τουρισμό ως μέσο για την επίτευξη των Στόχων της Αειφόρου Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών με στόχο την εξάλειψη της φτώχειας και την προώθηση σε παγκόσμιο επίπεδο της αειφόρου ανάπτυξης και της ειρήνης. Ως ο κορυφαίος διεθνής οργανισμός στον τομέα του τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προωθεί τον τουρισμό ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής ανάπτυξης, της ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και παρέχει ηγετική θέση και υποστήριξη στην προώθηση των πολιτικών της γνώσης και του τουρισμού παγκοσμίως. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εστιάζει στην βιώσιμη ανάπτυξη, στην ανταγωνιστικότητα, στην καινοτομία και τον

ψηφιακό μετασχηματισμό, στην ηθική, στον πολιτισμό και την κοινωνική ευθύνη, στην τεχνική συνεργασία, στα στατιστικά στοιχεία. Κύρια όργανά του είναι: η Γενική Συνέλευση, το Εκτελεστικό Συμβούλιο και η Γραμματεία. Υπάρχουν 6 περιφερειακές επιτροπές για την Ευρώπη, την Αφρική, την Αμερική, τη Μέση Ανατολή, τη Νότια Ασία και την Ανατολική Ασία – Ειρηνικό. Τέλος οι επίσημες γλώσσες του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού είναι τα αγγλικά, τα γαλλικά, τα ισπανικά, τα αραβικά και τα ρωσικά.

4.2 Ο Παγκόσμιος Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού (TTCI).

Ο Παγκόσμιος Δείκτης Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού (TTCI) δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά το έτος 2007, έκτοτε εκδίδεται ανά διετία από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum) και έχει ως στόχο την κατάταξη των χωρών με βάση τις επιδόσεις τους σε διάφορους τομείς ως αντίκτυπο στον τουρισμό. Συγκεκριμένα ο δείκτης αυτός αποτελεί κυρίως ένα μέτρο των παραγόντων συνολικά που καθιστούν μια χώρα ελκυστική για να αναπτύξει επιχειρήσεις στον κλάδο του τουρισμού παρά ένα μέτρο ελκυστικότητας μιας χώρας ως τουριστικός προορισμός. Η έκθεση που περιλαμβάνει τον Παγκόσμιο Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού έχει ως στόχο να παρέχει στον κλάδο συγκριτικές πληροφορίες αποτελώντας ένα σημαντικό εργαλείο συγκριτικής αξιολόγησης για τη λήψη αποφάσεων που σχετίζονται με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων μια οικονομίας καθώς και του τουριστικού κλάδου. Ταυτόχρονα, παρέχει στους εθνικούς φορείς χάραξης πολιτικής ένα χρήσιμο εργαλείο για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με θέματα της βιομηχανίας του τουρισμού όπου απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή και παράλληλα διευκολύνει τον διάλογο μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για τη βελτίωση και την ανάπτυξη της βιομηχανίας του τουρισμού σε Εθνικό επίπεδο. Αρχικά στην έκθεση για το 2007 συμμετείχαν 124 χώρες, για το 2008 συμμετείχαν 130 χώρες έπειτα το 2009 συμμετείχαν 133 χώρες και φτάνοντας ως το 2019 όπου συμμετείχαν 140 χώρες.

Ο δείκτης ανταγωνιστικότητας τουρισμού κυμαίνεται στην κλίμακα 1 έως 7, και συγκεκριμένα όσο πιο υψηλός είναι ο δείκτης τόσο πιο ανταγωνιστική θεωρείται η χώρα. Είναι γεγονός ότι ο τομέας του τουρισμού παίζει ζωτικό ρόλο στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας συμβάλλοντας σε μεγάλα ποσοστά στο ΑΕΠ της αλλά παράλληλα και στην απασχόληση σημαντικού πλήθους ανθρώπων. Για τον λόγο αυτό η δημιουργία ενός δείκτη ανταγωνιστικότητας ο οποίος αντικατοπτρίζει μια συνολική εικόνα της εκάστοτε χώρας στον τομέα του τουρισμού είναι υψίστης σημασίας. Η έκθεση η οποία περιέχει τον παγκόσμιο Δείκτη Ανταγωνιστικότητας του Τουρισμού (TTCI index) παρέχει ένα στρατηγικό εργαλείο συγκριτικής αξιολόγησης για τις επιχειρήσεις και τις κυβερνήσεις προκειμένου να υπάρξει ανάπτυξη του τουρισμού. Επομένως οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και ηγέτες του συγκεκριμένου τομέα κάθε χώρας, χρησιμοποιούν τα αποτελέσματα του TTCI για να κατανοήσουν και να προωθήσουν τις απαραίτητες δράσεις που θα διασφαλίσουν στην πορεία την μακροζωία του κρίσιμου αυτού τομέα. Προβάλλονται ανά κατηγορία οι επιδόσεις της κάθε χώρας σε διάφορους τομείς που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό, δίνοντας την δυνατότητα γνωστοποίησης για το που υστερεί και που υπερτερεί η κάθε μια. Επίσης η έκθεση περιλαμβάνει ένα αναλυτικό προφίλ για κάθε χώρα ξεχωριστά, καθώς και κάποιες συμπληρωματικές πληροφορίες όπως βασικούς οικονομικούς δείκτες από την Παγκόσμια Τράπεζα έτσι ώστε να υπάρχει η πλήρης εικόνα για το ποια χώρα είναι περισσότερο ανταγωνιστική από τις υπόλοιπες. Τα δύο τρίτα του συνόλου των δεδομένων για το TTCI είναι στατιστικά δεδομένα από διεθνείς οργανισμούς και τα υπόλοιπα είναι στοιχεία έρευνας από το World Economic Forum. Τέλος στην αναφορά του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας υπάρχει και κατηγοριοποίηση με βάση τις ηπείρους που ανήκει η κάθε χώρα με αποτέλεσμα να δημιουργείται εν τέλει μια εικόνα σε μια ευρύτερη περιοχή όπως αποτελέσματα για Αμερική, Ευρώπη κτλ.

Ο συνολικός αυτός δείκτης ανταγωνιστικότητας του τουρισμού (TTCI) αποτελείται από τέσσερις βασικές διαστάσεις οι οποίες είναι οι εξής:

1. Ευνοϊκό περιβάλλον.
2. Πολιτική και υπάρχουσες συνθήκες στον τουρισμό.
3. Υποδομές.
4. Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι.

Επίσης ο δείκτης ανταγωνιστικότητας του τουρισμού (TTCI) αποτελείται και από 14 βασικούς **πυλώνες** οι οποίοι χωρίζονται σε κάθε έναν από τους παραπάνω υποδείκτες που αναφέρθηκαν και οι οποίοι είναι οι εξής:

1. Επιχειρηματικό Περιβάλλον.
2. Ασφάλεια και Προστασία.
3. Υγεία και Υγιεινή.
4. Ανθρώπινο δυναμικό και αγορά εργασίας.
5. Τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνίας.
6. Προτεραιότητα στον τομέα τουρισμού και ταξιδιού.
7. Διεθνές Άνοιγμα.
8. Ανταγωνιστικότητα τιμών.
9. Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα.
10. Υποδομές αεροπορικών μεταφορών.
11. Υποδομές εδάφους και λιμένων.
12. Υποδομές τουριστικών υπηρεσιών.
13. Φυσικοί πόροι.
14. Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια



Σχήμα 4.1: Πυλώνες του Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού (The travel & tourism competitiveness report 2019)

4.3 Βασικοί πυλώνες

1ος Πυλώνας: Επιχειρηματικό Περιβάλλον.

Ο πυλώνας **Επιχειρηματικό Περιβάλλον** περιλαμβάνει όλες τις πολιτικές και τις διαδικασίες οι οποίες σχετίζονται με το επιχειρηματικό περιβάλλον μιας χώρας. Όλες οι επιχειρήσεις μιας οικονομίας επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες οι οποίοι μπορούν να καθιστούν μια οικονομία ευνοϊκή απέναντι στις επιχειρήσεις, ωστόσο πολλές φορές όμως συμβαίνει και το αντίθετο. Επομένως η αποδοτικότητα και η παραγωγικότητα μιας χώρας στο επιχειρηματικό περιβάλλον καθορίζονται σημαντικά από αυτές τις πολιτικές. Πιο συγκεκριμένα ο πυλώνας “Επιχειρηματικό περιβάλλον” διαθέτει 15 υποδείκτες οι οποίοι αναφέρονται σε αυτές τις πολιτικές και οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Δικαιώματα ιδιοκτησίας
2. Αντίκτυπος των κανόνων στις Άμεσα Ξένες Επενδύσεις.
3. Αποτελεσματικότητα του νομικού πλαισίου για την επίλυση διαφορών.
4. Αποτελεσματικότητα του νομικού πλαισίου σε προκλητικούς κανονισμούς.
5. Αριθμός ημερών για την επεξεργασία των οικοδομικών αδειών.
6. Κόστος αδειών κατασκευής.
7. Έκταση της εταιρικής δραστηριότητας.
8. Αριθμός ημερών για την έναρξη μιας επιχείρησης.
9. Κόστος έναρξης μιας επιχείρησης.

10. Επιπτώσεις της φορολογίας στα κίνητρα για εργασία.
11. Επιπτώσεις της φορολογίας στα κίνητρα για επενδύσεις.
12. Συνολικός φορολογικός συντελεστής.
13. Συντελεστής φόρου εργασίας και εισφορών
14. Συντελεστής φόρου κερδών.
15. Συντελεστής άλλων φόρων.

2ος Πυλώνας: Ασφάλεια και προστασία.

Ο πυλώνας της **Ασφάλειας και Προστασίας** σχετίζεται με τους παράγοντες που καθορίζουν το κατά πόσο μια χώρα είναι ασφαλής για τους πολίτες της και κατ' επέκταση για κάποιον που θα την επισκεφτεί, με χαμηλά για παράδειγμα ποσοστά εγκληματικότητας και βίας. Ένας τουρίστας είναι πιθανότερο να επισκεφτεί μια χώρα στην οποία επικρατεί ειρηνικό κλίμα και χαμηλά ποσοστά εγκληματικότητας από ότι μια χώρα στην οποία εκδηλώνονται συχνά τρομοκρατικές επιθέσεις και εγκληματικής φύσεως περιστατικά. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Ασφάλεια και προστασία” αποτελείται από 5 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Επιχειρηματικό κόστος του εγκλήματος και της βίας.
2. Αξιοπιστία των αστυνομικών υπηρεσιών.
3. Επιχειρηματικό κόστος της τρομοκρατίας.
4. Δείκτης συχνότητας εμφάνισης τρομοκρατίας.
5. Ποσοστό ανθρωποκτονιών.

3ος Πυλώνας: Υγεία και Υγιεινή.

Ο πυλώνας της **Υγείας και Υγιεινής** είναι ένας από τους πιο βασικούς και απαραίτητους πυλώνες για τον τουρισμό. Οι επισκέπτες μιας χώρας θεωρούν σημαντική την δυνατότητα πρόσβασης σε πόσιμο νερό και την ύπαρξη αποχετευτικού συστήματος καθώς επίσης και την δυνατότητα εύρεσης ιατρικού προσωπικού για την περίθαλψη τους σε περίπτωση νόσησης ή πρόκλησης ατυχήματος. Έτσι κάθε χώρα για να μπορεί να θεωρηθεί ανταγωνιστική θα πρέπει να λάβει υπόψη την ομαλή λειτουργία του πυλώνα της υγείας και υγιεινής καθώς έχει μεγάλο αντίκτυπο στον τουρισμό. Μια χώρα στην οποία ο πυλώνας υγείας και υγιεινής εμφανίζει πολλές ελλείψεις και προβλήματα, αποθαρρύνει την επίσκεψη των τουριστών σε αυτήν. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Υγεία και Υγιεινή” αποτελείται από 6 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Αριθμός ιατρών.
2. Χρήση βασικών υπηρεσιών υγιεινής.
3. Πρόσβαση σε πόσιμο νερό.
4. Αριθμός νοσοκομειακών κρεβατιών.
5. Επιπολασμός του ιού HIV.
6. Εμφάνιση ελονοσίας.

4ος Πυλώνας: Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας.

Ο πυλώνας **Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας** σχετίζεται με το επίπεδο κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολείται στον κλάδο του τουρισμού καθώς επίσης και με τους παράγοντες που καθορίζουν την αγορά εργασίας. Η υψηλή ποιότητα της εξυπηρέτησης από το ανθρώπινο δυναμικό που ασχολείται με τον τουρισμό διασφαλίζει την πλήρη ικανοποίηση των αναγκών που προκύπτουν στον συγκεκριμένο κλάδο. Τα στοιχεία του συγκεκριμένου πυλώνα μετρούν το πόσο καλά μια χώρα αναπτύσσει δεξιότητες μέσω της εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού, προκειμένου να ανταπεξέλθει αποτελεσματικά στην αγορά εργασίας που σχετίζεται με τον τουρισμό. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας” αποτελείται από 11 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Προσόντα του εργατικού δυναμικού.
2. Ποσοστό εγγραφής στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση.
3. Ποσοστό εγγραφής στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση.
4. Έκταση της κατάρτισης του προσωπικού.
5. Μεταχείριση των πελατών.
6. Αγορά εργασίας.
7. Πρακτικές πρόσληψης και απόλυσης.
8. Ευκολία εύρεσης ειδικευμένων εργαζομένων.
9. Ευκολία πρόσληψης ξένου εργατικού δυναμικού.
10. Αμοιβή και παραγωγικότητα.
11. Συμμετοχή γυναικών στο εργατικό δυναμικό.

5ος Πυλώνας: Ετοιμότητα Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας.

Ο πυλώνας **Ετοιμότητα Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας** αναφέρεται στην πρόσβαση που έχει η κάθε χώρα σε συστήματα πληροφοριών, τηλεπικοινωνίας καθώς και σε διαδικτυακές υπηρεσίες. Η τεχνολογική ανάπτυξη στον κλάδο του τουρισμού έχει πρωταρχικό ρόλο με το διαδίκτυο να αποτελεί βασικό εργαλείο για τον προγραμματισμόδρομολογιών, για κρατήσεις ταξιδιών κτλ. Ο πυλώνας αυτός παίζει ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο κυρίως στις ανεπτυγμένες χώρες διότι αποτελεί πλέον βασική παροχή για να την λειτουργία σχεδόν όλων των υπηρεσιών μιας χώρας σχετικά με τον τουρισμό. Επίσης ο πυλώνας αυτός δεν αρκείται στην κάλυψη δικτύου κινητής τηλεφωνίας και παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, αλλά και στην ικανότητα των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών μιας χώρας να παρέχουν διαδικτυακές υπηρεσίες. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνίας” αποτελείται από 8 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Χρήση τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών για συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων.
2. Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών.
3. Άτομα που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο.
4. Συνδρομητές ευρυζωνικού διαδικτύου.

5. Συνδρομές κινητής τηλεφωνίας.
6. Συνδρομές ευρείας ζώνης κινητού τηλεφώνου.
7. Κάλυψη δικτύου κινητής τηλεφωνίας.
8. Ποιότητα παροχής ηλεκτρικής ενέργειας.

6ος Πυλώνας: Προτεραιότητα Ταξιδιού και Τουρισμού (Travel and Tourism)

Ο πυλώνας **Προτεραιότητα Ταξιδιού και Τουρισμού (Travel and Tourism)** αναφέρεται στον βαθμό στον οποίο η κυβέρνηση δίνει προτεραιότητα σε ενέργειες σχετικά με τον τουρισμό ο οποίος και έχει σημαντικό αντίκτυπο στον ανταγωνισμό του συγκεκριμένου τομέα. Κάνοντας σαφές ότι ο τομέας αυτός είναι πρωταρχικό μέλημα της χώρας, η κυβέρνηση μπορεί να διοχετεύσει κεφάλαια σε βασικά αναπτυξιακά έργα και στον συντονισμό των παραγόντων και των πόρων που απαιτούνται για την ανάπτυξή του. Η κυβέρνηση μπορεί επίσης να παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην άμεση προσέλκυση τουριστών μέσω εθνικών εκστρατειών μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Προτεραιότητα στον τομέα τουρισμού και ταξιδιού” αποτελείται από 6 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Κυβερνητική προτεραιότητα της βιομηχανίας Ταξιδιού και Τουρισμού.
2. Δημόσιες δαπάνες Ταξιδιού και Τουρισμού.
3. Αποτελεσματικότητα «marketing» και «branding» για την προσέλκυση τουριστών
4. Πληρότητα ετήσιων δεδομένων Ταξιδιού και Τουρισμού.
5. Επικαιρότητα παροχής των δεδομένων Ταξιδιού και Τουρισμού.
6. Αξιολόγηση στρατηγικής επωνυμίας χώρας.

7ος Πυλώνας: Διεθνής Διαφάνεια.

Ο πυλώνας **Διεθνής Διαφάνεια** αναφέρεται στο κατά πόσο είναι εύκολη η πρόσβαση στην εκάστοτε χώρα ή αν απαιτούνται επιπλέον διαδικασίες όπως για παράδειγμα η απόκτηση κάρτας visa ή απλώς τουριστικής κάρτας εισόδου. Κάθε χώρα διαφέρει ανάλογα με την πολιτική που ακολουθεί όσον αφορά τον τουρισμό και το πώς επιτρέπει στους τουρίστες την είσοδό τους σε αυτήν. Περιορισμοί στην πρόσβαση μιας χώρας μειώνουν την προθυμία των τουριστών να την επισκεφθούν ενώ αντίθετα η εύκολη πρόσβαση αποτελεί προνόμιο του τουρισμού εφόσον δεν απαιτούνται παραπάνω ενέργειες από τους τουρίστες ώστε να πραγματοποιήσουν το συγκεκριμένο ταξίδι. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Διεθνής Διαφάνεια” αποτελείται από 3 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Απαιτήσεις θεώρησης εισόδου (visa).
2. Διαφάνεια διμερών συμφωνιών αεροπορικής υπηρεσίας.
3. Αριθμός των περιφερειακών εμπορικών συμφωνιών σε ισχύ.

8ος Πυλώνας: Ανταγωνιστικότητα Τιμών.

Ο πυλώνας **Ανταγωνιστικότητα Τιμών** αναφέρεται στο οικονομικό πλαίσιο και στις τιμές που επικρατούν στην κάθε χώρα, προσδίδοντας σε πολλές περιπτώσεις μέχρι και μια γενικότερη εικόνα

για το αν κάποια χώρα θεωρείται οικονομική ή ακριβή. Τα χαμηλότερα έξοδα για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε μια χώρα ενθαρρύνουν περισσότερους ταξιδιώτες ώστε να την επισκεφθούν χωρίς αυτό βέβαια να αποτελεί κανόνα διότι σχετίζεται και με την οικονομική κατάσταση του κάθε ταξιδιώτη. Παρόλα αυτά οι τιμές που επικρατούν σε κάθε χώρα επηρεάζουν την επισκεψιμότητα της. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Ανταγωνιστικότητα τιμών” αποτελείται από 4 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Φόροι εισιτηρίων και αερολιμενικό κόστος.
2. Δείκτης τιμών ξενοδοχείου.
3. Ισοτιμία αγοραστικής δύναμης
4. Επίπεδα τιμών καυσίμων.

9ος Πυλώνας: Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα.

Ο πυλώνας **Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα** αναφέρεται στην σημασία του φυσικού περιβάλλοντος και στην παροχή μιας ελκυστικής τοποθεσίας για τουρισμό. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα αποτελεί σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας χώρας με σκοπό την διασφάλιση ταξιδιωτών. Το περιβάλλον κάθε χώρας θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πολιτών προσφέροντας όσο το δυνατόν πιο βελτιωμένη ποιότητα ζωής. Επίσης η περιβαλλοντική βιωσιμότητα προϋποθέτει διαδικασίες κατά τις οποίες η αξιοποίηση των πόρων, η κατεύθυνση των επενδύσεων, ο προσανατολισμός των τεχνολογικών εξελίξεων και οι θεσμικές αλλαγές να είναι όλα σε αρμονία και επιπλέον να ενισχύουν τόσο την υφιστάμενη όσο και την μελλοντική ικανότητα ανταπόκρισης στις ανάγκες και τις προσδοκίες των πολιτών. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Περιβαλλοντική βιωσιμότητα” αποτελείται από 10 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Αυστηρότητα των περιβαλλοντικών κανονισμών
2. Επιβολή περιβαλλοντικών κανονισμών
3. Βιωσιμότητα της ανάπτυξης της Ταξιδιωτικής και Τουριστικής βιομηχανίας.
4. Συγκέντρωση σωματιδίων.
5. Αριθμός επικυρώσεων περιβαλλοντικών συνθηκών.
6. Βασική επιβάρυνση νερού.
7. Απειλούμενα είδη.
8. Ποσοστό δασικής έκτασης.
9. Διαχείριση υδάτινων λυμάτων.
10. Κατάσταση αποθέματος ιχθύων.

10ος Πυλώνας:Υποδομές Αεροπορικών Μεταφορών.

Ο πυλώνας **Υποδομές Αεροπορικών Μεταφορών** σχετίζεται με τις απαραίτητες υποδομές για την εύκολη πρόσβαση των ταξιδιωτών από και προς τις εκάστοτε χώρες καθώς και με την μετακίνηση εντός αυτών. Σε αυτόν τον πυλώνα μετράμε το πλήθος των αεροπορικών μεταφορών, χρησιμοποιώντας δείκτες όπως τα διαθέσιμα χιλιόμετρα θέσεων, αριθμός αναχωρήσεων και τον

αριθμό των αεροπορικών εταιρειών που λειτουργούν. Πολύ σημαντική επίσης είναι και η ποιότητα των υποδομών των αεροπορικών μεταφορών για πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Υποδομές Αεροπορικών Μεταφορών” αποτελείται από 6 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Ποιότητα υποδομών των αεροπορικών μεταφορών.
2. Διαθέσιμα χιλιόμετρα θέσεων, εσωτερικό.
3. Διαθέσιμα χιλιόμετρα θέσεων, διεθνή.
4. Αναχωρήσεις αεροσκαφών.
5. Πυκνότητα αεροδρομίου.
6. Αριθμός των αεροπορικών εταιρειών.

11ος Πυλώνας: Υποδομές Εδάφους και Λιμένων.

Ο πυλώνας **Υποδομές Εδάφους και Λιμένων** σχετίζεται με την διαθεσιμότητα αποτελεσματικών υποδομών που δίνουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε βασικά επιχειρηματικά κέντρα και τουριστικά αξιοθέατα όπου είναι ζωτικής σημασίας για τον τομέα τουρισμού και ταξιδιού. Αυτό απαιτεί έναν αρκετά εκτεταμένο οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο, καθώς και οδικές και λιμενικές υποδομές που πληρούν τα διεθνή πρότυπα άνεσης, ασφάλειας και αποτελεσματικότητας. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Υποδομές Εδάφους και Λιμένα ” αποτελείται από 7 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Ποιότητα των δρόμων.
2. Πυκνότητα των δρόμων.
3. Πυκνότητα πλακόστρωτου δρόμου.
4. Ποιότητα των σιδηροδρομικών υποδομών.
5. Πυκνότητα σιδηροδρόμων.
6. Ποιότητα λιμενικής υποδομής.
7. Απόδοση των επίγειων μεταφορικών μέσων.

12ος Πυλώνας: Υποδομές Τουριστικών Υπηρεσιών.

Ο πυλώνας **Υποδομές Τουριστικών Υπηρεσιών** αναφέρεται στις υποδομές των τουριστικών υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει μια χώρα. Η διαθεσιμότητα ποιοτικών καταλυμάτων, τα θέρετρα και οι εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για μια χώρα. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Υποδομές Τουριστικών Υπηρεσιών ” αποτελείται από 4 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Δωμάτια ξενοδοχείου.
2. Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.
3. Παρουσία μεγάλων εταιρειών ενοικίασης αυτοκινήτων.
4. Αυτοματοποιημένες ταμειακές μηχανές (ATM).

13ος Πυλώνας: Φυσικοί Πόροι.

Ο πυλώνας **Φυσικοί Πόροι** αναφέρεται στα φυσικά περιουσιακά στοιχεία τα οποία διαθέτει κάθε χώρα. Μια χώρα με φυσική ομορφιά και αξιοθαύμαστα τοπία σαφώς κατέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην προσέλκυση περισσότερων τουριστών. Είναι γεγονός ότι πολλοί είναι οι ταξιδιώτες οι οποίοι επιλέγουν να επισκεφθούν μια χώρα ακριβώς για τον λόγο ότι υπάρχει ποικιλία σε φυσικούς πόρους και έχουν την δυνατότητα στο ταξίδι τους να απολαύσουν μαγικά τοπία τα οποία δεν συναντούν εύκολα. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Φυσικοί πόροι” αποτελείται από 5 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Αριθμός φυσικών περιοχών παγκόσμιας κληρονομιάς.
2. Σύνολο γνωστών ειδών.
3. Σύνολο προστατευόμενων περιοχών.
4. Ψηφιακή ζήτηση φυσικού τουρισμού.
5. Ελκυστικότητα του φυσικού περιβάλλοντος

14ος Πυλώνας: Πολιτιστικοί Πόροι και Επαγγελματικά Ταξίδια.

Ο πυλώνας **Πολιτιστικοί Πόροι και Επαγγελματικά Ταξίδια** αναφέρεται στους πολιτιστικούς πόρους μιας χώρας οι οποίοι αποτελούν κρίσιμο παράγοντα ανταγωνιστικότητας του τουρισμού. Ένας βασικός λόγος που πραγματοποιείται ένα ταξίδι είναι για την επαφή των ανθρώπων με διαφορετικές κουλτούρες και πολιτισμούς ώστε να διευρύνουν τους ορίζοντες τους και να γνωρίσουν νέες συνήθειες, τρόπους ζωής και παραδόσεις. Κάθε χώρα έχει κάτι μοναδικό να αναδείξει στους επισκέπτες της και αυτό αποτελεί από μόνο του σημαντικό πλεονέκτημα. Συγκεκριμένα ο πυλώνας “Πολιτιστικοί Πόροι και Επαγγελματικά Ταξίδια” αποτελείται από 5 υποδείκτες οι οποίοι είναι οι ακόλουθοι:

1. Αριθμός πολιτιστικών τοποθεσιών παγκόσμιας κληρονομιάς.
2. Προφορικές και άυλες εκφράσεις πολιτιστικής κληρονομιάς.
3. Αριθμός μεγάλων αθλητικών σταδίων.
4. Αριθμός διεθνών συνεδριάσεων.
5. Ψηφιακή ζήτηση πολιτιστικού και ψυχαγωγικού τουρισμού.

4.4 Αποτελέσματα του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού για το 2019

Η συγκεκριμένη ανάλυση πραγματοποιήθηκε με δεδομένα για το έτος 2019. Τα αποτελέσματα του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού για το συγκεκριμένο έτος περιλαμβάνουν 140 χώρες και είναι τα εξής:

Rank	Economy	Score ¹	Change since 2017		Diff. from Global Avg. (%)
			Rank	Score ²	
1	Spain	5.4	0	0.3	41.4
2	France	5.4	0	1.5	40.4
3	Germany	5.4	0	2.0	40.0
4	Japan	5.4	0	2.1	39.6
5	United States	5.3	1	2.6	36.6
6	United Kingdom	5.2	-1	-0.2	34.9
7	Australia	5.1	0	0.8	33.6
8	Italy	5.1	0	1.9	32.2
9	Canada	5.1	0	1.6	31.3
10	Switzerland	5.0	0	1.5	30.4
11	Austria	5.0	1	2.0	28.8
12	Portugal	4.9	2	3.2	27.2
13	China	4.9	2	3.2	26.7
14	Hong Kong SAR	4.8	-3	-1.1	25.1
15	Netherlands	4.8	2	3.2	24.5
16	Korea, Rep.	4.8	3	4.7	24.3
17	Singapore	4.8	-4	-2.0	23.7
18	New Zealand	4.7	-2	1.4	23.4
19	Mexico	4.7	3	3.4	21.9
20	Norway	4.6	-2	-1.0	19.4
21	Denmark	4.6	10	3.4	19.1
22	Sweden	4.6	-2	0.2	18.6
23	Luxembourg	4.6	5	1.4	18.4

Rank	Economy	Score ¹	Change since 2017		Diff. from Global Avg. (%)
			Rank	Score ²	
48	Hungary	4.2	1	3.4	9.0
49	Peru	4.2	2	3.1	8.3
50	Argentina	4.2	0	2.5	7.9
51	Qatar	4.1	-4	1.5	7.5
52	Chile	4.1	-4	0.9	6.6
53	Latvia	4.0	1	1.8	5.0
54	Mauritius	4.0	1	2.3	4.2
55	Colombia	4.0	7	4.7	4.2
56	Romania	4.0	12	5.7	3.7
57	Israel	4.0	4	3.6	3.5
58	Oman	4.0	8	5.1	3.4
59	Lithuania	4.0	-3	1.5	3.3
60	Slovak Republic	4.0	-1	2.0	3.3
61	South Africa	4.0	-8	-0.8	3.2
62	Seychelles	3.9	n/a	n/a	2.1
63	Viet Nam	3.9	4	3.4	1.7
64	Bahrain	3.9	-4	0.4	1.5
65	Egypt	3.9	9	7.0	1.3
66	Morocco	3.9	-1	2.2	1.2
67	Montenegro	3.9	5	5.6	1.1
68	Georgia	3.9	2	4.7	0.7
69	Saudi Arabia	3.9	-6	1.4	0.7
70	Ecuador	3.9	-13	-1.2	0.4

Rank	Economy	Score ¹	Change since 2017		Diff. from Global Avg. (%)
			Rank	Score ²	
95	Tanzania	3.4	-4	-0.5	-10.8
96	Kuwait	3.4	4	2.7	-11.1
97	Lao PDR	3.4	-3	0.4	-11.2
98	Cambodia	3.4	3	2.4	-11.8
99	Guatemala	3.4	-13	-3.2	-11.8
100	Lebanon	3.4	-4	0.3	-12.1
101	North Macedonia	3.4	-12	-3.8	-12.7
102	Nepal	3.3	1	1.9	-13.0
103	Moldova	3.3	14	6.4	-14.5
104	Tajikistan	3.3	3	3.1	-14.6
105	Bosnia and Herzegovina	3.3	8	5.2	-14.7
106	Senegal	3.3	5	3.8	-15.2
107	Rwanda	3.2	-10	-3.4	-15.5
108	El Salvador	3.2	-3	-1.3	-16.0
109	Paraguay	3.2	1	2.7	-16.0
110	Kyrgyz Republic	3.2	5	4.1	-16.0
111	Gambia, The	3.2	1	3.4	-16.1
112	Uganda	3.2	-6	-0.3	-17.0
113	Zambia	3.2	-5	-0.6	-17.8
114	Zimbabwe	3.2	0	1.2	-18.0
115	Ghana	3.1	5	3.5	-18.2
116	Algeria	3.1	2	2.5	-18.2
117	Venezuela	3.1	-13	-4.6	-18.6



Σχήμα 4.2: Αποτελέσματα Δείκτη Ανταγωνιστικότητα Τουρισμού (The travel & tourism competitiveness report 2019)

Από τα αποτελέσματα παρατηρούμε ότι οι καλύτερες επιδόσεις εμφανίζονται σε Ευρωπαϊκές χώρες ενώ στις χαμηλότερες βαθμολογίες υπάρχουν κυρίως χώρες της Υποσαχάριας Αφρικής. Τα αποτελέσματα του TTCI 2019 δείχνουν επίσης ότι από τις 132 οικονομίες που καλύπτονται και στις δύο εκδόσεις του 2019 και του 2017, 101 χώρες βελτίωσαν το σκορ τους. Παρόλο που οι χώρες υψηλού εισοδήματος συνεχίζουν να εμφανίζουν υψηλότερη βαθμολογία του Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού κατά μέσο όρο, χώρες μεσαίου εισοδήματος παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη βελτίωση στην ανταγωνιστικότητα, με τις υποπεριοχές της Ευρασίας, των Βαλκανίων, της Ανατολικής Ευρώπης, της Νότιας Ασίας και της Βόρειας Αφρικής να έχουν τις μεγαλύτερες αλλαγές. Επίσης σταθερή βελτίωση παρατηρήθηκε ως γενικότερη εικόνα στην πλειοψηφία των χωρών όπως φαίνεται από την λίστα “Score²” στην οποία εμφανίζεται η διαφορά στο σκορ για τα δύο αυτά έτη που συγκρίνονται (2019 με 2017). Τέλος σε ένα ευρύτερο φάσμα των οικονομιών και των ηπείρων, η βελτίωση στην ανταγωνιστικότητα μπορεί να αποδοθεί κυρίως στους ακόλουθους έξι πυλώνες (1)Υποδομή αεροπορικών μεταφορών (2)Ετοιμότητα ΤΠΕ (3) Ανταγωνιστικότητα τιμών, (4) Διεθνές Άνοιγμα (5) Προτεραιότητα Ταξιδιού και Τουρισμού (Travel and Tourism) και (6) Ασφάλεια και Προστασία.

4.5 Αποτελέσματα του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας ανά περιφέρεια

4.5.1 Αμερική

Όπως βλέπουμε παρακάτω οι τιμές 3,9 και 0,9% που εμφανίζονται είναι ο μέσος όρος του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας των χωρών που περιλαμβάνονται στην Αμερική, και το ποσοστό κατά το οποίο διαφέρει από τον συνολικό παγκόσμιο μέσο όρο όλων των χωρών αντίστοιχα.

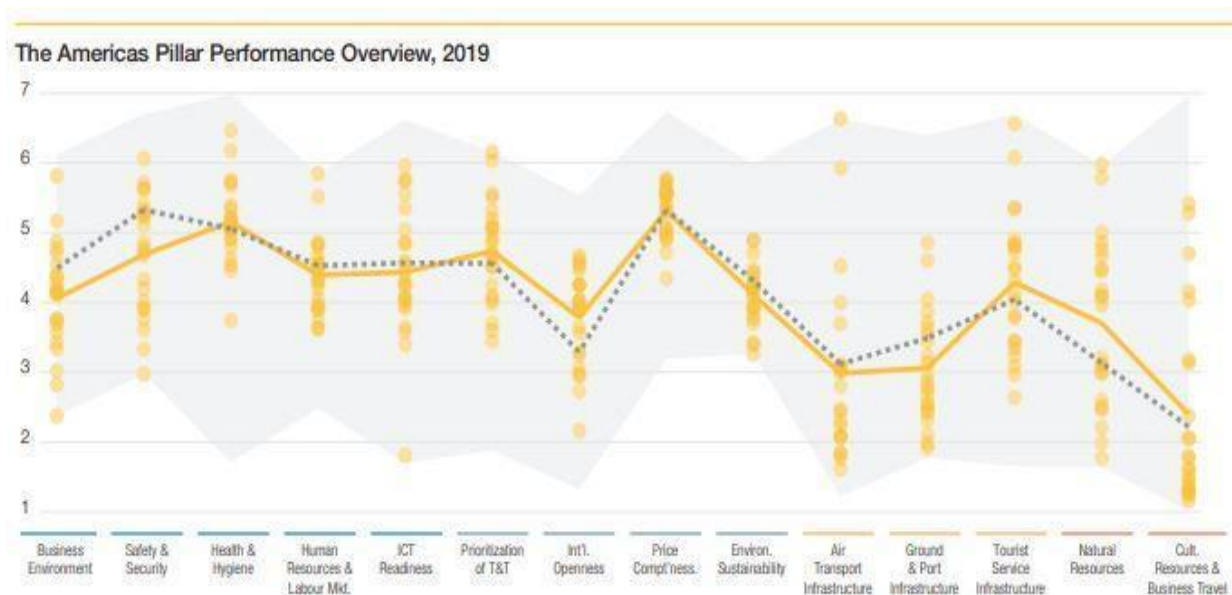
Στην συνέχεια παρουσιάζονται διάφορα σημαντικά στατιστικά στοιχεία στον πίνακα “Key indicators” αναφερόμενα στο έτος 2019 τα οποία παρουσιάζονται στο Σχήμα 4.2:

1. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών.
2. Οι διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό
3. Μέση δαπάνη ανά άφιξη
4. ΑΕΠ τουριστικής βιομηχανίας και αντίστοιχο ποσοστό του συνόλου.
5. Εγχώριες δαπάνες ως μερίδιο των εσωτερικών δαπανών.
6. Δαπάνες επισκεπτών ως μερίδιο των εσωτερικών δαπανών.
7. Πλήθος απασχολούμενων στον κλάδο του τουρισμού και αντίστοιχο ποσοστό του συνόλου.



Σχήμα 4.3: Key indicators – Αμερική (The travel & tourism competitiveness report 2019)

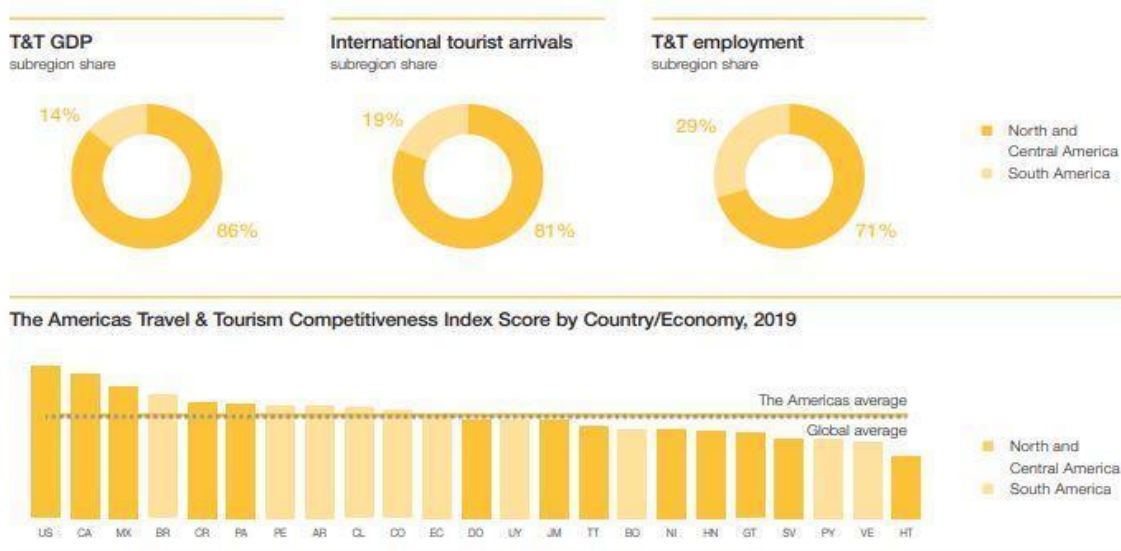
Στο Σχήμα 4.4 απεικονίζεται με συνεχή γραμμή η μέση τιμή των επιδόσεων των χωρών που περιλαμβάνονται στην Αμερική στον εκάστοτε πυλώνα και με διακεκομμένη η μέση τιμή για όλες τις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στον TTCI. Επίσης το σκιασμένο πλαίσιο αποτελεί τα όρια στα οποία κυμαίνονται οι τιμές των χωρών στους διάφορους αυτούς πυλώνες. Παρατηρείται επομένως ότι οι πυλώνες που εμφανίζουν τις καλύτερες επιδόσεις είναι οι εξής: (1) **Ανταγωνιστικότητα τιμών**, (2) **Υγεία και Υγιεινή** και (3) **Προτεραιότητα Ταξιδιού και Τουρισμού (Travel and Tourism)**.



Σχήμα 4.4: The Americas Pillar Performance Overview (The travel & tourism competitiveness 2019)

Επίσης το Σχήμα 4.5 μας πληροφορεί για τα ποσοστά που καταλαμβάνουν οι περιοχές της Αμερικής (North and Central America and South America) στο ΑΕΠ από τον τουρισμό, τις διεθνείς αφίξεις και την απασχόληση στον τουρισμό. Όπως παρατηρούμε μεγαλύτερα ποσοστά και στα τρία αυτά στοιχεία εμφανίζονται για τις χώρες της Βόρεια και της Κεντρικής Αμερικής.

Επίσης στο Σχήμα 4.5 παρουσιάζονται οι βαθμολογίες ανά περιοχή από το υψηλότερο (αριστερά) στο χαμηλότερο (δεξιά) και επίσης κάτω από κάθε ράβδο αναγράφεται το όνομα της κάθε χώρας με τον κωδικό δύο γραμμάτων με βάση την ταξινόμηση ISO-2 Code. Η συνεχής γραμμή αντιπροσωπεύει την μέση βαθμολογία TTCI για τις χώρες της Αμερικής και η διακεκομμένη για όλες τις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στην έκθεση TTCI.



Σχήμα 4.5: (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.6 “Pillar Snapshot” εμφανίζεται ο μέσος όρος των βαθμολογιών ανά πυλώνα για τις χώρες της Αμερικής. Επίσης περιλαμβάνονται κάποιες ακόμα πληροφορίες όπως ένα μικρό βέλος που υποδεικνύει την αύξηση ή μείωση του αντίστοιχου πυλώνα συγκριτικά με το έτος 2017. Επιπλέον αναφέρεται στο σημείο «Top scorer» η χώρα με την υψηλότερη βαθμολογία στον συγκεκριμένο πυλώνα καθώς και ένα σύντομο σχόλιο για εκείνη, το οποίο σχετίζεται με την επίδοση της στο πυλώνα αυτό. Τέλος αναφέρεται στο σημείο «Most improved» η χώρα η οποία σημείωσε την μεγαλύτερη βελτίωση-πρόοδο στον συγκεκριμένο πυλώνα συγκριτικά με τα αποτελέσματα του 2017. Η χώρα που αξίζει να σημειωθεί είναι ο **Καναδάς** καθώς παρατηρείται ότι σημειώνει την μεγαλύτερη επίδοση σε τρεις πυλώνες, στον πυλώνα «**Ασφάλεια και Προστασία**», «**Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα**» και «**Υποδομές Αεροπορικών Μεταφορών**». Επίσης η χώρα που σημειώνει την μεγαλύτερη βελτίωση στους περισσότερους πυλώνες συγκριτικά με το έτος 2017 είναι το **Τρινιντάντ και Τομπάγκο**, και οι πυλώνες στους οποίους βελτιώθηκε είναι στον «**Υγεία και Υγιεινή**» και «**Προτεραιότητα Ταξιδιού και Τουρισμού (Travel and Tourism)**».

The Americas Pillar Snapshot





Σχήμα 4.6: Αποτελέσματα ανά πυλώνα (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.7 περιλαμβάνονται όλες οι χώρες της Αμερικής που λαμβάνουν μέρος στην έκθεση του TTCI, η πρώτη λίστα (Score) περιλαμβάνει τον Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού της εκάστοτε χώρας για το έτος 2019, η δεύτερη λίστα περιλαμβάνει την αλλαγή που υπέστη η κάθε χώρα στην θέση (rank) σε σχέση με το έτος 2017 και δίπλα το αντίστοιχο ποσοστό (Score Growth %) που δηλώνει πόσο αυξήθηκε ή μειώθηκε ο TTCI από το 2019 στο 2017. Η τρίτη λίστα περιλαμβάνει την διαφορά της βαθμολογίας της κάθε χώρας από τον μέσο όρο αναφοράς, στην πρώτη περίπτωση (Regional) δηλαδή όσον αφορά μόνο τις χώρες της Αμερικής και στην δεύτερη περίπτωση (Global) παγκοσμίως δηλαδή στις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στην έκθεση του TTCI.

The Americas TTCI 2019 Rankings

Global Rank	Economy	Score	DIFFERENCE FROM 2017		SCORE DIFF. FROM BENCHMARK AVG.	
			Rank	Score Growth (%)	Regional (%)	Global (%)
5	United States	5.3	1.0	2.6	35.4	36.6
9	Canada	5.1	0.0	1.6	30.1	31.3
19	Mexico	4.7	3.0	3.4	20.8	21.9
32	Brazil	4.5	-5.0	-0.8	14.8	15.8
41	Costa Rica	4.3	-3.0	1.0	10.0	10.9
47	Panama	4.2	-12.0	-4.0	8.0	9.0
49	Peru	4.2	3.0	3.1	7.4	8.3
50	Argentina	4.2	1.0	2.5	7.0	7.9
52	Chile	4.1	-3.0	0.9	5.6	6.6
55	Colombia	4.0	7.0	4.7	3.3	4.2
70	Ecuador	3.9	-10.0	-0.7	-0.4	0.4
73	Dominican Republic	3.8	3.0	4.5	-2.7	-1.9
74	Uruguay	3.8	3.0	4.2	-3.0	-2.1
76	Jamaica	3.7	-7.0	0.9	-3.4	-2.6
87	Trinidad and Tobago	3.6	-14.0	-2.4	-7.7	-6.9
90	Bolivia	3.5	9.0	4.7	-9.9	-9.1
91	Nicaragua	3.5	1.0	1.6	-10.0	-9.2
94	Honduras	3.5	-4.0	-0.1	-10.9	-10.2
99	Guatemala	3.4	-13.0	-3.2	-12.6	-11.8
108	El Salvador	3.2	-3.0	-0.7	-16.7	-16.0
109	Paraguay	3.2	3.0	3.2	-16.7	-16.0
117	Venezuela	3.1	-14.0	-4.6	-19.3	-18.6
133	Haiti	2.8	n/a	n/a	-28.9	-28.2

Source: World Economic Forum, 2019.

Σχήμα 4.7: Αποτελέσματα Αμερικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

4.5.2 Ασία-Ειρηνικός

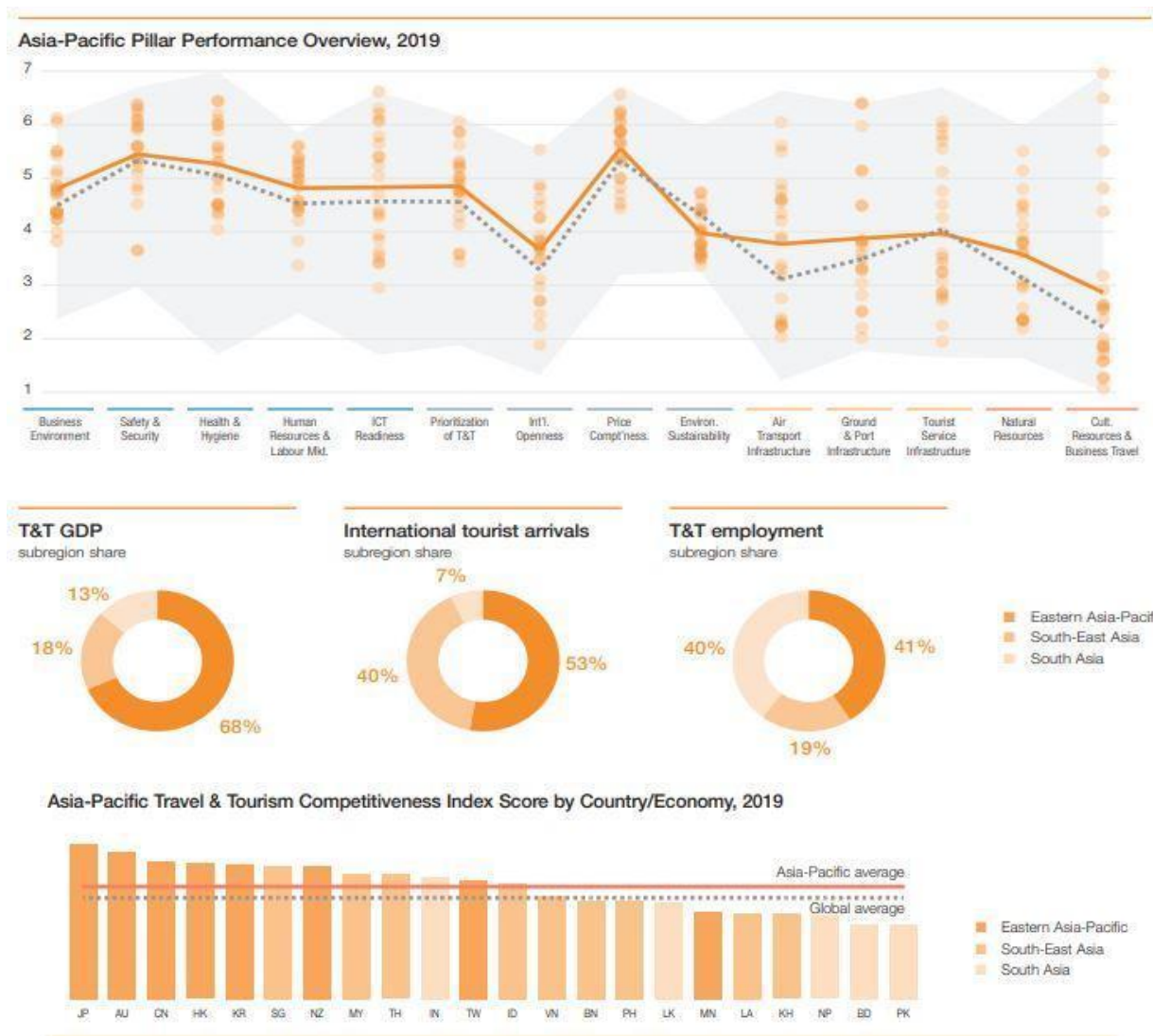
Όπως βλέπουμε οι τιμές 4,2 και 8,1% που εμφανίζονται είναι ο μέσος όρος του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας των χωρών που περιλαμβάνονται στην Ασία-Ειρηνικό, και το ποσοστό κατά το οποίο διαφέρει από τον συνολικό παγκόσμιο μέσο όρο όλων των χωρών αντίστοιχα. Επίσης στην συνέχεια παρουσιάζονται διάφορα σημαντικά στατιστικά στοιχεία στον πίνακα “Key indicators” όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.



Σχήμα 4.8: Key indicators – Ασία-Ειρηνικός (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.8 απεικονίζεται με συνεχή γραμμή η μέση τιμή των επιδόσεων των χωρών που περιλαμβάνονται στην Ασία-Ειρηνικό στον εκάστοτε πυλώνα και με διακεκομμένη η μέση τιμή για όλες τις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στον TTCI. Επίσης το σκιασμένο πλαίσιο αποτελεί τα όρια στα οποία κυμαίνονται οι τιμές των χωρών στους διάφορους αυτούς πυλώνες. Παρατηρείται επομένως ότι οι πυλώνες που εμφανίζουν τις καλύτερες επιδόσεις είναι οι εξής: (1) **Ανταγωνιστικότητα Τιμών**, (2) **Ασφάλεια και Προστασία** και (3) **Υγεία και Υγιεινή**.

Επιπλέον το Σχήμα 4.9 μας πληροφορεί για τα ποσοστά που καταλαμβάνουν οι περιοχές της Ασίας-Ειρηνικού (Eastern Asia-Pacific, South-East Asia, South Asia) στο ΑΕΠ από τον τουρισμό, τις διεθνείς αφίξεις και την απασχόληση στον τουρισμό. Όπως παρατηρούμε μεγαλύτερα ποσοστά και στα τρία αυτά στοιχεία εμφανίζονται για τις χώρες της Ανατολικής Ασίας-Ειρηνικού.



Σχήμα 4.9: Αποτελέσματα Ασία-Ειρηνικός (*The travel & tourism competitiveness 2019*)

Στο Σχήμα 4.10 εμφανίζεται ο μέσος όρος των βαθμολογιών ανά πυλώνα για τις χώρες της Ασίας-Ειρηνικού. Επίσης εμφανίζονται διάφορες επιπλέον πληροφορίες όπως αναφέρθηκε προηγουμένως. Η χώρα που αξίζει να σημειωθεί είναι το **Χονγκ Κονγκ** καθώς παρατηρείται ότι σημειώνει την μεγαλύτερη επίδοση σε τέσσερις πυλώνες, στον πυλώνα «**Επιχειρηματικό Περιβάλλον**», «**Ασφάλεια και Προστασία**», «**Ετοιμότητα Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας**». Επίσης η χώρα που σημειώνει την μεγαλύτερη βελτίωση στους περισσότερους πυλώνες συγκριτικά με το έτος 2017 είναι η **Ινδία**, και οι πυλώνες στους οποίους βελτιώθηκε είναι στο «**Επιχειρηματικό Περιβάλλον**» στον «**Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα**» και «**Πολιτιστικοί Πόροι και Επαγγελματικά Ταξίδια**».

Asia-Pacific Pillar Snapshot



Σχήμα 4.10: Αποτελέσματα ανά πυλώνα Ασία-Ειρηνικός (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.11 περιλαμβάνονται όλες οι χώρες της Ασίας-Ειρηνικού που λαμβάνουν μέρος στην έκθεση του TTCI, η πρώτη λίστα (Score) περιλαμβάνει τον Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού της εκάστοτε χώρας για το έτος 2019, η δεύτερη λίστα περιλαμβάνει την αλλαγή που υπέστη η κάθε χώρα στην θέση (rank) σε σχέση με το έτος 2017 και δίπλα το αντίστοιχο ποσοστό (Score Growth %) που δηλώνει πόσο αυξήθηκε ή μειώθηκε ο TTCI από το 2019 στο 2017. Η τρίτη λίστα περιλαμβάνει την διαφορά της βαθμολογίας της κάθε χώρας από τον μέσο όρο αναφοράς, στην πρώτη περίπτωση

(Regional) δηλαδή όσον αφορά μόνο τις χώρες της Ασίας-Ειρηνικού και στην δεύτερη περίπτωση (Global) παγκοσμίως δηλαδή στις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στην έκθεση του TTCI.

Asia-Pacific TTCI 2019 Rankings

Global Rank	Economy	Score	DIFFERENCE FROM 2017		SCORE DIFF. FROM BENCHMARK AVG.	
			Rank	Score Growth (%)	Regional (%)	Global (%)
4	Japan	5.4	0.0	2.1	29.1	39.6
7	Australia	5.1	0.0	0.8	23.6	33.6
13	China	4.9	2.0	3.2	17.2	26.7
14	Hong Kong SAR	4.8	-3.0	-1.1	15.7	25.1
16	Korea, Rep.	4.8	3.0	4.7	14.9	24.3
17	Singapore	4.8	-4.0	-2.0	14.4	23.7
18	New Zealand	4.7	-2.0	1.4	14.1	23.4
29	Malaysia	4.5	-3.0	0.4	8.5	17.3
31	Thailand	4.5	3.0	2.6	8.1	16.9
34	India	4.4	6.0	5.7	6.3	14.9
37	Taiwan, China	4.3	-7.0	-3.0	4.1	12.6
40	Indonesia	4.3	2.0	2.8	2.6	11.0
63	Viet Nam	3.9	4.0	3.4	-5.9	1.7
72	Brunei Darussalam	3.8	n/a	n/a	-9.1	-1.7
75	Philippines	3.8	5.0	4.2	-9.8	-2.5
77	Sri Lanka	3.7	-13.0	-2.3	-10.4	-3.2
93	Mongolia	3.5	9.0	4.8	-16.6	-9.8
97	Lao PDR	3.4	-3.0	0.4	-17.9	-11.2
98	Cambodia	3.4	3.0	2.4	-18.4	-11.8
102	Nepal	3.3	2.0	2.3	-19.5	-13.0
120	Bangladesh	3.1	5.0	7.3	-25.5	-19.4
121	Pakistan	3.1	3.0	7.1	-25.6	-19.5

Source: World Economic Forum, 2019.

Σχήμα 4.11: Αποτελέσματα Αμερικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

4.5.3 Ευρώπη και Ευρασία

Όπως βλέπουμε οι τιμές 4,3 και 11,1% που εμφανίζονται είναι ο μέσος όρος του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας των χωρών που περιλαμβάνονται στην Ευρώπη και Ευρασία, και το ποσοστό κατά το οποίο διαφέρει από τον συνολικό παγκόσμιο μέσο όρο όλων των χωρών αντίστοιχα. Επίσης στην συνέχεια παρουσιάζονται διάφορα σημαντικά στατιστικά στοιχεία στον πίνακα “Key indicators” όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.



Σχήμα 4.12: Key indicators – Ευρώπη και Ευρασία (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.13 απεικονίζεται με συνεχή γραμμή η μέση τιμή των επιδόσεων των χωρών που περιλαμβάνονται στην Ευρώπη-Ευρασία στον εκάστοτε πυλώνα και με διακεκομμένη η μέση τιμή για όλες τις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στον TTCL. Επίσης το σκιασμένο πλαίσιο αποτελεί τα όρια στα οποία κυμαίνονται οι τιμές των χωρών στους διάφορους αυτούς πυλώνες. Παρατηρείται επομένως ότι οι πυλώνες που εμφανίζουν τις καλύτερες επιδόσεις είναι οι εξής: (1) **Υγεία και Υγιεινή**, (2) **Ασφάλεια και Προστασία** και (3) **Ετοιμότητα Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας**.

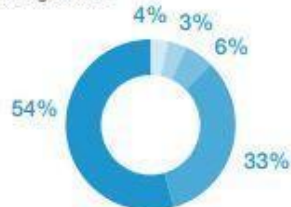
Επίσης το Σχήμα 4.13 μας πληροφορεί για τα ποσοστά που καταλαμβάνουν οι περιοχές της Ευρώπη και Ευρασία (Balkans and Eastern Europe, Eurasia, Northern Europe, Southern Europe, Western Europe) στο ΑΕΠ από τον τουρισμό, τις διεθνείς αφίξεις και την απασχόληση στον τουρισμό. Όπως παρατηρούμε μεγαλύτερα ποσοστά και στα τρία αυτά στοιχεία εμφανίζονται για τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Europe and Eurasia Pillar Performance Overview, 2019



T&T GDP

subregion share



International tourist arrivals

subregion share



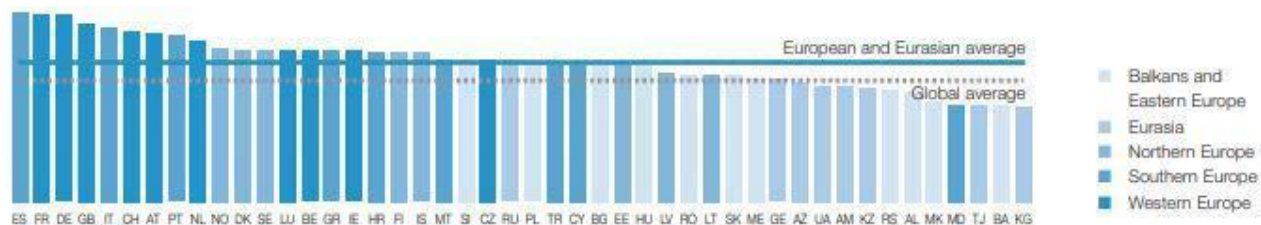
T&T employment

subregion share



■ Balkans and Eastern Europe
■ Eurasia
■ Northern Europe
■ Southern Europe
■ Western Europe

Europe and Eurasia Travel & Tourism Competitiveness Index Score by Country/Economy, 2019



Σχήμα 4.13: Αποτελέσματα Ευρώπη και Ευρασία (The travel & tourism competitiveness 2019)

Τέλος στο Σχήμα 4.14 εμφανίζεται ο μέσος όρος των βαθμολογιών ανά πυλώνα για τις χώρες της Ευρώπης και Ευρασίας. Επίσης εμφανίζονται διάφορες επιπλέον πληροφορίες όπως αναφέρθηκε προηγουμένως. Η χώρα που αξίζει να σημειωθεί είναι η **Ελβετία** καθώς παρατηρείται ότι σημειώνει την μεγαλύτερη επίδοση σε τρεις πυλώνες, στον πυλώνα «**Επιχειρηματικό Περιβάλλον**», «**Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα**», και «**Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας**», επίσης στον πυλώνα «**Ανταγωνιστικότητα Τιμών**» σημειώνει την μεγαλύτερη βελτίωση συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες.

Europe and Eurasia Pillar Snapshot



Σχήμα 4.14: Αποτελέσματα ανά πυλώνα Ευρώπης και Ευρασίας (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.15 περιλαμβάνονται όλες οι χώρες της Ευρώπης και Ευρασίας που λαμβάνουν μέρος στην έκθεση του TTCI, η πρώτη λίστα (Score) περιλαμβάνει τον Δείκτη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού της εκάστοτε χώρας για το έτος 2019, η δεύτερη λίστα περιλαμβάνει την αλλαγή που υπέστη η κάθε χώρα στην θέση (rank) σε σχέση με το έτος 2017 και δίπλα το αντίστοιχο ποσοστό (Score Growth %) που δηλώνει πόσο αυξήθηκε ή μειώθηκε ο TTCI από το 2019 στο 2017. Η τρίτη λίστα περιλαμβάνει την διαφορά της βαθμολογίας της κάθε χώρας από τον μέσο όρο αναφοράς, στην πρώτη περίπτωση (Regional) δηλαδή όσον αφορά μόνο τις χώρες της Ευρώπης και Ευρασίας και στην δεύτερη περίπτωση (Global) παγκοσμίως δηλαδή στις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στην έκθεση του TTCI.

Europe and Eurasia TTCI 2019 Rankings

Global Rank	Economy	Score	DIFFERENCE FROM 2017		SCORE DIFF. FROM BENCHMARK AVG.	
			Rank	Score Growth (%)	Regional (%)	Global (%)
1	Spain	5.4	0.0	0.3	27.3	41.4
2	France	5.4	0.0	1.5	26.5	40.4
3	Germany	5.4	0.0	2.0	26.1	40.0
6	United Kingdom	5.2	-1.0	-0.2	21.5	34.9
8	Italy	5.1	0.0	1.9	19.0	32.2
10	Switzerland	5.0	0.0	1.5	17.4	30.4
11	Austria	5.0	1.0	2.0	15.9	28.8
12	Portugal	4.9	2.0	3.2	14.5	27.2
15	Netherlands	4.8	3.0	3.2	12.1	24.5
20	Norway	4.6	-3.0	-1.4	7.5	19.4
21	Denmark	4.6	10.0	3.4	7.2	19.1
22	Sweden	4.6	-2.0	0.2	6.8	18.6
23	Luxembourg	4.6	5.0	1.4	6.6	18.4
24	Belgium	4.5	-3.0	0.1	6.4	18.2
25	Greece	4.5	0.0	0.9	6.4	18.1
26	Ireland	4.5	-3.0	0.3	6.2	18.0
27	Croatia	4.5	5.0	2.4	5.9	17.6
28	Finland	4.5	5.0	2.7	5.7	17.4
30	Iceland	4.5	-6.0	-0.4	5.3	17.0
35	Malta	4.4	1.0	1.9	2.0	13.3
36	Slovenia	4.3	5.0	3.9	1.7	13.0

38	Czech Republic	4.3	1.0	2.5	1.3	12.5
39	Russian Federation	4.3	4.0	4.0	1.0	12.2
42	Poland	4.2	4.0	3.1	-1.0	10.0
43	Turkey	4.2	1.0	2.0	-1.2	9.8
44	Cyprus	4.2	4.0	3.6	-1.3	9.6
45	Bulgaria	4.2	0.0	1.8	-1.4	9.5
46	Estonia	4.2	-9.0	-0.7	-1.8	9.1
48	Hungary	4.2	2.0	3.4	-1.9	9.0
53	Latvia	4.0	1.0	1.8	-5.4	5.0
56	Romania	4.0	12.0	5.7	-6.6	3.7
59	Lithuania	4.0	-3.0	1.5	-7.0	3.3
60	Slovak Republic	4.0	-2.0	2.0	-7.0	3.3
67	Montenegro	3.9	5.0	5.6	-8.9	1.1
68	Georgia	3.9	2.0	4.7	-9.3	0.7
71	Azerbaijan	3.8	0.0	2.7	-11.1	-1.3
78	Ukraine	3.7	10.0	6.5	-12.9	-3.2
79	Armenia	3.7	5.0	5.2	-13.2	-3.6
80	Kazakhstan	3.7	2.0	2.2	-14.1	-4.6
83	Serbia	3.6	12.0	7.2	-15.1	-5.7
86	Albania	3.6	12.0	6.9	-16.1	-6.8
101	North Macedonia	3.4	-12.0	-3.8	-21.4	-12.7
103	Moldova	3.3	14.0	6.4	-23.0	-14.5
104	Tajikistan	3.3	2.0	2.4	-23.1	-14.6
105	Bosnia and Herzegovina	3.3	8.0	5.2	-23.2	-14.7
110	Kyrgyz Republic	3.2	5.0	4.1	-24.4	-16.0

Source: World Economic Forum, 2019.

Σχήμα 4.15: Αποτελέσματα Ευρώπης και Ευρασίας (The travel & tourism competitiveness 2019)

4.5.4 Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική

Όπως βλέπουμε στο Σχήμα 4.16 οι τιμές 3,7 και -4,4% που εμφανίζονται είναι ο μέσος όρος του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας των χωρών που περιλαμβάνονται στην Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική και το ποσοστό κατά το οποίο διαφέρει από τον συνολικό παγκόσμιο μέσο όρο όλων των χωρών αντίστοιχα. Επίσης στην συνέχεια παρουσιάζονται διάφορα σημαντικά στατιστικά στοιχεία στον πίνακα “Key indicators” όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.

MENA

Average score Difference from global avg. of 3.8

3.7 -4.4%

Travel & Tourism Competitiveness Index 2019

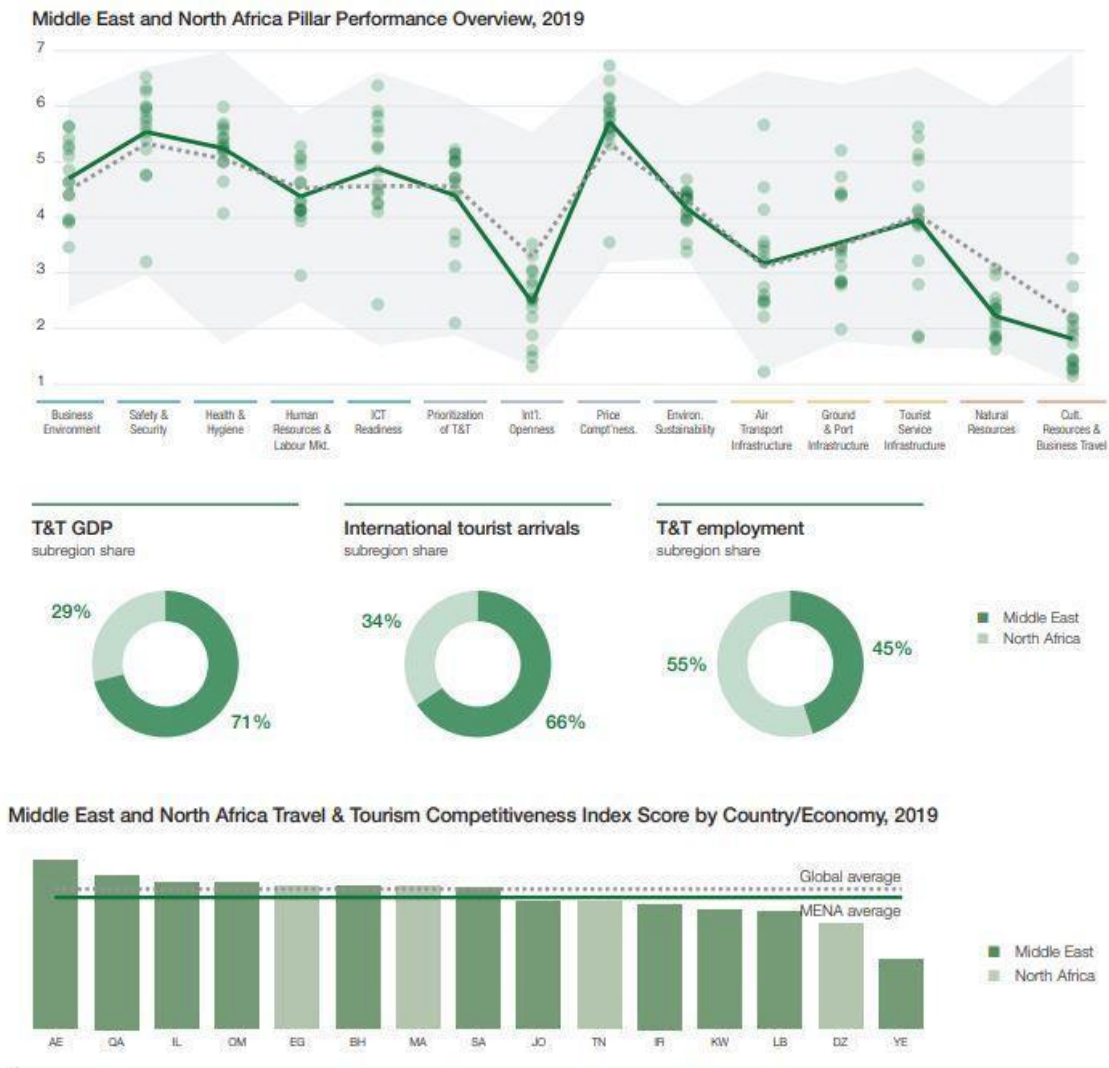
Key Indicators

International tourist arrivals (thousands)	84,658.4	Domestic spending (share of internal T&T spending)	42.0%
International tourism inbound receipts (US\$ millions)	84,323.5	Visitor spending (share of internal T&T spending)	58.0%
Average receipts per arrival (US\$)	996.0	T&T industry employment (thousands)	4,655.5
T&T industry GDP (US\$ millions)	119,434.4	% of total	4.0%
% of total	3.9%		

Σχήμα 4.16: Key indicators – Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.17 απεικονίζεται με συνεχή γραμμή η μέση τιμή των επιδόσεων των χωρών που περιλαμβάνονται στην Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική στον εκάστοτε πυλώνα και με διακεκομμένη η μέση τιμή για όλες τις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στον TTCI. Επίσης το σκιασμένο πλαίσιο αποτελεί τα όρια στα οποία κυμαίνονται οι τιμές των χωρών στους διάφορους αυτούς πυλώνες. Παρατηρείται επομένως ότι οι πυλώνες που εμφανίζουν τις καλύτερες επιδόσεις είναι οι εξής: (1)**Ανταγωνιστικότητα Τιμών**, (2)**Ασφάλεια και Προστασία** και (3)**Υγεία και Υγιεινή**.

Επίσης το Σχήμα 4.17 μας πληροφορεί για τα ποσοστά που καταλαμβάνουν οι περιοχές της Μέσης Ανατολή και Βόρεια Αφρική (Middle East, North Africa) στο ΑΕΠ από τον τουρισμό, τις διεθνείς αφίξεις και την απασχόληση στον τουρισμό. Όπως παρατηρούμε μεγαλύτερα ποσοστά στα δύο πρώτα στοιχεία εμφανίζουν οι χώρες της Μέσης Ανατολής ενώ για το τρίτο στοιχείο οι χώρες της Βόρειας Αφρικής.



Σχήμα 4.17: Αποτελέσματα Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.18 εμφανίζεται ο μέσος όρος των βαθμολογιών ανά πυλώνα για τις χώρες της Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής. Επίσης εμφανίζονται διάφορες επιπλέον πληροφορίες όπως αναφέρθηκε προηγουμένως. Η χώρα που αξίζει να σημειωθεί είναι τα **Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα** καθώς παρατηρείται ότι σημειώνει την μεγαλύτερη επίδοση σε τρεις πυλώνες, στον πυλώνα «Υποδομές Αεροπορικών Μεταφορών», «Ετοιμότητα Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνίας». Επίσης η χώρα που σημειώνει την μεγαλύτερη βελτίωση στους περισσότερους πυλώνες συγκριτικά με το έτος 2017 είναι η **Αίγυπτος**, και οι πυλώνες στους οποίους βελτιώθηκε είναι στον «Ασφάλεια και Προστασία» στον «Υποδομές Εδάφους και Λιμένων» και «Φυσικοί Πόροι».

MENA Pillar Snapshot



Σχήμα 4.18: Αποτελέσματα ανά πυλώνα Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.19 περιλαμβάνονται όλες οι χώρες της Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής που λαμβάνουν μέρος στην έκθεση του TCI, η πρώτη λίστα (Score) περιλαμβάνει τον Δείκτη

Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού της εκάστοτε χώρας για το έτος 2019, η δεύτερη λίστα περιλαμβάνει την αλλαγή που υπέστη η κάθε χώρα στην θέση (rank) σε σχέση με το έτος 2017 και δίπλα το αντίστοιχο ποσοστό (Score Growth %) που δηλώνει πόσο αυξήθηκε ή μειώθηκε ο TTCI από το 2017. Η τρίτη λίστα περιλαμβάνει την διαφορά της βαθμολογίας της κάθε χώρας από τον μέσο όρο αναφοράς, στην πρώτη περίπτωση (Regional) δηλαδή όσον αφορά μόνο τις χώρες της Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής και στην δεύτερη περίπτωση (Global) παγκοσμίως δηλαδή στις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στην έκθεση του TTCI.

Middle East and North Africa TTCI 2019 Scores

Global Rank	Economy	Score	DIFFERENCE FROM 2017		SCORE DIFF. FROM BENCHMARK AVG.	
			Rank	Score Growth (%)	Regional (%)	Global (%)
33	United Arab Emirates	4.4	-4.0	-1.3%	20.5	15.3
51	Qatar	4.1	-4.0	1.5%	12.4	7.5
57	Israel	4.0	4.0	3.6%	8.3	3.5
58	Oman	4.0	8.0	5.1%	8.1	3.4
64	Bahrain	3.9	-5.0	0.4%	6.2	1.5
65	Egypt	3.9	9.0	7.0%	5.9	1.3
66	Morocco	3.9	-1.0	2.2%	5.9	1.2
69	Saudi Arabia	3.9	-6.0	1.4%	5.3	0.7
84	Jordan	3.6	-9.0	-1.2%	-2.5	-6.7
85	Tunisia	3.6	2.0	2.4%	-2.5	-6.8
89	Iran, Islamic Rep.	3.5	4.0	3.4%	-3.7	-7.9
96	Kuwait	3.4	4.0	2.7%	-7.1	-11.1
100	Lebanon	3.4	-3.0	0.3%	-8.1	-12.1
116	Algeria	3.1	3.0	2.5%	-14.5	-18.2
140	Yemen	2.4	-4.0	-0.9%	-34.3	-37.2

Source: World Economic Forum, 2019.

Σχήμα 4.19: Αποτελέσματα Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

4.5.5 Υποσαχάρια Αφρική

Όπως βλέπουμε οι τιμές 3,1 και -18,9% που εμφανίζονται είναι ο μέσος όρος του Παγκόσμιου Δείκτη Ανταγωνιστικότητας των χωρών που περιλαμβάνονται στην Υποσαχάρια Αφρική και το ποσοστό κατά το οποίο διαφέρει από τον συνολικό παγκόσμιο μέσο όρο όλων των χωρών αντίστοιχα. Επίσης στην συνέχεια παρουσιάζονται διάφορα σημαντικά στατιστικά στοιχεία στον πίνακα “Key indicators” όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.

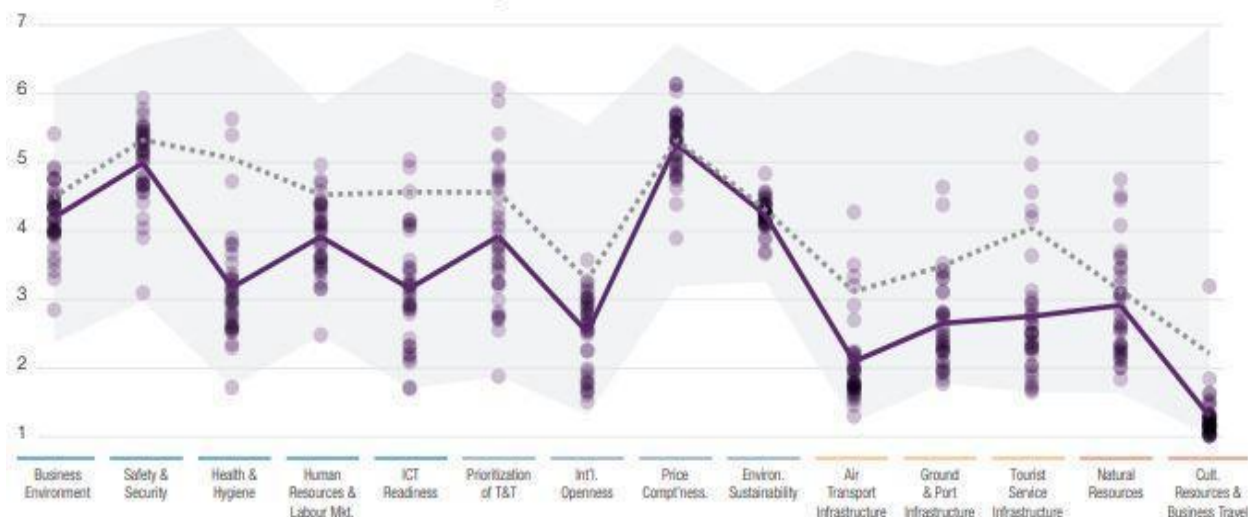


Σχήμα 4.20: Key indicators –Υποσαχάρια Αφρική (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.21 απεικονίζεται με συνεχή γραμμή η μέση τιμή των επιδόσεων των χωρών που περιλαμβάνονται στην Υποσαχάρια Αφρική στον εκάστοτε πυλώνα και με διακεκομμένη η μέση τιμή για όλες τις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στον TTCI. Επίσης το σκιασμένο πλαίσιο αποτελεί τα όρια στα οποία κυμαίνονται οι τιμές των χωρών στους διάφορους αυτούς πυλώνες. Παρατηρείται επομένως ότι οι πυλώνες που εμφανίζουν τις καλύτερες επιδόσεις είναι οι εξής: (1) **Ανταγωνιστικότητα Τιμών**, (2) **Ασφάλεια και Προστασία**, (3) **Επιχειρηματικό Περιβάλλον** και (4) **Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα**.

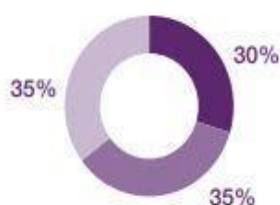
Επίσης το Σχήμα 4.21 μας πληροφορεί για τα ποσοστά που σημειώνουν οι περιοχές της Υποσαχάρια Αφρική (Eastern Africa, Southern Africa, Western Africa) στο ΑΕΠ από τον τουρισμό, τις διεθνείς αφίξεις και την απασχόληση στον τουρισμό. Όπως παρατηρούμε ίδιο ποσοστό (35%) στο ΑΕΠ εμφανίζουν οι χώρες της Δυτικής και Νότιας Υποσαχάριας Αφρικής και το υπόλοιπο ποσοστό οι χώρες της Ανατολικής Υποσαχάριας Αφρικής. Το μεγαλύτερο ποσοστό στις αφίξεις εμφανίζεται για τις χώρες της Νότιας Υποσαχάριας Αφρικής και τέλος όσον αφορά την απασχόληση μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζουν οι χώρες της Ανατολικής Υποσαχάριας Αφρικής.

Sub-Saharan Africa Pillar Performance Overview, 2019



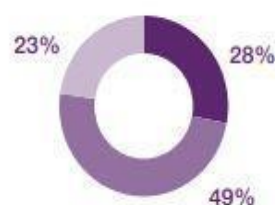
T&T GDP

subregion share



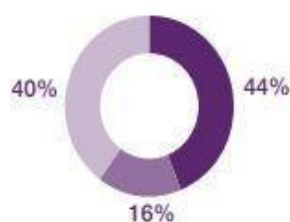
International tourist arrivals

subregion share



T&T employment

subregion share



■ Eastern Africa
■ Southern Africa
■ Western Africa

Sub-Saharan Africa Travel & Tourism Competitiveness Index Score by Country/Economy, 2019



Σχήμα 4.21: Αποτελέσματα Υποσαχάριας Αφρικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.22 εμφανίζεται ο μέσος όρος των βαθμολογιών ανά πυλώνα για τις χώρες της Υποσαχάριας Αφρικής. Επίσης εμφανίζονται διάφορες επιπλέον πληροφορίες όπως αναφέρθηκε προηγουμένως. Η χώρα που αξίζει να σημειωθεί είναι ο **Μαυρίκιος** καθώς παρατηρείται ότι σημειώνει την μεγαλύτερη επίδοση σε πέντε πυλώνες, στον πυλώνα «**Επιχειρηματικό Περιβάλλον**», «**Υγεία και Υγιεινή**», «**Ground and Port Infrastructure**», «**Προτεραιότητα Ταξιδιού και Τουρισμού**» και «**Διεθνής Διαφάνεια**». Επίσης οι χώρες που σημειώνουν την μεγαλύτερη βελτίωση στους περισσότερους πυλώνες συγκριτικά με το έτος 2017 είναι η **Σενεγάλη** η οποία βελτιώθηκε στους πυλώνες «**Ανταγωνιστικότητα Τιμών**» και «**Προτεραιότητα of T&T**», η **Σιέρα Λεόνε** στους πυλώνες «**Υποδομές Αεροπορικών Μεταφορών**» και «**Υποδομές Εδάφους και Διμμένων**» και το **Μπενίν** στους «**Φυσικοί Πόροι**» και «**Διεθνής Διαφάνεια**».

Sub-Saharan Africa Pillar Snapshot



Σχήμα 4.22: Αποτελέσματα ανά πυλώνα Υποσαχάριας Αφρικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

Στο Σχήμα 4.23 περιλαμβάνονται όλες οι χώρες της Υποσαχάριας Αφρικής που λαμβάνουν μέρος στην έκθεση του TTCl, η πρώτη λίστα (Score) περιλαμβάνει τον Δείκτη Ανταγωνιστικότητα

Τουρισμού της εκάστοτε χώρας για το έτος 2019, η δεύτερη λίστα περιλαμβάνει την αλλαγή που υπέστη η κάθε χώρα στην θέση (rank) σε σχέση με το έτος 2017 και δίπλα το αντίστοιχο ποσοστό (Score Growth %) που δηλώνει πόσο αυξήθηκε ή μειώθηκε ο TICI από το 2019 στο 2017. Η τρίτη λίστα περιλαμβάνει την διαφορά της βαθμολογίας της κάθε χώρας από τον μέσο όρο αναφοράς, στην πρώτη περίπτωση (Regional) δηλαδή όσον αφορά μόνο τις χώρες της Υποσαχάριας Αφρικής και στην δεύτερη περίπτωση (Global) παγκοσμίως δηλαδή στις 140 χώρες που περιλαμβάνονται στην έκθεση του TICI.

Sub-Saharan Africa TICI 2019 Rankings

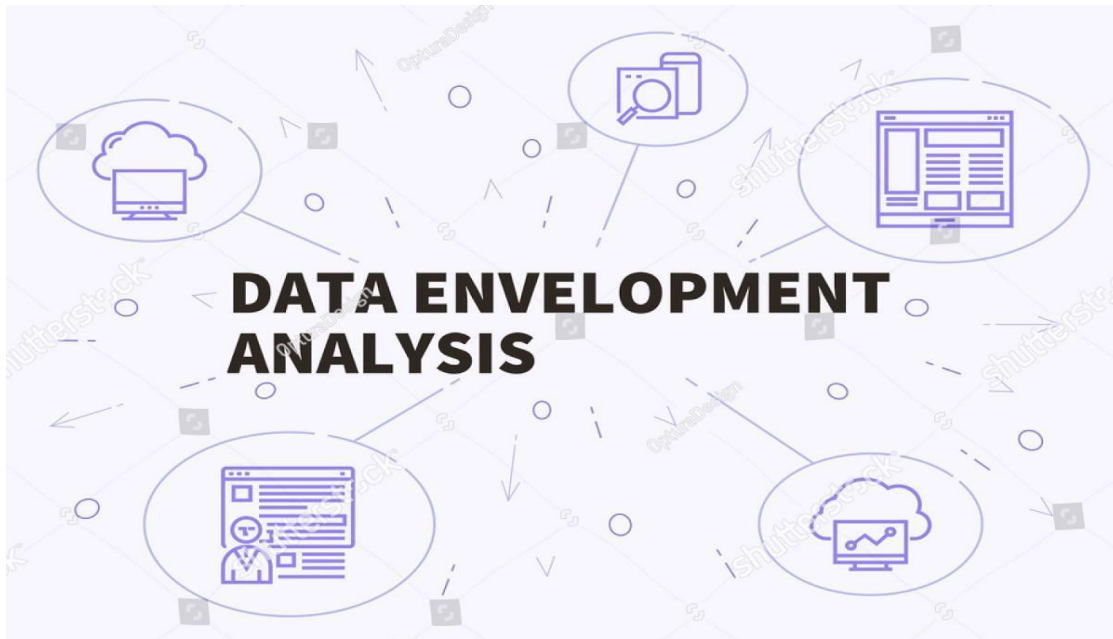
Global Rank	Economy	Score	DIFFERENCE FROM 2017		SCORE DIFF. FROM BENCHMARK AVG.	
			Rank	Score Growth (%)	Regional (%)	Global (%)
54	Mauritius	4.0	1.0	2.3	28.5	4.2
61	South Africa	4.0	-8.0	-1.2	27.3	3.2
62	Seychelles	3.9	n/a	n/a	25.9	2.1
81	Namibia	3.7	-3.0	1.7	17.5	-4.7
82	Kenya	3.6	-1.0	1.0	16.3	-5.7
88	Cape Verde	3.6	-5.0	-0.1	13.8	-7.7
92	Botswana	3.5	-7.0	-1.2	11.4	-9.6
96	Tanzania	3.4	-4.0	-0.5	10.0	-10.8
106	Senegal	3.3	4.0	3.8	4.5	-15.2
107	Rwanda	3.2	-11.0	-3.9	4.1	-15.5
111	Gambia, The	3.2	0.0	2.8	3.4	-16.1
112	Uganda	3.2	-5.0	-0.3	2.3	-17.0
113	Zambia	3.2	-5.0	-0.6	1.3	-17.8
114	Zimbabwe	3.2	0.0	1.2	1.0	-18.0

115	Ghana	3.1	5.0	3.4	0.9	-18.2
118	Eswatini	3.1	n/a	n/a	0.1	-18.8
119	Côte d'Ivoire	3.1	-10.0	-1.6	-0.2	-19.1
122	Ethiopia	3.0	-6.0	-2.4	-3.1	-21.4
123	Benin	3.0	4.0	6.3	-3.2	-21.5
124	Lesotho	3.0	4.0	6.4	-3.3	-21.5
125	Malawi	2.9	-2.0	0.7	-6.2	-23.9
126	Guinea	2.9	n/a	n/a	-6.4	-24.1
127	Mozambique	2.9	-5.0	-0.4	-6.7	-24.3
128	Cameroon	2.9	-2.0	0.7	-7.1	-24.7
129	Nigeria	2.8	0.0	0.0	-9.7	-26.8
130	Mali	2.8	0.0	0.8	-10.1	-27.1
131	Sierra Leone	2.8	0.0	3.4	-10.8	-27.6
132	Burkina Faso	2.8	n/a	n/a	-10.9	-27.7
134	Angola	2.7	n/a	n/a	-12.3	-28.9
135	Mauritania	2.7	-3.0	1.8	-13.9	-30.2
136	Congo, Democratic Rep.	2.7	-3.0	1.4	-14.3	-30.5
137	Burundi	2.7	-3.0	3.7	-14.8	-30.9
138	Liberia	2.6	n/a	n/a	-16.4	-32.2
139	Chad	2.5	-4.0	0.0	-19.1	-34.4

Source: World Economic Forum, 2019.

Σχήμα 4.23: Αποτελέσματα Υποσαχάριας Αφρικής (The travel & tourism competitiveness 2019)

Κεφάλαιο 5^ο: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΥΣΑ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ



5.1 Γενικά

Η Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων (Data Envelopment Analysis, DEA) είναι μια ευρέως διαδεδομένη μη παραμετρική μέθοδος, η οποία έχει ως κύριο στόχο την μέτρηση της αποδοτικότητας των υπό εξέταση παραγωγικών μονάδων ή αλλιώς μονάδων λήψης απόφασης (Decision Making Units, DMUs). Η παγκόσμια οικονομία χαρακτηρίζεται πλέον από υψηλή ανταγωνιστικότητα σε όλους τους τομείς, κάτι το οποίο απαιτεί την εύρεση τρόπων για την συνεχή βελτίωση τους. Για τη βελτίωση αυτή βασική προϋπόθεση αποτελεί η μέτρηση της αποδοτικότητας κάθε μονάδας, η οποία τεχνικά επιτυγχάνεται από ένα σύνολο στοχαστικών και νομοτελειακών διαδικασιών το οποίο ονομάζεται ανάλυση του ορίου αποδοτικότητας. Η Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων είναι μια μέθοδος γραμμικού προγραμματισμού η οποία έχει τη δυνατότητα να λαμβάνει υπόψη πολλαπλές εισροές και εκροές προκειμένου να εκτιμήσει την αποδοτικότητα των παραγωγικών μονάδων. Η μέθοδος παρουσιάστηκε για πρώτη φορά από τους Charnes, Cooper και Rhodes το 1978 σε μια μελέτη που πραγματοποίησαν με σκοπό την εκτίμηση της αποδοτικότητας μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Ωστόσο ως σημείο εκκίνησης της συγκεκριμένης μεθόδου θεωρείται το έργο του Michael Farrell (1957), ο οποίος προσπάθησε μέσα από το έργο του να εκτιμήσει την αποδοτικότητα παραγωγικών μονάδων. Επομένως η μέθοδος αυτή μπορεί να θεωρηθεί ως προέκταση της έννοιας της τεχνικής αποδοτικότητας, η οποία βασίστηκε στο αρχικό έργο του Farrell.

Σύμφωνα με τον Charnes (1978) ο οποίος αποτελεί έναν από τους πρώτους ερευνητές που ασχολήθηκαν με την μέθοδο DEA, οι μονάδες λήψης αποφάσεων έχουν την ικανότητα να μετασχηματίζουν τις εισόδους (inputs) σε εξόδους (outputs). Οι μονάδες τις οποίες εξετάζει η συγκεκριμένη μέθοδος θα πρέπει να διακρίνονται από κοινά στοιχεία και τρόπο λειτουργίας, να είναι ομοιογενείς επομένως μονάδες, έτσι ώστε να μπορούν να είναι συγκρίσιμες, μεταξύ τους όπως για παράδειγμα καταστήματα λιανικής πώλησης, νοσοκομεία, κυβερνητικοί οργανισμοί, πανεπιστήμια, χώρες κτλ. Το βασικό χαρακτηριστικό, που καθιστά αυτές τις μονάδες συγκρίσιμες σε κάθε περίπτωση είναι ότι εκτελούν την ίδια λειτουργία όσον αφορά τα είδη των πόρων που καταναλώνουν (εισροές-

inputs) και τα είδη που παράγουν (εκροές-outputs). Η συγκεκριμένη μέθοδος έχει εφαρμοστεί με επιτυχία σε ένα πλήθος διαφόρων τύπων οντοτήτων που εμπλέκονται σε μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων σε πολλά πλαίσια παγκοσμίως. Επίσης η μέθοδος DEA έχει εφαρμοστεί ως χρήσιμο εργαλείο σε αρκετούς τομείς όπως στην επιχειρησιακή έρευνα, τα οικονομικά, στην θεωρία λήψης αποφάσεων και κατ' επέκταση έχει υποστηρίξει πολυάριθμες εφαρμογές σε τομείς όπως είναι η βιομηχανία, η γεωργία, η εκπαίδευση κτλ. Με βάση το σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα που υπάρχει η συγκεκριμένη μέθοδος έχει καταφέρει να αποτελεί ένα ισχυρό αναλυτικό εργαλείο αξιολόγησης της αποδοτικότητας. Η απόδοση των μονάδων εκφράστηκε από τον Farrell με βάση τον δείκτη συνολικής παραγωγικότητας (total productivity factor) και υπολογίζεται ως ο λόγος των εκροών προς τις εισροές:

$$\text{Αποδοτικότητα} = \frac{\text{Συνολικές εκροές}}{\text{Συνολικές ροές}}$$

Σε συνέχεια του έργου του Farrell, οι Charnes, Cooper και Rhodes (1978) θεμελίωσαν την πολύ διαδεδομένη πλέον «Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων – Data Envelopment Analysis – DEA» εισάγοντας μια νέα τεχνική αποτίμησης της αποδοτικότητας. Η τεχνική αυτή είναι μία μη παραμετρική μέθοδος, βασισμένη σε μοντέλα γραμμικού προγραμματισμού, η οποία επιτυγχάνει να εκτιμήσει ποσοτικά την μέγιστη τιμή της σχετικής αποδοτικότητας των παραγωγικών μονάδων. Η Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων υποθέτει την ύπαρξη ενός συνόλου μονάδων παραγωγής, των Μονάδων Λήψης Απόφασης (Decision Making Units – DMUs) οι οποίες λειτουργούν σε ένα ενιαίο πλαίσιο, είναι όπως προαναφέρθηκε συγκρίσιμες, ομοιογενείς, καταναλώνουν τις ίδιες πολλαπλές εισροές και παράλληλα παράγουν τις ίδιες πολλαπλές εκροές.

Τόσο οι εισροές όσο και οι εκροές είναι ποικιλόμορφες, μετρήσιμες σε διαφορετικές συνήθως κλίμακες μέτρησης και οριζόμενες αναλόγως της φύσης του προβλήματος και της διαθεσιμότητας των δεδομένων. Οι εισροές αποτελούν «αγαθά» προς εξοικονόμηση (μικρότερα επίπεδα κατανάλωσης είναι περισσότερο επιθυμητά) οι δε εκροές «αγαθά» προς μεγιστοποίηση (μεγαλύτερα επίπεδα παραγωγής είναι περισσότερο επιθυμητά). Η ύπαρξη πολλαπλών εισροών και εκροών καθιστά τις συγκρίσεις των μονάδων δύσκολες χωρίς την χρήση ενός εργαλείου όπως είναι η μέθοδος DEA, δεδομένου ότι μια μονάδα είναι δυνατόν να υπερέχει έναντι άλλων σε μερικές μόνο εκροές αλλά ταυτόχρονα να υστερεί στις υπόλοιπες.

5.2 Μαθηματική ανάπτυξη

5.2.1 Το βασικό μοντέλο CCR

Σύμφωνα με την θεμελίωση της μεθόδου στην εργασία των Charnes, Cooper, Rhodes (1978) η **σχετική αποδοτικότητα** μιας μονάδας j_0 εκ των υπό αξιολόγηση μονάδων οι οποίες παράγουν $Y^j = (y_{1j}, y_{2j}, \dots, y_{sj})$ εκροές από $X^j = (x_{1j}, x_{2j}, \dots, x_{rj})$ εισροές ορίζεται ως η αναλογία $h_{j_0} = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0}}$, δηλαδή από το πηλίκο του σταθμισμένου αθροίσματος των εκροών προς το σταθμισμένο άθροισμα των εισροών. Οι συντελεστές στάθμισης u_r και v_i είναι άγνωστοι προς υπολογισμό παράμετροι ενώ οι τιμές των εισροών x_{ij} και των εκροών y_{rj} είναι γνωστές και εκφράζονται με ακριβείς πραγματικούς αριθμούς. Έτσι ο υπολογισμός της αποδοτικότητας h_{j_0} της μονάδας j_0 , με την προϋπόθεση ότι ισχύει η κλίμακα σταθερών αποδόσεων πραγματοποιείται από το παρακάτω μαθηματικό μοντέλο:

$$\max h_{j_0} = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0}} \quad \text{υπό τους περιορισμούς} \quad (5.1)$$

$$\frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0}} \leq 1, j = 1, 2, \dots, n$$

$$u_r, v_i \geq 0, \forall r, i$$

Σε αυτό ζητείται να εκτιμηθούν οι συντελεστές στάθμισης u_r και v_i οι τιμές των οποίων μεγιστοποιούν την τιμή της αποδοτικότητας της μονάδας j_0 . Το σύνολο των n περιορισμών $\frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0}} \leq 1$ φράσσει το πρόβλημα και εξασφαλίζει για όλες τις μονάδες ότι οι τιμές αποδοτικότητας θα είναι θετικές και μικρότερες μιας σταθεράς που συνήθως είναι η μονάδα, επιτυγχάνοντας με τον τρόπο αυτό συγκριτική εκτίμηση της αποδοτικότητας. Το μοντέλο (5.1) επιλύόμενο n φορές μια για κάθε μονάδα ξεχωριστά, υπολογίζει την τιμή της αποδοτικότητας της εκάστοτε υπό εκτίμησης μονάδας. Οι μονάδες εκείνες οι οποίες επιτυγχάνουν με μια τουλάχιστον βέλτιστη θετική λύση του προηγούμενου μοντέλου, έστω (u^*, v^*) με $u^* > 0$, $v^* > 0$, τιμή αποδοτικότητας ίση με 1 ($h_{j_0} = 1$) ορίζονται ως **αποδοτικές** (CCR-efficient) ενώ οι υπόλοιπες **μη αποδοτικές**. Προκειμένου να χαρακτηριστεί μια μονάδα ως αποδοτική, για την επίλυση του προβλήματος της, ο περιορισμός $u_r, v_i \geq 0$ αντικαθίσταται από τον περιορισμό $u_r, v_i \geq \varepsilon$ όπου ε είναι μια σταθερά. Η σταθερά αυτή ορίζεται ως ο μικρότερος δυνατός θετικός αριθμός (infinitesimal, non-Archimedean) (βλ. Ali Seiford (1993)) ο οποίος λαμβάνει πολύ μικρές τιμές της τάξης του 10^{-6} . Έτσι με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζονται για τις προς υπολογισμό μεταβλητές η τιμές τους να είναι μη μηδενικές θετικές τιμές. Οι παράγοντες u_r, y_{rj}, v_i, x_{ij} ονομάζονται **εικονικά βάρη** (virtual weights) ενώ τα σταθμισμένα αθροίσματα των συνολικών εισροών και εκροών **εικονικές εισροές** (virtual inputs) και **εικονικές εκροές** (virtual outputs) αντίστοιχα.

5.2.2 Δυϊκό μοντέλο CCR

Το πρόβλημα (5.1) είναι μη γραμμικό πρόβλημα και λαμβάνει την ισοδύναμη γραμμική μορφή (5.2) (βλ. Cooper, Seiford, Tone, 1999, p.24) με την βοήθεια αντιστρέψιμου μετασχηματισμού (ορισμός του παρονομαστή της αντικειμενικής συνάρτησης ίσου με 1 και μεταφορά του στους περιορισμούς). Επομένως προκύπτει το ακόλουθο γραμμικό πρόβλημα:

$$\max h_{j_0} = \sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0} \quad \text{υπό τους περιορισμούς} \quad (5.2)$$

$$\sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0} = 1$$

$$\sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0} - \sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0} \leq 0$$

$$u_r, v_i, \varepsilon \geq 0, \forall r, i$$

Προκύπτει επομένως αντί της μεγιστοποίησης του λόγου h_{j0} , να ζητείται η μεγιστοποίηση των εικονικών εκροών με την προϋπόθεση ότι οι εικονικές εισροές διατηρούνται σταθερές (ίσες με 1). Στο πρόβλημα αυτό οι τιμές y_{rj}, x_{ij} που εκφράζουν τις επιδόσεις των μονάδων στις εισροές/εκροές είναι γνωστοί πραγματικοί αριθμοί ενώ άγνωστες προς υπολογισμό είναι οι $m + s$ δηλαδή το πλήθος συντελεστών στάθμισης $u_r, v_i, 1 = 1, 2, \dots, m, r = 1, 2, \dots, s$.

Από την παρατήρηση ότι οι τιμές (u^*, v^*) της βέλτιστης λύσης στο γραμμικό πρόβλημα (5.2) μιας μη αποδοτικής μονάδας j καθιστούν αποδοτική τουλάχιστον μια άλλη μονάδα j_0 που προκύπτει το σύνολο $E_0 = \{j: \sum_{r=1}^s u_r^* y_{rj} = \sum_{i=1}^m v_i^* x_{ij}\}$ το οποίο ορίζεται ως **σύνολο αναφοράς** (reference set, peer group). Η μη επίτευξη της αποδοτικότητας της μονάδας j_0 οφείλεται στην ύπαρξη των μονάδων του συνόλου E_0 υπό την έννοια ότι οι επιδόσεις τους είναι εκείνες που αναγκάζουν την μονάδα j_0 να εμφανιστεί ως μη αποδοτική συγκριτικά με αυτές. Μια αποδοτική μονάδα είναι δυνατόν να εμφανίζεται στα σύνολα αναφοράς περισσότερων μη αποδοτικών μονάδων καθιστώντας με τον τρόπο αυτό την βέλτιστη λύση της μη μοναδική.

Σύμφωνα με την βασική θεωρία του γραμμικού προγραμματισμού στο πρόβλημα (5.2) αντιστοιχεί ένα δυϊκό πρόβλημα το οποίο προκύπτει από τον ακόλουθο πίνακα όπου σε κάθε περιορισμό του προβλήματος (5.2) αντιστοιχεί μια κύρια μεταβλητή του δυϊκού και αντιστρόφως.

Περιορισμός	Κύρια μεταβλητή	Κύρια μεταβλητή	Περιορισμός
$\sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0} = 1$	θ	$v \geq 0$	$\theta X^{j_0} - \lambda X^j \geq 0$
$\sum_{r=1}^s u_r y_{rj_0} - \sum_{i=1}^m v_i x_{ij_0} \leq 0$	$\lambda \in \mathbb{R}$	$u \geq 0$	$Y^{j_0} - \lambda Y^j \leq 0$

Από τον παραπάνω μετασχηματισμό, το δυϊκό πρόβλημα του (5.2) για τη μονάδα j είναι το εξής:

$$\begin{aligned} \max \theta^* &= \theta \\ \text{υπό τους περιορισμούς} & \\ \theta X^{j_0} - \lambda X^j &\geq 0 \\ Y^{j_0} - \lambda Y^j &\leq 0 \\ \lambda &\in \mathbb{R} \end{aligned} \tag{5.3}$$

Η μορφή (5.2) του μοντέλου Περιβάλλουσας Ανάλυσης ονομάζεται μορφή **πολλαπλασιαστών** (multipliers) αλλά και **αμυντική μορφή** (defensive LP model) διότι οι υπόλοιπες μονάδες, μέσω των τιμών των συντελεστών u, v υπερασπίζονται την αποδοτικότητά τους.

5.2.3 Διερεύνηση της αποδοτικότητας των μονάδων

Η μορφή (5.3) του γραμμικού προβλήματος, συγκρινόμενη με την μορφή (5.2) παρέχει την δυνατότητα περαιτέρω διερεύνησης της αποδοτικότητας των μονάδων. Συγκεκριμένα επιτρέπει για τα μη αποδοτικά σημεία ($\theta^* \leq 1$), την εκτίμηση της ελλείπουσας ποσότητας εκροών και της πλεονάζουσας ποσότητας εισροών προκειμένου αυτά να καταστούν αποδοτικά. Επιπλέον, κατηγοριοποιεί περαιτέρω τα αποδοτικά σημεία και παρέχει, μέσω του ορισμού του συνόλου αναφοράς τη δυνατότητα προσδιορισμού των σημείων εκείνων που κατά την συγκριτική αξιολόγηση αναγκάζουν ένα συγκεκριμένο σημείο να μην είναι αποδοτικό.

Παρατηρούμε ότι η επιπρόσθετη ποσότητα εισροών και η ελλείπουσα ποσότητα εκροών ενός σημείου j_0 από κάθε άλλο σημείο (X^j, Y^j) ορίζεται από τα διανύσματα των διαφορών $s^- = \theta X^{j_0} - \lambda X^j$ και $s^+ = \lambda Y^j - \theta Y^{j_0}$, $s^- \in \mathbb{R}^s$, $s^+ \in \mathbb{R}^m$, (slacks) για κάθε εφικτή λύση (θ, λ) του προβλήματος (5.3). Ειδικώς για την περίπτωση της βέλτιστης τιμής θ , οι διαφορές αυτές λαμβάνουν ποικίλες τιμές, μεταξύ αυτών και τις μέγιστες τιμές τους έστω s^{+*} , s^{-*} . Οι τιμές αυτές, για κάθε σημείο j είναι δυνατόν να προσδιοριστούν σε δεύτερο βήμα υπολογισμού, με κατάλληλο γραμμικό πρόγραμμα (βλ. Cooper, Seiford, Tone, 1999) το οποίο μεγιστοποιεί το άθροισμα $s^{+*} + s^{-*}$ διατηρώντας την βέλτιστη τιμή θ^* . Από την παρατήρηση ότι η τιμή $1 - \theta^*$ αντιστοιχεί στην μεγαλύτερη δυνατή αναλογία μείωσης των εισροών εφόσον το θ^* αντιστοιχεί στην ελάχιστη, προκύπτει ότι η διαφορά $\Delta X^{j_0} = (1 - \theta)X^{j_0} + s^{-*}$ είναι η ποσότητα κατά την οποία πρέπει να ελαττωθούν οι εισροές του μη αποδοτικού σημείου j_0 προκειμένου να καταστεί αποδοτικό. Ομοίως, η αντίστοιχη ποσότητα για τις εκροές είναι η $\Delta Y^{j_0} = s^{+*}$.

Τα σημεία τα οποία πληρούν τις συνθήκες:

- $\theta^* = 1$
- $s^{+*} = 0, s^{-*} = 0$

ονομάζονται σύμφωνα με τον ορισμό του Koopmans (1951), **πλήρως αποδοτικά** (CCR-efficient, radial efficient, fully efficient, Pareto-Koopmans efficient). Η δεύτερη συνθήκη προσδιορίζει τα σημεία εκείνα τα οποία δεν είναι δυνατόν να βελτιώσουν μία εισροή ή εκροή χωρίς να χειροτερέψουν τις επιδόσεις τους σε κάποια άλλη αντίστοιχα. Τα σημεία που πληρούν μόνο την πρώτη συνθήκη για τα οποία ισχύει $s^{+*} \neq 0$ και/ή $s^{-*} \neq 0$ ονομάζονται **ασθενώς αποδοτικά** (weak efficient). Στην περίπτωση αυτή το σύνολο αναφοράς ορίζεται ως $E_0 = \{j | \lambda_j^* > 0\}$ όπου λ^* είναι η βέλτιστη τιμή του λ η οποία προκύπτει από το γραμμικό πρόγραμμα προσδιορισμού των τιμών s^{+*} , s^{-*} . Αποδεικνύεται (βλ. Cooper, Seiford, Tone, 1999, p.48-50) ότι κάθε θετικός γραμμικός συνδυασμός των μονάδων του E_0 είναι επίσης αποδοτική μονάδα και ότι ο στόχος βελτίωσης ενός μη αποδοτικού σημείου προκύπτει ως γραμμικός συνδυασμός των μονάδων του συνόλου E_0 .

5.3 Όριο αποδοτικότητας

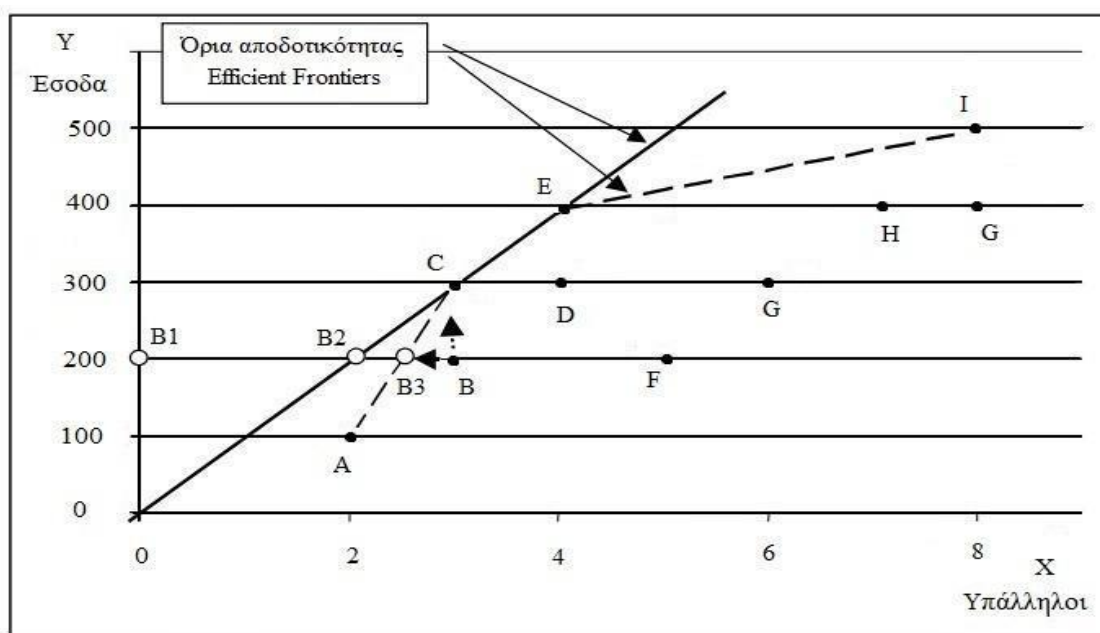
Για την κατανόηση του ορίου αποδοτικότητας της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων παραθέτουμε ένα απλό αριθμητικό και υποθετικό παράδειγμα το οποίο αξιολογεί 10 καταστήματα λιανικής πώλησης (A,B,C,...,K) με βάση μια εκροή και μία εισροή. Τα καταστήματα αυτά τίθενται προς αξιολόγηση της αποδοτικότητας τους με βάση τις επιδόσεις που σημειώνουν, όπου ως μοναδική **εισροή** (input) που εκφράζει τους πόρους των καταστημάτων θεωρούμε τον **αριθμό των υπαλλήλων** και ως μοναδική **εκροή** (output) τα συνολικά **έσοδα** που εισέπραξαν (σε ευρώ). Στον πίνακα που

ακολουθεί εμφανίζεται το σύνολο των δεδομένων των καταστημάτων τα οποία παίζουν τον ρόλο των προς αξιολόγηση επιχειρησιακών μονάδων. Υπολογίζεται ο λόγος των εκροών προς τις εισροές δηλαδή Έσοδα/Υπάλληλοι ο οποίος εκφράζει ποσοτικά την αποδοτικότητα της κάθε μονάδας.

Καταστήματα	A	B	C	D	E	F	G	H	I	K
Υπάλληλοι	2	3	3	4	4	5	6	7	8	8
Έσοδα	100	200	300	300	400	200	300	500	400	500
Έσοδα/Υπάλληλοι	50	66,6	100	75	100	40	50	71,4	50	62,5
Σχετική αποδοτικότητα	0,50	0,66	1	0,75	1	0,4	0,5	0,714	0,5	0,625

Η σχετική αποδοτικότητα είναι ο λόγος της αποδοτικότητας κάθε μονάδας ως προς την μέγιστη αποδοτικότητα (δηλ. στην συγκεκριμένη περίπτωση ως προς το 100) όπου εμφανίζεται στα καταστήματα C και E. Παρατηρούμε επομένως ότι οι μονάδες C και E είναι οι πλέον **αποδοτικές** με σχετική αποδοτικότητα ίση με την μονάδα.

Στην συνέχεια παρατίθενται τα παραπάνω δεδομένα του παραδείγματος σε ένα γράφημα με δύο άξονες X και Y οι οποίοι αναπαριστούν τους υπαλλήλους και τα έσοδα του εκάστοτε καταστήματος αντίστοιχα.



Η κλίση της ευθείας (γωνία με τον άξονα X) που συνδέει την αρχή των αξόνων και το κάθε σημείο, αναπαριστά τον λόγο Έσοδα/Υπάλληλοι δηλαδή την αποδοτικότητα της μονάδας. Όσο μεγαλύτερη είναι η κλίση αυτή τόσο μεγαλύτερη θεωρείται η αποδοτικότητα του κάθε καταστήματος. Επομένως παρατηρούμε και από το γράφημα ότι την μεγαλύτερη κλίση εμφανίζουν τα καταστήματα C και E τα οποία παρουσιάζουν αναλογικά τα μεγαλύτερα έσοδα σε σχέση με τον αριθμό των υπαλλήλων που διαθέτουν. Η ευθεία που διέρχεται από την αρχή των αξόνων και από τα σημεία με την μεγαλύτερη

σχετική αποδοτικότητα, τα οποία χαρακτηρίζονται ως αποδοτικά ονομάζεται **όριο αποδοτικότητας (efficient frontier)** και περιβάλλει τα σημεία που αντιστοιχούν σε όλες τις υπόλοιπες μονάδες με την έννοια ότι αυτά βρίσκονται δεξιά και κάτω από την ευθεία αυτή. Λόγω της ιδιότητας αυτής του ορίου να περιβάλλει το σύνολο των σημείων των μονάδων έχει δοθεί και το όνομα στην συγκεκριμένη μέθοδο (**Μέθοδος Περιβάλλουσας Ανάλυσης**). Ο χώρος των σημείων που περιβάλλεται από το όριο αποδοτικότητας ονομάζεται **σύνολο παραγωγικών δυνατοτήτων (production possibility set)**. Επιπλέον, όσον αφορά την τεθλασμένη γραμμή ACEI που εμφανίζεται ως διακεκομμένη, αποτελεί επίσης όριο αποδοτικότητας το οποίο όμως στην συγκεκριμένη περίπτωση αντιστοιχεί στην περίπτωση **μεταβαλλόμενης κλίμακας αποδόσεων** η οποία παρουσιάζεται στην συνέχεια.

Το όριο αποδοτικότητας εξυπηρετεί την οριοθέτηση στόχων και αποτελεί σημείο αναφοράς μέτρησης (benchmark) για τις μη αποδοτικές μονάδες. Η απόσταση μιας μη αποδοτικής μονάδας από το όριο αποδοτικότητας εκφράζει σε ποιο βαθμό αυτή μπορεί να βελτιωθεί προκειμένου να καταστεί αποδοτική. Τα σημεία προβολής των μη αποδοτικών μονάδων επί του ορίου αποδοτικότητας αποτελούν στόχους για την επίτευξη της αποδοτικότητας. Στο χώρο των δύο διαστάσεων όπως του παραδείγματος κάθε μη αποδοτική μονάδα καθίσταται αποδοτική με δύο ισοδύναμους τρόπους: είτε με **προσανατολισμό εισροών (input orientation)**, μειώνοντας τις εισροές της διατηρώντας σταθερές τις εκροές της, είτε με **προσανατολισμό εκροών (output orientation)**, αυξάνοντας τις εκροές της διατηρώντας σταθερές τις εισροές της. Για παράδειγμα η μη αποδοτική μονάδα Β προβάλλεται επί του ορίου αποδοτικότητας στα σημεία B2(2,200) και C(3,300) τα οποία αντιστοιχούν σε μείωση των εισροών κατά 1 και αύξηση των εκροών κατά 100 μονάδες αντίστοιχα. Τα σημεία B2 και C αποτελούν μονάδες “στόχους” για την μονάδα Β και ονομάζονται **εικονικές μονάδες (virtual DMUs)**. Στις περιπτώσεις όπου μια μονάδα βελτιώνει τις επιδόσεις της και καθίσταται αποδοτική, η σχετική αποδοτικότητα των υπολοίπων μεταβάλλεται.

Η απεικόνιση του ορίου αποδοτικότητας που παρουσιάζεται στο γράφημα με έντονη ευθεία γραμμή, στηρίζεται στην υπόθεση της **κλίμακας σταθερών σημείων (Constant Return to Scale – CRS)**. Σύμφωνα με αυτήν, με κάθε μεταβολή της εισροής x κατά ένα σταθερό παράγοντα λ (από x σε λx) η εκροή y μεταβάλλεται κατά τον ίδιο παράγοντα (από y σε λy). Όμως η υπόθεση της κλίμακας των σταθερών αποδόσεων δεν ισχύει πάντοτε σε όλες τις εφαρμογές. Σε άλλες περιπτώσεις, η φύση του προβλήματος επιτρέπει στις μονάδες να μην δεσμεύουν τις εκροές τους. Οι περιπτώσεις αυτές αντιστοιχούν στην **κλίμακα μεταβαλλόμενων αποδόσεων (Variable Return to Scale – VRS)** κατά την οποία το όριο αποδοτικότητας ορίζεται από την κυρτή τεθλασμένη γραμμή ACEI και ως αποδοτικές εμφανίζονται πλέον και οι μονάδες Α και Ι. Πιο συγκεκριμένα το τμήμα AB αντιστοιχεί σε **κλίμακα αυξανόμενων αποδόσεων (IRS- μικρές αυξήσεις στις εισροές συνεπάγονται μεγαλύτερης κλίμακας αυξήσεις επί των εκροών)** ενώ το τμήμα EI σε κλίμακα **μειούμενων αποδόσεων (DRS-αυξήσεις επί των εισροών συνεπάγονται μικρότερης κλίμακας αυξήσεις επί των εκροών)**. Η μη αποδοτική μονάδα C προβάλλεται επί του νέου ορίου αποδοτικότητας στο σημείο B3 αντί του B2 στην περίπτωση σταθερής κλίμακας αποδόσεων. Οι μονάδες Β, B2 και B3 παράγουν όλες το ίδιο επίπεδο εκροής και διαφέρουν μόνο κατά το επίπεδο εισροής που καταναλώνουν. Ως αποδοτικότητα του σημείου Β, με την υπόθεση προσανατολισμού εισροών, ορίζεται ο λόγος μείωσης των εισροών μέχρις του ορίου αποδοτικότητας δηλαδή ο $(B1B2)/(B1B)$. Σημειώνεται ότι στην περίπτωση μεταβαλλόμενης κλίμακας αποδόσεων, η τιμή της αποδοτικότητας μεταβάλλεται στις περιπτώσεις διαφορετικού προσανατολισμού εισροών και εκροών, σε αντίθεση με τη σταθερή κλίμακα αποδόσεων όπου η τιμή της αποδοτικότητας παραμένει η ίδια ανεξαρτήτως του προσανατολισμού. Αυτό φαίνεται στην περίπτωση της μονάδας Β η οποία για προσανατολισμό εκροών προβάλλεται επί του τμήματος του ορίου αποδοτικότητας σταθερής κλίμακας αποδόσεων στο

σημείο C, ενώ για προσανατολισμό εισροών προβάλλεται επί του ορίου μεταβαλλόμενης κλίμακας αποδόσεων B3. Στην περίπτωση αυτή η αποδοτικότητα είναι ο λόγος ($B1B3/B1B$).

5.4 Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της μεθόδου

Πλεονεκτήματα της μεθόδου.

Η μέθοδος της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων αποτελεί μια εύχρηστη μέθοδο εξαιτίας των διαφόρων πλεονεκτημάτων που την διακρίνουν. Ένα βασικό πλεονέκτημα της μεθόδου είναι η ικανότητα της να διαχειρίζεται έναν μεγάλο όγκο δεδομένων. Είναι σαφώς πολύ σημαντικό σε μια ανάλυση να υπάρχει η δυνατότητα να συμπεριληφθούν πολλαπλά δεδομένα σε αυτήν, διότι αυτό θα διευρύνει την εικόνα που έχουμε για την εκάστοτε μονάδα λήψης αποφάσεων που μελετάμε εφόσον λαμβάνονται υπόψη περισσότερες πληροφορίες. Ένα επιπλέον πλεονέκτημα είναι το γεγονός ότι η συγκεκριμένη μέθοδος σε σύγκριση με άλλες μεθόδους δεν προϋποθέτει εκ των προτέρων την θέσπιση βαρών στις εισροές και εκροές που χρησιμοποιεί και επίσης ως μη παραμετρική μέθοδος δεν απαιτεί τον καθορισμό κάποιας σχέσης μέσω της οποίας οι εισροές μετατρέπονται σε εκροές. Εξίσου σημαντικό πλεονέκτημα της μεθόδου είναι το γεγονός ότι έχει την ικανότητα να προσδιορίσει τις δυνατότητες βελτίωσης για κάθε μονάδα λήψης αποφάσεων η οποία είναι αναποτελεσματική. Ένα ακόμη πλεονέκτημα αφορά τις μονάδες μέτρησης των εισροών και εκροών όπου μπορούν να είναι διαφορετικές μεταξύ τους και επομένως να μην περιορίζεται το πρόβλημα με την επιβολή δεδομένων μόνο με ίδιες μονάδες μέτρησης. Επιπλέον η μέθοδος απαιτεί λίγες παραδοχές για την επίλυση του προβλήματος, το οποίο την καθιστά ιδιαίτερα χρήσιμη σε περιπτώσεις όπου είναι πολύπλοκη η φύση και η σχέση μεταξύ των εισροών και εκροών. Τέλος η μέθοδος χρησιμοποιεί κοινές μεθόδους γραμμικού προγραμματισμού και προβάλλει τις βελτιώσεις τις οποίες μπορεί να πραγματοποιήσει μια μονάδα ούτως ώστε να γίνει και εκείνη αποδοτική.

Μειονεκτήματα της μεθόδου.

Είναι γνωστό ότι όπως κάθε μέθοδος έχει και τα μειονεκτήματα της, έτσι και η μέθοδος της Περιβάλλουσας Ανάλυσης εμφανίζει κάποια μειονεκτήματα τα οποία θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την σωστότερη διεκπεραίωση της ανάλυσης. Ένα κρίσιμο σημείο της ανάλυσης είναι το γεγονός ότι ο υπολογισμός που πραγματοποιείται αφορά τις τιμές της σχετικής αποδοτικότητας καθώς γίνεται σύγκριση μεταξύ των μονάδων λήψης απόφασης που έχουμε συμπεριλάβει στην μέθοδο. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ότι αναλόγως με τις μονάδες του δείγματος βγαίνουν και τα αντίστοιχα αποτελέσματα, για παράδειγμα ενδεχομένως κάποιες αποδοτικές μονάδες να αποδίδουν μέτρια στην πραγματικότητα ανεξαιρέτως ότι χαρακτηρίζονται αποδοτικές με αποτέλεσμα να μην μπορούν να γενικευτούν. Επίσης στην συγκεκριμένη μέθοδο οι εξωτερικοί παράγοντες δεν λαμβάνονται υπόψη και επιπλέον το περιβάλλον θεωρείται αμετάβλητος. Κατά μια έννοια η συγκεκριμένη ανάλυση λειτουργεί ως ένα κλειστό σύστημα το οποίο δεν επηρεάζεται από τις εξελίξεις της πραγματικής ζωής και κατ' επέκταση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ



6.1 Δεδομένα

Πραγματοποιώντας την ανάλυση της συγκεκριμένης εργασίας, τίθεται ως κύριος στόχος η αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας των μονάδων λήψης απόφασης στα πλαίσια του τουρισμού. Ως μονάδα λήψης απόφασης λαμβάνονται ομοιογενείς μονάδες οι οποίες έχουν την δυνατότητα να είναι συγκρίσιμες μεταξύ τους όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Τις μονάδες αυτές αποτελούν οι χώρες για τις οποίες γίνεται η προσπάθεια αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας τους. Οι χώρες αυτές περιλαμβάνονται και στον Παγκόσμιο Δείκτη Ανταγωνιστικότητας του Τουρισμού και είναι οι εξής:

Πίνακας 6.1: Μονάδες Λήψης Αποφάσεων – Χώρες TTCI

Albania	Cape Verde	Germany	Kyrgyz	Nigeria	South Africa
Algeria	Chad	Ghana	Lao	North Macedonia	Spain
Angola	Chile	Greece	Latvia	Norway	Sri Lanka
Argentina	China	Guinea	Lesotho	Oman	Sweden
Armenia	Colombia	Guatemala	Lebanon	Pakistan	Switzerland
Australia	Congo Democratic Rep	Haiti	Lithuania	Panama	Taiwan China
Austria	Costa Rica	Honduras	Luxembourg	Paraguay	Tajikistan

Azerbaijan	Cote d'Ivoire	Hong Kong SAR	Malawi	Peru	Tanzania
Bahrain	Croatia	Hungary	Malaysia	Philippines	Thailand
Bangladesh	Cyprus	Iceland	Mali	Poland	Trinidad and Tobago
Belgium	Czech Rep	India	Malta	Portugal	Tunisia
Benin	Denmark	Indonesia	Mauritius	Qatar	Turkey
Bolivia	Dominican Rep	Iran Islamic Rep	Mexico	Romania	Uganda
Bosnia and Herzegovina	Ecuador	Ireland	Moldova	Russian Federation	Ukraine
Botswana	Egypt	Israel	Mongolia	Rwanda	United Arab Emirates
Brazil	El Salvador	Italy	Montenegro	Saudi Arabia	United Kingdom
Brunei Darussalam	Estonia	Jamaica	Morocco	Senegal	United States
Bulgaria	Eswatini	Japan	Mozambique	Serbia	Uruguay
Burundi	Ethiopia	Jordan	Namibia	Sierra Leone	Venezuela
Burkina Faso	Finland	Kazakhstan	Nepal	Seychelles	Viet Nam
Cambodia	France	Kenya	Netherlands	Sierra Leone	Yemen
Cameroon	Gambia	Korea Rep	New Zealand	Slovak Rep	Zambia
Canada	Georgia	Kuwait	Nicaragua	Slovenia	Zimbabwe

6.2 Εναλλακτικά μοντέλα

6.2.1 Ολικό μοντέλο

Αρχικά το πρώτο μοντέλο που πραγματοποιήθηκε στην συγκεκριμένη εργασία είναι το ολικό μοντέλο το οποίο είχε ως στόχο την προσέγγιση της ανάλυσης από μια ολιστική σκοπιά στις επιδόσεις των χωρών που επιλέχθηκαν. Έτσι το μοντέλο αυτό προσεγγίζει την έννοια της αποδοτικότητας των χωρών λαμβάνοντας υπόψη τέσσερις κύριες κατηγορίες που αποτελούν και τους βασικούς υποδείκτες του TTCI. Στο συγκεκριμένο μοντέλο επομένως χρησιμοποιήθηκαν ως **εισροές** οι βασικοί υποδείκτες του TTCI οι οποίοι είναι οι εξής:

1. Ευνοϊκό περιβάλλον.
2. Πολιτική και υπάρχουσες συνθήκες στον τουρισμό.
3. Υποδομές.

4. Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι.

Ως **εκροές** χρησιμοποιήθηκαν τρία δεδομένα τα οποία είναι κοινά για όλα τα μοντέλα και είναι τα εξής:

1. Έσοδα από τον τουρισμό
2. Αφίξεις
3. Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ.

6.2.2 Ευνοϊκό περιβάλλον

Το **1^ο Μοντέλο για ευνοϊκό περιβάλλον** αναφέρεται στους τομείς που σχετίζονται με τον πρώτο βασικό υποδείκτη του ΤΤCI δηλαδή το ευνοϊκό περιβάλλον. Στόχος του συγκεκριμένου μοντέλου είναι να μετρηθεί η αποδοτικότητα των χωρών με βάση τις επιδόσεις τους σε βασικούς τομείς που διέπουν μια οικονομία και αποτελούν απαραίτητα στοιχεία για την ομαλή λειτουργία της. Στο μοντέλο αυτό οι **εισροές** που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι εξής:

1. Επιχειρηματικό περιβάλλον
2. Ασφάλεια και Προστασία.
3. Υγεία και Υγιεινή
4. Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας
5. Ετοιμότητα τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας

Το **Ευνοϊκό περιβάλλον (2^ο μοντέλο)** αναφέρεται στους τομείς που σχετίζονται με τον πρώτο υποδείκτη του ΤΤCI όπως προηγουμένως, με την διαφορά ότι εστιάζει σε πιο συγκεκριμένα μετρήσιμα δεδομένα και διαδικασίες που περιέχονται στο επιχειρηματικό περιβάλλον, το ανθρώπινο δυναμικό και αγορά εργασίας καθώς και την ετοιμότητα τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας. Στο μοντέλο αυτό οι **εισροές** που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι εξής:

1. Αριθμός ημερών για την έναρξη μιας επιχείρησης
2. Κόστος για την έναρξη μιας επιχείρησης
3. Αντίκτυπος των κανόνων στις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις
4. Έκταση της εταιρικής δραστηριότητας
5. Συνολικός φορολογικός συντελεστής
6. Έκταση της εκπαίδευσης του προσωπικού
7. Μεταχείριση των πελατών
8. Ευκολία εύρεσης ειδικευμένων υπαλλήλων
9. Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων
10. Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών

6.2.3 Ταξιδιωτική πολιτική

Το **Ταξιδιωτική πολιτική (1^ο μοντέλο)** αναφέρεται στους τομείς που σχετίζονται με τον δεύτερο βασικό υποδείκτη του TTCI δηλαδή με την ταξιδιωτική πολιτική. Κάθε χώρα ακολουθεί την δικιά της ταξιδιωτική πολιτική η οποία ορίζεται από ένα πλήθος πραγμάτων. Η ταξιδιωτική πολιτική που ακολουθεί η εκάστοτε χώρα επεκτείνεται από τους κανονισμούς και τις νομοθεσίες, μέχρι τα πλαίσια μέσα στα οποία κινούνται οι τιμές σε υλικά αγαθά και υπηρεσίες που συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό. Στο μοντέλο αυτό οι **εισροές** που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι εξής:

1. Προτεραιότητα στον τομέα Ταξιδιού και Τουρισμού
2. Διεθνής Διαφάνεια
3. Ανταγωνιστικότητα τιμών
4. Περιβαλλοντική βιωσιμότητα

Το **Ταξιδιωτική πολιτική (2^ο μοντέλο)** αναφέρεται στους τομείς που σχετίζονται με τον δεύτερο βασικό υποδείκτη του TTCI δηλαδή με την ταξιδιωτική πολιτική. Στο μοντέλο αυτό οι **εισροές** που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι εξής:

1. Προτεραιότητα της κυβέρνησης για τον τομέα του Τουρισμού
2. Αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ και του «branding» για την προσέλκυση τουριστών
3. Αξιολόγηση στρατηγικής επωνυμίας χώρας
4. Απαιτήσεις θεώρησης εισόδου (visa)
5. Φόροι εισιτηρίων και αεροπορικές χρεώσεις
6. Κυβερνητικές δαπάνες T&T
7. Διαφάνεια των διμερών συμφωνιών αεροπορικών μεταφορών

6.2.4 Φυσικοί, πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια

Το **1^ο Μοντέλο για φυσικούς, πολιτιστικούς πόρους και επαγγελματικά ταξίδια** αναφέρεται στους τομείς που σχετίζονται με τον τέταρτο βασικό υποδείκτη του TTCI δηλαδή για τους φυσικούς, πολιτιστικούς πόρους και τα επαγγελματικά ταξίδια. Στο μοντέλο αυτό οι **εισροές** που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι εξής:

1. Φυσικοί πόροι
2. Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια

6.3 Εφαρμογή της μεθόδου DEA

Για την εφαρμογή της μεθόδου DEA χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα “OSDEA GUI” το οποίο αποτελεί ένα εργαλείο για την πραγματοποίηση της Μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αποτελείται από ένα φιλικό προς τον χρήστη περιβάλλον, παρέχοντας την δυνατότητα εφαρμογής διαφόρων μοντέλων DEA. Η εισαγωγή των δεδομένων γίνεται μέσω ενός αρχείου το οποίο περιέχει όλες τις μονάδες λήψης αποφάσεων καθώς και τα αντίστοιχα inputs και outputs του κάθε μοντέλου. Το αρχείο αυτό υλοποιήθηκε αρχικά σε υπολογιστικό φύλλο Excel και έπειτα έγινε η μετατροπή του σε CSV(Comma Separated Values) το οποίο και αναγνωρίζει το

συγκεκριμένο πρόγραμμα. Μετά την εισαγωγή των δεδομένων μέσω του αρχείου ο χρήστης καλείται να προσδιορίσει τις μεταβλητές σε input και output καθώς και να επιλέξει το μοντέλο το οποίο επιθυμεί να υλοποιήσει. Στην συγκεκριμένη διπλωματική εργασία χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο “input oriented”. Τέλος δίνεται η δυνατότητα πραγματοποίησης της επιλογής «Solve Problem» η οποία υλοποιεί την εκκίνηση της διαδικασίας επίλυσης, καταλήγοντας στα ανάλογα αποτελέσματα.

6.4 Αποτελέσματα

Πραγματοποιώντας την Μέθοδο της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων προκύπτουν τα αποτελέσματα κατά τα οποία αναδεικνύονται οι χώρες οι οποίες χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές. Το γεγονός αυτό στα πλαίσια της συγκεκριμένης εργασίας προσδίδει την ιδιότητα στις εκάστοτε χώρες να εμφανίζονται περισσότερο ανταγωνιστικές έναντι των υπολοίπων. Η ανταγωνιστικότητα κάθε χώρας λαμβάνοντας υπ’ όψιν το μοντέλο για το οποίο γίνεται η ανάλυση μετράται με βάση συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και κατά συνέπεια διαμορφώνονται αναλόγως.

6.4.1 Ολικό μοντέλο

Στα αποτελέσματα της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των χωρών, που προέκυψαν από την εφαρμογή της μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων για το ολικό μοντέλο αναδεικνύονται ως αποδοτικές οι εξής χώρες:

Χώρες	Αποδοτικότητα
Ισπανία	1
Γαλλία	1
ΗΠΑ	1
Ταϊλάνδη	1

Οι συγκεκριμένες χώρες, οι οποίες έπειτα από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές, σημείωσαν τις παρακάτω βαθμολογίες (στην έκθεση για τον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, TTCI) σε κάθε μία από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για την υλοποίηση του ολικού μοντέλου. Οι βαθμολογίες αυτές είναι οι εξής:

INPUTS\ΧΩΡΕΣ	Ισπανία	Γαλλία	ΗΠΑ	Ταϊλάνδη
Ευνοϊκό περιβάλλον	5,5	5,6	5,8	5
Πολιτική και υπάρχουσες συνθήκες	4,9	4,8	4,6	4,6
Υποδομές	5,6	5,4	5,8	4,6
Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι	5,7	5,9	4,9	3,7

Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα για το ποια χώρα σημείωσε την μέγιστη αλλά και την ελάχιστη βαθμολογία σε κάθε μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε ως εισροή για το ολικό μοντέλο. Τα αποτελέσματα αυτά είναι τα εξής:

Εισροή	Max	Χώρα	Min	Χώρα
Ευνοϊκό περιβάλλον	6,2	Ελβετία	3	Τσαντ
Πολιτική και υπάρχουσες συνθήκες στον τουρισμό	5,1	Νέα Ζηλανδία	3	Κονγκό
Υποδομή	5,8	ΗΠΑ	1,7	Υεμένη
Φυσικοί, πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια	6,1	Κίνα	1,4	Μπαχρέιν

6.4.2 Ευνοϊκό περιβάλλον

Στα αποτελέσματα της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των χωρών, που προέκυψαν από την εφαρμογή της μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων για το 1^ο ευνοϊκό μοντέλο αναδεικνύονται ως αποδοτικές οι εξής χώρες:

Χώρες	Αποδοτικότητα
Γαλλία	1
Ισπανία	1
Ταϊλάνδη	1
Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	1

Οι συγκεκριμένες χώρες, οι οποίες έπειτα από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές, σημείωσαν της παρακάτω βαθμολογίες (στην έκθεση για τον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, TTCI) σε κάθε μία από της μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για το 1^ο ευνοϊκό μοντέλο. Οι βαθμολογίες αυτές είναι οι εξής:

INPUTS/ΧΩΡΕΣ	Γαλλία	Ισπανία	Ταϊλάνδη	ΗΠΑ
Επιχειρηματικό περιβάλλον	4.8	4.5	4.9	5.8
Ασφάλεια και προστασία	5.7	6.1	4.8	5.6
Υγεία και Υγιεινή	6.5	6.2	5	5.8
Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας	5.1	4.9	5.1	5.8
Ετοιμότητα τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας	5.9	5.8	5.2	6

Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα για το ποια χώρα σημείωσε την μέγιστη αλλά και την ελάχιστη βαθμολογία σε κάθε μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε ως εισροή για το 1^ο ευνοϊκό μοντέλο. Τα αποτελέσματα αυτά είναι τα εξής:

Εισροή	Max	Χώρα	Min	Χώρα
Επιχειρηματικό περιβάλλον	6,1	Χόνγκ Κόνγκ	2,4	Βενεζουέλα
Ασφάλεια και προστασία	6,7	Φιλανδία	3	Ελ Σαλβαδόρ
Υγεία και Υγιεινή	7	Αυστρία	1,7	Μοζαμβίκη
Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας	5,8	ΗΠΑ	3	Υεμένη
Ετοιμότητα τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας	6,6	Χόνγκ Κόνγκ	1,7	Κονγκό

Στα αποτελέσματα της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των χωρών, που προέκυψαν από την εφαρμογή της μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων για το 2^ο ευνοϊκό μοντέλο αναδεικνύονται ως αποδοτικές οι εξής χώρες:

Χώρες	Αποδοτικότητα
Κίνα	1
Γαλλία	1
Ιταλία	1
Νέα Ζηλανδία	1
Ισπανία	1
Ταϊλανδή	1
Ηνωμένο Βασίλειο	1
Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	1

Οι συγκεκριμένες χώρες, οι οποίες έπεται από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές, σημείωσαν της παρακάτω βαθμολογίες (στην έκθεση για τον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, TTCI) σε κάθε μία από της μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για το 2^ο ευνοϊκό μοντέλο. Οι βαθμολογίες αυτές είναι οι εξής:

INPUTS\ΧΩΡΕΣ	Κίνα	Γαλλία	Ιταλία	Νέα Ζηλανδία	Ισπανία	Ταϊλάνδη	Ηνωμένο Βασίλειο	ΗΠΑ
Αριθμός ημερών για την έναρξη μιας επιχείρησης (Lower is better)	8,6	3.5	6	0.5	12.5	4.5	4.5	5.6
Κόστος για την έναρξη μιας επιχείρησης (% of GNI per capita)	0.4	0.7	14.1	0.2	4	3.1	0	1
Αντίκτυπος των κανόνων της Άμεσα Ξένες Επενδύσεις	4.6	5.2	4.4	4.6	5.1	5	5.9	5.3
Έκταση της εταιρικής δραστηριότητας	4.5	4.4	5.5	4.2	4.3	3.5	4.8	5.7
Συνολικός φορολογικός συντελεστής (% of profits. Lower is better)	64.9	60.4	53.1	34.6	47	29.5	30	43.8
Έκταση της εκπαίδευσης του προσωπικού	4.5	4.8	3.6	4.9	3.8	4.3	4.8	5.8
Μεταχείριση των πελατών	4.6	5.2	5	5.6	5.2	5.5	5.4	5.9
Ευκολία εύρεσης ειδικευμένων υπαλλήλων	4.6	4.8	4.5	4.4	4.6	3.9	5.2	5.8
Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων	5	5.4	4.7	5.7	5.2	5.1	5.9	5.9
Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών	4.7	5.8	4.9	5.5	5.3	5.5	6.2	6

Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα για το ποια χώρα σημείωσε την μέγιστη αλλά και την ελάχιστη βαθμολογία σε κάθε μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε ως εισροή για το 2^ο ευνοϊκό μοντέλο. Τα αποτελέσματα αυτά είναι τα εξής:

Εισροή	Max	Χώρα	Min	Χώρα
Αριθμός ημερών για την έναρξη μιας επιχείρησης	230	Βενεζουέλα	0,5	Νέα Ζηλανδία
Κόστος για την έναρξη μιας επιχείρησης	391,3	Βενεζουέλα	0	Σλοβενία
Αντίκτυπος των κανόνων της Άμεσα Ξένες Επενδύσεις	6,2	Χονγκ Κονγκ	2,4	Βενεζουέλα
Έκταση της εταιρικής δραστηριότητας	6	Ελβετία	1,7	Αϊτή
Συνολικός φορολογικός συντελεστής	8	Μπρουνέι	106	Αργεντινή
Έκταση της εκπαίδευσης του προσωπικού	5,9	Ελβετία	2,6	Αϊτή
Μεταχείριση των πελατών	6,1	Ελβετία	2,5	Αγκόλα
Ευκολία εύρεσης ειδικευμένων υπαλλήλων	5,8	ΗΠΑ	2,1	Αγκόλα
Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων	6,1	Ελβετία	3	Λεσότο
Χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών	6,2	Σουηδία	2,5	Τσάντ

6.4.3 Ταξιδιωτική πολιτική

Στα αποτελέσματα της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των χωρών, που προέκυψαν από την εφαρμογή της μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων για το 1^ο μοντέλο ταξιδιωτικής πολιτικής αναδεικνύονται ως αποδοτικές οι εξής χώρες:

Χώρες	Αποδοτικότητα
Γαλλία	1
Ισπανία	1
Ταϊλάνδη	1
Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής	1

Οι συγκεκριμένες χώρες, οι οποίες έπεται από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές, σημείωσαν τις παρακάτω βαθμολογίες (στην έκθεση για τον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, TTCI) σε κάθε μία από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για το 1^ο μοντέλο ταξιδιωτικής πολιτικής. Οι βαθμολογίες αυτές είναι οι εξής:

INPUTS\ΧΩΡΕΣ	Γαλλία	Ισπανία	Ταϊλάνδη	ΗΠΑ
Προτεραιότητα στον τομέα Ταξιδιού και Τουρισμού	5.1	5.9	5.2	5.5
International Openness	2.4	3.9	3.9	4
Ανταγωνιστικότητα τιμών	5.3	5	5.8	4.7
Περιβαλλοντική βιωσιμότητα	4.3	4.7	3.6	4.1

Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα για το ποια χώρα σημείωσε την μέγιστη αλλά και την ελάχιστη βαθμολογία σε κάθε μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε για το 1^ο μοντέλο ταξιδιωτικής πολιτικής. Τα αποτελέσματα αυτά είναι τα εξής:

Εισροή	Max	Χώρα	Min	Χώρα
Προτεραιότητα στον τομέα Ταξιδιού και Τουρισμού	6,2	Μάλτα	1,9	Κονγκό
International Openness	5,5	Νέα Ζηλανδία	1,3	Υεμένη
Ανταγωνιστικότητα τιμών	6,7	Ιράν	3,2	Ηνωμένο Βασίλειο
Περιβαλλοντική βιωσιμότητα	6	Ελβετία	3,3	Αϊτή

Στα αποτελέσματα της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των χωρών, που προέκυψαν από την εφαρμογή της μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων για το 2^ο μοντέλο ταξιδιωτικής πολιτικής αναδεικνύονται ως αποδοτικές οι εξής χώρες:

Χώρες	Αποδοτικότητα
Ρωσία	1
Σαουδική Αραβία	1
Ισπανία	1
Ταϊλάνδη	1
Ηνωμένο Βασίλειο	1
ΗΠΑ	1

Οι συγκεκριμένες χώρες, οι οποίες έπεται από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές, σημείωσαν τις παρακάτω βαθμολογίες (στην έκθεση για τον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, TTCI) σε κάθε μία από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για το 2^ο μοντέλο ταξιδιωτικής πολιτικής. Οι βαθμολογίες αυτές είναι οι εξής:

INPUTS\ΧΩΡΕΣ	Ρωσία	Σαουδική Αραβία	Ισπανία	Ταϊλανδή	Ηνωμένο Βασίλειο	ΗΠΑ
Προτεραιότητα της κυβέρνησης στον τομέα του Τουρισμού	4.5	5.2	6.2	6.3	5.2	6
Αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ και του «branding» για την προσέλκυση τουριστών	4.2	4.4	5.8	5.5	5.5	5.9
Αξιολόγηση στρατηγικής επωνυμίας χώρας 1-100(best)	80	70.4	79.3	77	72	78.6
Απαιτήσεις θεώρησης εισόδου (visa) 1-100(best)	11	0	24	59	22	6
Φόροι εισιτηρίων και αεροπορικές χρεώσεις 0-100(best)	82.3	86.3	88.5	88.5	0	68.5
Κυβερνητικές δαπάνες T&T (%government budget)	2.7	1	6.5	2.8	3	5.2
Διαφάνεια των διμερών συμφωνιών αεροπορικών μεταφορών 0-38(best)	5.7	6.8	8.3	9.8	14.3	24.2

Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα για το ποια χώρα σημείωσε την μέγιστη αλλά και την ελάχιστη βαθμολογία σε κάθε μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε ως εισροή για το 2^ο μοντέλο ταξιδιωτικής πολιτικής. Τα αποτελέσματα αυτά είναι τα εξής:

Εισροή	Max	Χώρα	Min	Χώρα
Προτεραιότητα της κυβέρνησης για τον τομέα του Τουρισμού	6,7	Λεσότο	1,9	Υεμένη
Αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ και του «branding» για την προσέλκυση τουριστών	6,4	Λεσότο	1,7	Υεμένη
Αξιολόγηση στρατηγικής επωνυμίας χώρας	100	Παραγουάη	6,1	Ακτή Ελεφαντοστού
Απαιτήσεις θεώρησης εισόδου (visa)	99	Αϊτή	0	Σαουδική Αραβία
Φόροι εισιτηρίων και αεροπορικές χρεώσεις	100	Λεσότο	0	Ηνωμένο Βασίλειο
Κυβερνητικές δαπάνες T&T	22,6	Σεϋχέλλες	0,3	Νιγηρία
Διαφάνεια των διμερών συμφωνιών αεροπορικών μεταφορών	35,6	Νέα Ζηλανδία	0,2	Λεσότο

6.4.4 Φυσικοί πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια

Στα αποτελέσματα της αξιολόγησης της ανταγωνιστικότητας των χωρών, που προέκυψαν από την εφαρμογή της μεθόδου Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων για το 1^ο μοντέλο φυσικών, πολιτιστικών πόρων και επαγγελματικών ταξιδιών αναδεικνύονται ως αποδοτικές οι εξής χώρες:

Χώρες	Αποδοτικότητα
Γαλλία	1
Ισπανία	1
ΗΠΑ	1

Οι συγκεκριμένες χώρες, οι οποίες έπειτα από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζονται ως αποδοτικές, σημείωσαν τις παρακάτω βαθμολογίες (στην έκθεση για τον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, TTCI) σε κάθε μία από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για το 1^ο μοντέλο φυσικών, πολιτιστικών πόρων και επαγγελματικών ταξιδιών. Οι βαθμολογίες αυτές είναι οι εξής:

INPUTS\ΧΩΡΕΣ	Γαλλία	Ισπανία	ΗΠΑ
Φυσικοί πόροι	4.9	4.8	5
Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια	6.8	6.7	4.7

Στην συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα για το ποια χώρα σημείωσε την μέγιστη αλλά και την ελάχιστη βαθμολογία σε κάθε μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε ως εισροή για το 1^ο μοντέλο φυσικών, πολιτιστικών πόρων και επαγγελματικών ταξιδιών. Τα αποτελέσματα αυτά είναι τα εξής:

Εισροή	Max	Χώρα	Min	Χώρα
Φυσικοί πόροι	6	Μεξικό	1,6	Μπαχρέιν
Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια	7	Κίνα	1	Εσουατίνι

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



7.1 Σύγκριση και σχολιασμός αποτελεσμάτων

7.1.1 Ολικό μοντέλο

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παρατηρούμε και από τον παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα πως η Ισπανία ενώ κατέχει την πρώτη θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, παρόλα αυτά υπερτερεί στις βαθμολογίες μόνο σε μια μεταβλητή. Η μεταβλητή στην οποία υπερτερεί είναι όπως βλέπουμε η input 2 δηλαδή αυτή της πολιτικής και των υπαρχουσών συνθηκών. Εν αντιθέσει με τις ΗΠΑ που κατέχουν την 5^η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού φαίνεται να υπερτερούν έναντι των υπολοίπων σε δύο μεταβλητές, στην μεταβλητή input1 και input3 οι οποίες σχετίζονται με το ευνοϊκό περιβάλλον καθώς και με τις υποδομές αντίστοιχα. Η Γαλλία επίσης ενώ κατέχει την 2^η θέση υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στην μεταβλητή η οποία σχετίζεται με τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Ταϊλάνδη ενώ στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας του τουρισμού κατέχει την 31^η θέση, παρόλα αυτά και χωρίς να υπερτερεί έναντι των υπολοίπων σε καμία από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για το συγκεκριμένο μοντέλο, έχει καταφέρει να είναι αποδοτική κάτι που δείχνει ότι αξιοποιεί σωστά τους πόρους που διαθέτει συγκριτικά με τις εκροές που λαμβάνει από τον τουρισμό. Συμπερασματικά έχουμε ότι η Ταϊλάνδη είναι η πιο ανταγωνιστική χώρα για το συγκεκριμένο μοντέλο καθώς είναι φανερό ότι “εκμεταλλεύεται” σωστά τους πόρους που διαθέτει συγκριτικά με αυτά που έχει δαπανήσει για την ανάπτυξη του τουρισμού της.

Χώρα \Inputs	Ευνοϊκό Περιβάλλον	Πολιτική και υπάρχουσες συνθήκες στον τουρισμό	Υποδομές	Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι
Ισπανία (1η)	5,5	4,9	5,6	5,7
Γαλλία (2η)	5,6	4,8	5,4	5,9
ΗΠΑ(5η)	5,8	4,6	5,8	4,9
Ταϊλάνδη (31η)	5	4,6	4,6	3,7

7.1.2 Ευνοϊκό περιβάλλον

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παρατηρούμε και από το παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα πως η Ισπανία ενώ κατέχει την πρώτη θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, παρόλα αυτά υπερτερεί στις βαθμολογίες μόνο σε μια μεταβλητή. Η μεταβλητή στην οποία υπερτερεί είναι όπως βλέπουμε η input2 δηλαδή αυτή της ασφάλειας και προστασίας. Εν αντιθέσει με τις ΗΠΑ που κατέχουν την 5η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού φαίνεται να υπερτερούν έναντι των υπολοίπων σε τρεις μεταβλητές, στην μεταβλητή input1 στην input4 και input5 οι οποίες σχετίζονται με το επιχειρηματικό περιβάλλον, το ανθρώπινο δυναμικό και αγορά εργασίας καθώς και με την ετοιμότητα τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας αντίστοιχα. Η Γαλλία επίσης ενώ κατέχει την 2η θέση υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στην μεταβλητή input 3 η οποία σχετίζεται με την υγεία και υγιεινή. Όπως και στο προηγούμενο μοντέλο αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Ταϊλάνδη ενώ στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας του τουρισμού κατέχει την 31η θέση, παρόλα αυτά και χωρίς να υπερτερεί έναντι των υπολοίπων σε καμία από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για το συγκεκριμένο μοντέλο, έχει καταφέρει να εμφανίζεται ως αποδοτική. Συμπερασματικά όπως και στο προηγούμενο μοντέλο καταλήγουμε ότι η Ταϊλάνδη είναι η πιο ανταγωνιστική χώρα για το συγκεκριμένο μοντέλο καθώς είναι εμφανές ότι “εκμεταλλεύεται” σωστά τους πόρους που διαθέτει συγκριτικά με αυτά που έχει δαπανήσει για την ανάπτυξη του τουρισμού της.

TTCI \inputs	Επιχειρηματικό Περιβάλλον	Ασφάλεια και Προστασία	Υγεία και Υγιεινή	Ανθρώπινο Δυναμικό και Αγορά Εργασίας	Ετοιμότητα τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας
Ισπανία (1η)	4,5	6,1	6,2	4,9	5,8
Γαλλία (2η)	4,8	5,7	6,5	5,1	5,9
ΗΠΑ(5η)	5,8	5,6	5,8	5,8	6
Ταϊλάνδη (31η)	4,9	4,8	5	5,1	5,2

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παρατηρούμε και από τον παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα πως οι ΗΠΑ σημειώνουν την καλύτερη επίδοση σε έξι εισροές. Οι εισροές

αυτές είναι οι εξής: η έκταση της εταιρικής δραστηριότητας, η έκταση της εκπαίδευσης του προσωπικού, η μεταχείριση των πελατών, η ευκολία εύρεσης ειδικευμένων υπαλλήλων, η χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και τέλος η χρήση διαδικτύου για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών. Το Ηνωμένο Βασίλειο σημειώνει την καλύτερη επίδοση σε δύο εισροές, αυτή που σχετίζεται με το κόστος για την έναρξη μιας επιχείρησης και αυτή που σχετίζεται με τον αντίκτυπο των κανόνων στις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Επίσης η Νέα Ζηλανδία σημειώνει την καλύτερη επίδοση σε μία εισροή, αυτή που σχετίζεται με τον αριθμό των ημερών για την έναρξη μιας επιχείρησης καθώς επίσης και η Ταϊλάνδη τον μικρότερο συνολικό φορολογικό συντελεστή συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες. Τέλος είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι η Ιταλία και η Κίνα αναδεικνύονται ως ανταγωνιστικές χώρες χωρίς να υπερτερούν σε κάποια εισροή έναντι των υπολοίπων και παράλληλα έχουν υψηλή θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού TTCI.

Συμπερασματικά έχουμε ότι είναι η Ιταλία και η Κίνα αποτελούν τις πιο ανταγωνιστικές χώρες για το συγκεκριμένο μοντέλο καθώς είναι εμφανές ότι “εκμεταλλεύονται” σωστά τους πόρους που διαθέτουν συγκριτικά με αυτά που έχουν δαπανήσει για την ανάπτυξη του τουρισμού τους.

TTCI inputs	input1	input 2	input3	input4	input 5	input6	input 7	input8	input9	input 10
Ισπανία (1η)	8,6	0.4	4.6	4,5	64,9	4.5	4.6	4.6	5	4.7
Γαλλία (2η)	3.5	0.7	5.2	4.4	60.4	4.8	5.2	4.8	5.4	5.8
ΗΠΑ(5η)	5.6	1	5.3	5.7	43.8	5.8	5.9	5.8	5.9	6
Ηνωμένο Βασίλειο (6η)	4.5	0	5.9	4.8	30	4.8	5.4	5.2	5.9	6.2
Ιταλία(8η)	6	14.1	4.4	5.5	53.1	3.6	5	4.5	4.7	4.9
Κίνα(13η)	8,6	0.4	4.6	4.5	64.9	4.5	4.6	4.6	5	4.7
Νέα Ζηλανδία (18η)	0.5	0.2	4.6	4.2	34.6	4.9	5.6	4.4	5.7	5.5
Ταϊλάνδη (31η)	4.5	3.1	5	3.5	29.5	4.3	5.5	3.9	5.1	5.5

7.1.3 Ταξιδιωτική πολιτική

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παρατηρούμε και από το παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα πως η Ισπανία ενώ κατέχει την πρώτη θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, παρόλα αυτά υπερτερεί στις βαθμολογίες μόνο σε μια μεταβλητή. Η μεταβλητή στην οποία υπερτερεί είναι όπως βλέπουμε η input1 δηλαδή αυτή που σχετίζεται με την προτεραιότητα στον τομέα του τουρισμού. Οι ΗΠΑ στο συγκεκριμένο μοντέλο που κατέχει την 5η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού φαίνεται ότι δεν υπερτερούν έναντι των υπολοίπων σε κάποια από τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν, παρόλα αυτά εμφανίζεται ως

αποδοτική. Η Γαλλία επίσης κατέχει την 2η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα τουρισμού και υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στην μεταβλητή input 2 και input4 οι οποίες σχετίζονται με Διεθνής Διαφάνεια και την Περιβαλλοντική βιωσιμότητα αντίστοιχα. Τέλος παρατηρούμε ότι η Ταϊλάνδη στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα του τουρισμού κατέχει την 31η θέση και υπερτερεί στο input3 έναντι των υπολοίπων, που σχετίζεται με την ανταγωνιστικότητα των τιμών. Συμπερασματικά έχουμε ότι οι ΗΠΑ αποτελούν την πιο ανταγωνιστική χώρα για το συγκεκριμένο μοντέλο καθώς δεν υπερτερούν σε καμία από τις εισροές παρόλα αυτά εμφανίζονται ως αποδοτική χώρα στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα του τουρισμού.

TTCI \inputs	input1	input 2	input 3	input 4
Ισπανία(1η)	5.9	3.9	5	4.7
Γαλλία (2η)	5.1	4.2	4.5	5.3
ΗΠΑ(5η)	5	2.4	5.3	4.3
Ταϊλάνδη (31η)	5.2	3.9	5.8	3.6

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παρατηρούμε και από το παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα πως η Ισπανία ενώ κατέχει την πρώτη θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα τουρισμού, παρόλα αυτά υπερτερεί στις βαθμολογίες μόνο σε μια μεταβλητή. Οι μεταβλητή στην οποία υπερτερεί είναι όπως βλέπουμε η input5 δηλαδή αυτή που σχετίζεται με τους φόρους εισιτηρίων και για τις αεροπορικές χρεώσεις. Οι ΗΠΑ στο συγκεκριμένο μοντέλο που κατέχει την 5^η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα τουρισμού φαίνεται ότι υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν και πιο συγκεκριμένα στις μεταβλητές input2 και input7. Οι μεταβλητές αυτές σχετίζονται με την αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ και του “branding” για την προσέλκυση τουριστών καθώς και με την διαφάνεια των διμερών συμφωνιών αεροπορικών μεταφορών. Η Ταϊλάνδη επίσης κατέχει την 31^η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα τουρισμού και υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στην μεταβλητή input1 και input4 και input5 οι οποίες σχετίζονται με την προτεραιότητα της κυβέρνησης στον τομέα του Τουρισμού, τις απαιτήσεις θεώρησης εισόδου (visa ect.) καθώς και με τις κυβερνητικές δαπάνες T&T αντίστοιχα επομένως είναι αρκετά ανταγωνιστική χώρα και στο συγκεκριμένο μοντέλο.. Επιπλέον παρατηρούμε ότι η Ρωσία στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα του τουρισμού κατέχει την 39^η θέση και υπερτερεί στην μεταβλητή input3 έναντι των υπολοίπων, που σχετίζεται με την αξιολόγηση στρατηγικής επωνυμίας χώρας. Επίσης η Σαουδική Αραβία εμφανίζεται ως ανταγωνιστική χώρα παρόλα αυτά υπερτερεί έναντι των υπολοίπων σε μια μόνο εισροή και συγκεκριμένα στην input6 η οποία σχετίζεται με τις κυβερνητικές δαπάνες όσον αφορά τον κλάδο του τουρισμού. Τέλος το Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζεται ως αποδοτική χώρα χωρίς να υπερτερεί έναντι των υπολοίπων σε καμία μεταβλητή και κατέχοντας την 6η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητα του τουρισμού. Συμπερασματικά έχουμε ότι το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελεί την πιο ανταγωνιστική χώρα του συγκεκριμένου μοντέλου.

TTCI \inputs	input1	input2	input3	input4	input5	input6	input7
Ισπανία (1η)	6.2	5.8	79.3	24	88.5	6.5	8.3
ΗΠΑ (5η)	6	5.9	78.6	6	68.5	5.2	24.2
Ηνωμένο Βασίλειο (6η)	5.2	5.5	72	22	0	3	14.3
Ταϊλάνδη (31η)	6.3	5.5	77	59	88.5	2.8	9.8
Ρωσία (39η)	4.5	4.2	80	11	82.3	2.7	5.7
Σαουδική Αραβία (69η)	5.2	4.4	70.4	0	86.3	1	6.8

7.1.4 Φυσικοί, πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση παρατηρούμε και από το παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα πως η Ισπανία ενώ κατέχει την πρώτη θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού, παρόλα αυτά δεν υπερτερεί στις βαθμολογίες σε καμία μεταβλητή. Παρόλα αυτά και σε αυτό το μοντέλο εμφανίζεται ως αποδοτική. Η Γαλλία επίσης κατέχει την 2η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού και υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στην μεταβλητή input 2 η οποία σχετίζεται με τους πολιτιστικούς πόρους και τα επαγγελματικά ταξίδια. Τέλος η ΗΠΑ στο συγκεκριμένο μοντέλο που κατέχει την 5η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού φαίνεται ότι υπερτερεί έναντι των υπολοίπων στην μεταβλητή input1 που σχετίζεται με τους φυσικούς πόρους. Συμπερασματικά έχουμε ότι η Γαλλία είναι η ανταγωνιστικότερη χώρα στο συγκεκριμένο μοντέλο καθώς κατέχει την 2η θέση στον παγκόσμιο δείκτη ανταγωνιστικότητας του τουρισμού και επίσης υπερτερεί έναντι των υπολοίπων σε μια μεταβλητή.

TTCI \inputs	Φυσικοί πόροι	Πολιτιστικοί πόροι
Ισπανία(1η)	4.8	6.7
Γαλλία(2η)	4.9	6.8
ΗΠΑ(5η)	5	4.7

7.2 Μελλοντικές Επεκτάσεις

Στην Μέθοδο της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων σκεπτόμενοι τα μειονεκτήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή της στη συγκεκριμένη εργασία καταλήγουμε σε κάποια τελικά συμπεράσματα τα οποία εμπίπτουν στις μελλοντικές επεκτάσεις. Τα συμπεράσματα αυτά σχετίζονται

με την φύση της συγκεκριμένης μεθόδου και λαμβάνοντας υπόψη κάποια συγκεκριμένα σημεία μας δίνεται η δυνατότητα να αξιολογήσουμε εν τέλει το τελικό αποτέλεσμα που είναι και η ουσία της διπλωματικής αυτής εργασίας. Η μέθοδος DEA λόγω του ότι μετράει την σχετική αποτελεσματικότητα των μονάδων λήψης απόφασης θα πρέπει να αποτελεί ένα εργαλείο το οποίο παράγει αποτελέσματα τα οποία έπειτα θα πρέπει να αξιολογούνται και απο την κρίση του αναλυτή. Αναλόγως με το δείγμα που λαμβάνεται σε κάθε ανάλυση προκύπτουν και διαφορετικά αποτελέσματα, όπως για παράδειγμα διαφορετικά αποτελέσματα θα παίρναμε στην συγκεκριμένη εργασία αν ο αριθμός των χωρών ήταν 30 και διαφορετικά αν ήταν 150. Επιπλέον κάτι πολύ σημαντικό είναι και το γεγονός ότι αναλόγως με τα inputs και τα outputs που χρησιμοποιούνται σε κάθε μοντέλο το αποτέλεσμα που θα προκύψει θα έχει εστιάσει σε διαφορετικές παραμέτρους. Στην ουσία η μέθοδος της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων μπορεί να πάρει πολλές μορφές αναλόγως με το ζητούμενο το οποίο ορίζεται στο αρχικό στάδιο από τον ίδιο τον αναλυτή. Επομένως αυτό δίνει την δυνατότητα στον αναλυτή να εστιάσει σε συγκεκριμένα δεδομένα τα οποία θεωρεί ο ίδιος ότι θα έχουν νόημα για την συγκεκριμένη ανάλυση που θέλει να πραγματοποιήσει. Επιπλέον όσον αφορά τις εκροές που λαμβάνονται σε κάθε μοντέλο υπάρχουν κάποια σφάλματα στα τελικά αποτελέσματα καθώς οι μονάδες λήψης απόφασης που συγκρίνονται μεταξύ τους δεν θα είναι ποτέ απόλυτα συγκρίσιμες. Για παράδειγμα στην συγκεκριμένη εργασία είναι διαφορετικό να συγκρίνεις τις ΗΠΑ με την Ελλάδα καθώς υπάρχουν μεγάλες διαφορές είτε στην έκταση είτε στον πληθυσμό της εκάστοτε χώρας. Στην συγκεκριμένη ανάλυση για παράδειγμα ως εισροή έχει χρησιμοποιηθεί το ποσοστό του ΑΕΠ που δαπανά η κάθε χώρα για τον τουρισμό, επομένως αν θέλαμε να γίνουμε πιο ακριβής στα αποτελέσματα μας θα μπορούσαμε να αντικαταστήσουμε την συγκεκριμένη εκροή με το κατά κεφαλήν εισόδημα των ανθρώπων της κάθε χώρας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

Δημήτρης Λαλούμης “ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ”. Εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗ.
Τουρισμός. Θεωρητική προσέγγιση Κολτσιδόπουλος, Γεώργιος Δ.

Διεθνής βιβλιογραφία

An Introduction to Tourism. Lickorish J. Leonard, Jenkins L. Carson. Butterworth-Heinemann, 1997 -Business & Economics

Ali A. Seiford LM (1993) The mathematical programming approach to efficiency analysis. In:Fried HO, Lovell CAK, Schmidt SS, The Measurement of Productive Efficiency: Techniques And Applications Oxford University Press, New York.

Buhalis, D. (2000) “Marketing the Competitive Destination of the Future”, Tourism Management
Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). “Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity”.
Journal of Business Research

Dupeyras, A. and MacCallum, N. (2013) Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document. OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing, Paris.

Farrell MJ (1957) The measurement of productive efficiency. Journal of the Royal Statistics Society.

Hunziker, Walter; Krapf, Kurt (1941). Beiträge zur Fremdenverkehrslehre und Fremdenverkehr Geschichte [Contributions to tourism education and tourism history]. Publikationen des schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes. Vol. 15. Bern: Fédération Suisse du Tourisme.

Kaspar C.(1976)."Le tourisme, objet d'étude scientifique, The Tourist Review.

Kozak M. Rimmington M (1999) Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings. International Journal of Hospitality Management

Koopmans, T. C. (1951). An Analysis of Production as an Efficient Combination of Activities. In T. C. Koopmans (Ed.), Activity Analysis of Production and Allocation, Cowles Commission for Research in Economics, Monograph No. 13 Wiley.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: Economic, physical, and social impacts. London, New York: Longman

Polyzos S., Arabatzis G. (2006), Labor productivity of agricultural sector in Greece determina

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination, a sustainable tourism perspective. Cambridge: Cabi Publishing

The economic values of tourism’s social impacts

THE FRAMEWORK OF TOURISM Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry Nell Leiper Lecturer, Travel & Tourism School of Business & Administrative Studies Sydney Technical College, Australia 1979

Tourism as an economic development tool. Key factors. Pablo Juan Cárdenas-García & Juan Ignacio Pulido-Fernández

UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency UNWTO

W.T.O: World Tourism Organization World Trade Organization - Home page - Global trade

William W. Cooper Lawrence M. Seiford and Kaoru Tone. Data Envelopment Analysis

Ιστότοποι πληροφοριών

UNWTO : <https://www.unwto.org/>

Data Envelopment Analysis : <https://www.deazone.com/>

Data worldbank: <https://data.worldbank.org/>

TTCR 2019: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

Travel and tourism competitiveness report : https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/?doing_wp_cron=1658255977.0048189163208007812500

Country profiles: <https://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/>

The Measurement of Productive Efficiency: Techniques and Applications

https://books.google.gr/books?hl=en&lr=&id=-RzXa4GzleUC&oi=fnd&pg=PA120&ots=6rcl-EC3gV&sig=aumexrBw1yZUoHSpDDI9gdux0yM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Tourism as an economic development tool:

https://www.researchgate.net/publication/329789999_Does_environmental_sustainability_contribute_to_tourism_growth_An_analysis_at_the_country_level