



Technical
University
of Crete

ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ

ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

COMPETITIVENESS OF THE GREEK REGIONS TOURISM

SECTOR

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΛΙΤΙΝΑ ΕΙΡΗΝΗ

A.M.: 2019019022

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

ΑΤΣΑΛΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, Αν. Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης

ΧΑΝΙΑ 2024



Technical
University
of Crete

ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΛΙΤΙΝΑ ΕΙΡΗΝΗ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

1. Ατσαλάκης Γεώργιος, Αναπληρωτής Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης
2. Ζοπουνίδης Κωνσταντίνος, Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης
3. Τσαφάρáκης Στέλιος, Αναπληρωτής Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης

ΧΑΝΙΑ 2024

Πίνακας Περιεχομένων

Πίνακας Περιεχομένων.....	3
Ευρετήριο Σχημάτων	5
Ευρετήριο Πινάκων.....	6
Ευρετήριο Όρων.....	7
Αντιστοιχίσεις Ελληνικών και Ξενόγλωσσων Όρων.....	8
Περίληψη	9
Abstract	11
1 Εισαγωγή	12
1.1 Σκοπός και Υπόβαθρο Διπλωματικής Εργασίας.....	12
1.2 Ανάλυση Κεφαλαίων	12
2 Αποσαφήνιση Εννοιών και Εννοιολογικό Υπόβαθρο	13
2.1 Ορισμός του Τουρισμού	13
2.1.1 Εισαγωγή στην Έννοια του Τουρισμού	16
2.1.2 Ιστορικό Υπόβαθρο	19
2.1.3 Μαζικός Τουρισμός.....	29
2.1.4 Εναλλακτικός Τουρισμός.....	33
2.2 Θεσμικό Καθεστώς που Διέπει το Τουριστικό Υπόβαθρο	36
2.3 Οικονομική Δυναμική Τουριστικού Κλάδου	41
2.3.1 Ο Ρόλος του Τουρισμού στην Οικονομική Ανάπτυξη	43
2.3.2 Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας.....	45
2.4 Παγκόσμιος Τουρισμός - Παραδείγματα Διεθνούς Εμπειρίας.....	50
2.5 Ο Εγχώριος Ελληνικός Τουρισμός	53
2.5.1 Οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού στην Ελλάδα	55
2.6 Ελληνικές Περιφέρειες.....	60

3	Μεθοδολογική Έρευνα - Ανάλυση	68
3.1	Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων	68
3.1.1	Μοντέλα και Διατυπώσεις της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων.....	69
3.1.2	Αποσαφήνιση Όρων των Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων	70
3.1.3	Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της DEA	71
3.2	Εφαρμογή της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων	73
4	Συμπεράσματα και Συζήτηση	84
	Εργαλεία	90
	Βιβλιογραφία	91

Ευρετήριο Σχημάτων

Σχήμα 2.1: Ξενοδοχείον του Λονδίνου, Ναύπλιο, Ελλάδα, 1834 (sarik, 2022).	22
Σχήμα 2.2: Μοναστηράκι, Αθήνα, Ελλάδα, 1869.....	27
Σχήμα 2.3: Τουρίστες στον Παρθενώνα, Αθήνα, Ελλάδα, 1860.	28
Σχήμα 2.4: Ποσοστά τουρισμού ανά ήπειρο (2019). Η εικόνα είναι ελεύθερη προς χρήση και προσπελάστηκε από το επίσημο ιστότοπο του World Travel and Tourism Council στις 31/03/2023.....	42
Σχήμα 2.5: Οι 4 κατηγορίες και οι 14 πυλώνες του TTCI (πηγή WEF).....	47
Σχήμα 2.6: Η βαθμονόμηση των 14 χωρών που αναφέρονται στον TTCI το 2019 (πηγή WEF).	49
Σχήμα 2.7: Ανάκτορα του Buckingham στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	50
Σχήμα 2.8: Συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας (πηγή INΣΕΤΕ).....	55
Σχήμα 2.9: Ελλάδα: Ετήσια έρευνα του 2022 (πηγή WTTC).....	58
Σχήμα 2.10: Οι Ελληνικές περιφέρειες σύμφωνα με το σχέδιο Καλλικράτης.....	61
Σχήμα 2.11: Πληθυσμός της Ελλάδας ανά περιφέρεια μεταξύ των ετών 2011 και 2021. Σύνολο ανδρικού πληθυσμού 5.125.977 (48,9%) και σύνολο γυναικείου πληθυσμού 5.356.510 (51,1%) (πηγή ΕΛΣΤΑΤ).....	63

Ευρετήριο Πινάκων

Πίνακας 2.1: Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις 2005-2012.....	16
Πίνακας 2.2: Συνεκτικός πίνακας πληροφοριών των δεκατριών περιφερειών της Ελλάδας.	67
Πίνακας 3.1: Τελικό σύνολο δεδομένων που αντλήθηκε από το INΣΕΤΕ και αποτελεί τα δεδομένα που θα χρησιμοποιηθούν στην Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων.	74
Πίνακας 3.2: Αποτελέσματα της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων.	76
Πίνακας 3.3: Μέσος όρος των CCR, BCC, Scale efficiency για το χρονικό διάστημα 2016-2021 ανά περιφέρεια.....	79
Πίνακας 3.4: Στάθμιση των μέσων όρων βάσει του συντελεστή CCR.....	80
Πίνακας 3.5: Στάθμιση των μέσων όρων βάσει του συντελεστή BCC.....	80
Πίνακας 3.6: Στάθμιση των μέσων όρων βάσει του συντελεστή Scaleefficiency.....	80
Πίνακας 3.7: Μέσος όρος CCR, BBC και Scale efficiency όλων των περιφερειών για κάθε χρόνο των εξεταζόμενων χρονικών πλαισίων.	81
Πίνακας 3.8: Η συνολική αποτελεσματικότητα CCR για κάθε περιφέρεια ανά έτος.....	81
Πίνακας 3.9: Απόσπασμα από τον πίνακα 3.2 που βρίσκονται αποτελέσματα της DEA (μόνο περιφέρειες ΑΜ. Θράκης και Δ. Μακεδονίας).	82
Πίνακας 4.1: Απόσπασμα από τον πίνακα 3.2 που βρίσκονται αποτελέσματα της DEA (μόνο περιφέρεια Αττικής).....	89

Ευρετήριο Όρων

Ακρόνυμο	Ανάπτυξη
BCC	Banker, Charnes, and Cooper
CBD	The Convention on Biological Diversity
CCR	Charnes, Cooper, and Rhodes
CRS	Constant Returns to Scale
DEA	Data Envelopment Analysis
DMUs	Decision Making Units
drs	Decreasing Returns to Scale
EF	Ecological Footprint
EFA	Ecological Footprint Analysis
GCET	The Global Code of Ethics for Tourism
GDP	GrossDomesticProduct
GEM	Global Economic Monitor
ICOMOS	International Council of Monuments and Sites
ILO	International Labour Organization
irs	Increasing Returns to Scale
TTCI	Travel and Tourism Competitiveness Index
UDHR	The Universal Declaration of Human Rights
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	World Tourism Organization
VRS	Variable Returns to Scale
WEF	World Economic Forum
WF	Water Footprint
WTO	WorldTourismOrganization
WTTC	World Travel and Tourism Council
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΑΟΑ	Ανάλυση Οικολογικού Αποτυπώματος
ΔΟΕ	Διεθνής Οργάνωση Εργασίας
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΙΝΣΕΤΕ	Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΜΑ	Μονάδες Αποφάσεων
ΟΑ	Οικολογικό Αποτύπωμα
ΣΔΙΤ	Σύμπραξη Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα
ΥΑ	Υδάτινο Αποτύπωμα

Αντιστοιχίσεις Ελληνικών και Ξενόγλωσσων Όρων

Ξενόγλωσσος Όρος	Ελληνικός Όρος
Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage	Σύμβαση για την Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς
Convention on Biological Diversity	Σύμβαση για τη Βιολογική Ποικιλομορφία
Data Envelopment Analysis	Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων
Ecological Footprint	Οικολογικό Αποτύπωμα
Ecological Footprint Analysis	Ανάλυση Οικολογικού Αποτυπώματος
Global Code of Ethics for Tourism	Παγκόσμιος Κώδικας Δεοντολογίας για τον Τουρισμό
GrossDomesticProduct	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
International Council of Monuments and Sites	Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τόπων
International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance	Χάρτα του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας
International Labour Organization	Διεθνής Οργάνωση Εργασίας
League of Nations Committee of Experts	Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών
Travel and Tourism Competitiveness Index	Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας
United Nations Convention on the Law of the Sea	Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για το Δίκαιο της Θάλασσας
Universal Declaration of Human	Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων
Water Footprint	Υδάτινο Αποτύπωμα
World Economic Forum	Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ
World Tourism Organization	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού
World Travel and Tourism Council	Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού

Περίληψη

Στην παρούσα διατριβή πραγματοποιείται ανάλυση της ανταγωνιστικότητας του εγχώριου τουρισμού σε επίπεδο οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα. Η μεθοδολογία που υιοθετείται βασίζεται στη βιβλιογραφική έρευνα, σε συνδυασμό με την ανάλυση στατιστικών στοιχείων από δευτερογενείς πηγές, όπως αποθετήρια δημόσιων στατιστικών υπηρεσιών.

Ως «τουρισμός» ορίζεται το κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο κατά το οποίο τα άτομα μετακινούνται και διαμένουν εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για περιορισμένο χρονικό διάστημα για διάφορους σκοπούς. Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί τον πιο δυναμικό κύριο πυλώνα της οικονομίας της και αναπτύσσεται συνεχώς, παράγοντας που είναι ορατός και στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν με συνολική συνεισφορά περίπου 25%. Οι διεθνείς αφίξεις μη κατοίκων το έτος 2019 ανήλθαν σε 31,3 εκατομμύρια και απέφεραν 17,7 δισεκατομμύρια ευρώ σε εισπράξεις. Με 18 Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς που έχουν χαρακτηριστεί από την UNESCO και έναν τεράστιο αριθμό νησιών και ακτών, η Ελλάδα αποτελεί δημοφιλή προορισμό για την παγκόσμια τουριστική κινητικότητα.

Η επιτυχία ενός τουριστικού προορισμού συνδέεται άμεσα με τη συγκριτική ανταγωνιστικότητά του. Αρχικά, για την ανάλυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού ανά περιφέρεια, αποσαφηνίζονται οι έννοιες που θα αναλυθούν και περιγράφεται το εννοιολογικό υπόβαθρο. Στη συνέχεια, αναλύονται τα διαθέσιμα στατιστικά και βιβλιογραφικά δεδομένα με τη χρήση της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων και μελετάται ο ρόλος του μεγέθους του ελληνικού κράτους στην ανταγωνιστικότητα, λαμβάνοντας υπόψη τον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (TTCI). Τα αποτελέσματα είναι σε θέση να αναλύσουν την

ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα των περιφερειών της ελληνικής
επικράτειας.

Abstract

In this thesis, an analysis is carried out regarding the competitiveness of domestic tourism at the level of local government organizations in Greece. The adopted methodology is based on literature research combined with the analysis of statistical data from secondary sources, such as repositories of public statistical services.

Tourism is defined as the social, cultural, and economic phenomenon whereby people move and stay outside their usual environment for a limited period for various purposes. Tourism in Greece is the most dynamic main pillar of its economy and is constantly growing, a factor that is also visible in the Gross Domestic Product with a total contribution of about 25%. International non-resident arrivals in the year 2019 amounted to 31.3 million and generated 17.7 billion euros in profit. With 18 World Heritage Sites designated by UNESCO and a vast number of islands and coasts, Greece is a popular destination for global tourism mobility.

The success of a tourist destination is directly linked to its comparative competitiveness. First, to analyze tourism competitiveness by region, the concepts to be analyzed are clarified and the conceptual background is described. Then, the available statistical data are analyzed using Data Envelopment Analysis (DEA) and the role of the size of the Greek state in competitiveness is studied, considering the Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI). The results can analyze the competitiveness of the tourism sector of the regions of the Greek territory.

1 Εισαγωγή

1.1 Σκοπός και Υπόβαθρο Διπλωματικής Εργασίας

Ο σκοπός της εργασίας είναι να αναλύσει την ανταγωνιστικότητα του εγχώριου τουρισμού σε επίπεδο οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα. Η μελέτη θα εξετάσει την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα στις περιφέρειες της Ελλάδας, χρησιμοποιώντας δεδομένα από δευτερογενείς πηγές και την Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων (DEA), καθώς και τον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (TTCI).

1.2 Ανάλυση Κεφαλαίων

Στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας, επιχειρείται η αποσαφήνιση των βασικών εννοιών και σκιαγραφείται το εννοιολογικό υπόβαθρο. Συγκεκριμένα, δίδεται ο ορισμός του φαινομένου του τουρισμού, των ιστορικών στοιχείων που τον διέπουν -εγχώρια αλλά και παγκόσμια, των μορφών τουρισμού -εναλλακτικών και βιώσιμων, του θεσμικού καθεστώτος που διέπει τον τουρισμό, της οικονομικής δυναμικής, αλλά και κάποιων δεικτών ανταγωνιστικότητας και παρουσίαση των ελληνικών περιφερειών.

Στο τρίτο κεφάλαιο ακολουθεί η μεθοδολογική έρευνα - ανάλυση: Συγκριμένα, γίνεται περιγραφή της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων (Data Envelopment Analysis - DEA), των μοντέλων και διατυπώσεων της, καθώς και των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων της. Στη συνέχεια γίνεται εφαρμογή της DEA για την ανάλυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στις ελληνικές περιφέρειες, με στατιστικά από το INΣΕΤΕ.

Τέλος στο τέταρτο κεφάλαιο ακολουθούν τα συμπεράσματα και η συζήτηση: Γίνεται δηλαδή ανακεφαλαίωση των κυριότερων ευρημάτων της έρευνας και

παρουσίαση των συμπερασμάτων, καθώς και των προτάσεων για μελλοντικές ερευνητικές κατευθύνσεις και στρατηγικές κατευθύνσεις.

2 Αποσαφήνιση Εννοιών και Εννοιολογικό Υπόβαθρο

Η διαδικασία που θα ακολουθηθεί σε αυτό το κεφάλαιο είναι η αποσαφήνιση των θεμελιωδών εννοιών που θα χρησιμοποιηθούν σε όλο το εύρος της παρούσας εργασίας. Τα αποτελέσματα και οι ερμηνείες θα επιτρέψουν στον αναγνώστη της διπλωματικής εργασίας να κατανοήσει το εύρος της αναζήτησης που έγινε για την αποσαφήνιση των υπό εξέταση όρων. Ακόμη, θα μας επιτρέψει να διατυπώσουμε ορθολογικές και αυστηρά δομημένες προτάσεις σχετικά με το θέμα μας που είναι ο τουρισμός, ένα θέμα που έχει τεράστια έκταση, πολιτισμική και οικονομική.

2.1 Ορισμός του Τουρισμού

Η λέξη «τουρισμός»¹(Βικιλεξικό;, 2022)είναι αρχαιοτάτη και έχει αναπτυχθεί σημαντικά ως φαινόμενο και -κυρίως- ως κοινωνικό δικαίωμα του ατόμου στην ξεκούραση και αναψυχή, ειδικά στα χρόνια μετά το 1950(Tsartas et al., 2014).

Σύμφωνα με τον ορισμό που έδωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WorldTourismOrganization - WTO) ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η προσωρινή, βραχυπρόθεσμη μετακίνηση ανθρώπων σε προορισμούς εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς, οι οποίοι περιλαμβάνουν είτε διαμονή σε τοπικές κοινότητες ή συμμετοχή σε αυτές, είτε επίσκεψη σε αξιοθέατα(Gina Ionela et al., 2020)(World Tourism Organization, 2011).Εντούτοις, ο ορισμός του WTOδεν είναι ο μόνος. Ο τουρισμός είναι ένα πολύπλευρο φαινόμενο που περιλαμβάνει διάφορες διαστάσεις, συμπεριλαμβανομένων κοινωνικών, πολιτιστικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών

¹ Τουρισμός < (άμεσο δάνειο) γαλλική tourisme< αγγλική tourism< λατινική tornare.

παραγόντων. Στην πλειάδα των ορισμών που μπορεί να συναντηθούν κατά την αναζήτηση του όρου τουρισμός συχνά συναντώνται και οι εξής:

1. Μια μορφή ταξιδιού για αναψυχή, ψυχαγωγία ή επαγγελματικούς σκοπούς (Franklin, 2003).
2. Ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο, το οποίο συνεπάγεται τη μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες ή τόπους εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για προσωπικούς ή επαγγελματικούς/επαγγελματικούς σκοπούς (Woodside & Martin, 2008).
3. Μια δραστηριότητα η οποία είναι αμιγώς συνδεδεμένη με την προετοιμασία και την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού (συνήθως μεγάλου), όπως επίσης και η παραμονή στον νέο τόπο άφιξης, το ταξίδι επιστροφή αλλά και τέλος, τις αναμνήσεις που προέρχονται από όλη αυτή την εμπειρία. Ακόμη, εντάσσονται και οι δραστηριότητες των τουριστών οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτού του ταξιδιού (όπως οι αγορές τοπικών προϊόντων και οι δαπάνες, αλλά και οι αλληλεπίδραση που αναπόφευκτα συμβαίνει μεταξύ ξένων και ντόπιων κατοίκων – καθώς και τις επιπτώσεις που μπορεί να προκύψουν από την τριβή των διαφορετικών πολιτισμικών πλαισίων) (Mill & Morrison, 1992).
4. Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να μένει κάποιος μακριά από τον τόπο όπου είναι η μόνιμη διαμονή του για λόγους είτε διασκέδασης, είτε ανάπαυσης, είτε εμπλουτισμού των εμπειριών του, είτε ανύψωσης του μορφωτικού και πνευματικού του επιπέδου μέσω της παρουσίας νέων ανθρώπων εμπειριών και από τις εικόνες μιας άγνωστης σε αυτόν φύσης (Gartner, 1996).
5. Ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των δραστηριοτήτων που συμβαίνουν όταν οι άνθρωποι ταξιδεύουν και διαμένουν κάπου αλλού εκτός της

συνήθους τοποθεσίας τους, με την προϋπόθεση ότι ούτε το ταξίδι ούτε η διαμονή οδηγούνται από την επιθυμία να συμμετάσχουν σε οποιαδήποτε κερδοφόρα δραστηριότητα(Hunziker & Krapf, 1942).

Η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών (League of Nations Committee of Experts), το 1937 προέτρεψε τις κυβερνήσεις και τα μέλη να ορίσουν ως «*τουρίστα*» κάποιον που ταξιδεύει για τουλάχιστον είκοσι τέσσερις (24) ώρες σε μια χώρα διαφορετική από τη χώρα μόνιμης διαμονής του. Αυτή ήταν η πρώτη προσπάθεια ορισμού του τουρισμού. Ο τουρισμός περιεγράφηκε περαιτέρω από τους Hunziker&Kraph το 1942 όπως είδαμε παραπάνω. Οι Hunziker&Kraph αναγνώρισαν ότι οποιοσδήποτε επισκέπτεται μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία διαμένει μόνιμα για οποιονδήποτε άλλο λόγο εκτός από την άσκηση επαγγέλματος για το οποίο αποζημιώνεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται είναι «*επισκέπτης*».

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι, σε αντίθεση με την κοινή πεποίθηση, τα «*ταξίδια*» και ο «*τουρισμός*» δεν είναι το ίδιο πράγμα. Το ταξίδι αναφέρεται στη μετακίνηση ενός ατόμου προς μια κατεύθυνση χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε μέσο μεταφοράς, συμπεριλαμβανομένων των πεζών (βλ. προσκυνητές, πεζοπόροι). Για να γίνει σαφής διάκριση μεταξύ των εννοιών του ταξιδιού και του τουρισμού πρέπει να πληρούνται οι ακόλουθες τρεις προϋποθέσεις(Κοσμοπούλου, 2017):

1. Η μετακίνηση του ατόμου πρέπει να είναι εκτός του τυπικού περιβάλλοντος στο οποίο βρίσκεται το άτομο.
2. Το ταξίδι πρέπει να πραγματοποιείται για διαφορετικό σκοπό από αυτόν για τον οποίο ο τουρίστας πληρώνεται.
3. Η διάρκεια δεν πρέπει να υπερβαίνει μια ορισμένη χρονική περίοδο (συνήθως 6 μήνες ως μέγιστο όριο).

2.1.1 Εισαγωγή στην Έννοια του Τουρισμού

Ως η μεγαλύτερη «επιχείρηση» στον κόσμο, ο τουρισμός έχει ολοένα και μεγαλύτερη επιρροή στην οικονομική και κοινωνική ζωή δισεκατομμυρίων ανθρώπων. Είναι ένα σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Πιο συγκεκριμένα, η οικονομική σημασία του τουρισμού περιλαμβάνει (μεταξύ άλλων) την πραγματοποίηση επενδύσεων για την ανάπτυξη υποδομών, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, τη δημιουργία χρημάτων και εσόδων (τουριστικών και μη), τη συμβολή των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον τουρισμό στους εθνικούς φόρους και την επίδρασή του στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ, GrossDomesticProduct - GDP). Οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις για τα έτη 2005 έως 2012[Πίνακας 2.1], παρέχουν στοιχεία για το ρόλο που διαδραματίζει ο τουρισμός στην παγκόσμια οικονομία(Tsartas et al., 2014).

Πίνακας 2.1: Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις 2005-2012.

Έτος	Τουριστικές Εισπράξεις (σε δις. Δολάρια \$)	Μεταβολή
2005	680	
2006	746	9,7%
2007	860	15,3%
2008	944	9,8%
2009	856	-9,3%
2010	930	8,6%
2011	1042	12,0%
2012	1075	3,2%

Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρήθηκε κατακόρυφη αύξηση των ταξιδιών και ιδίως των αφίξεων ξένων επισκεπτών. Ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων έχει αυξηθεί σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες. Σύμφωνα με τον UNWTO ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε από 25 εκατομμύρια το 1950 σε 1,4 δισεκατομμύρια το 2018, σημειώνοντας έτσι αύξηση 56 φορές. Η αύξηση αυτή οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως οι βελτιώσεις στις μεταφορές και τις επικοινωνίες, η αυξημένη παγκοσμιοποίηση και ευημερία, καθώς και η ανάπτυξη

νέων προορισμών και αξιοθέατων. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας δεν ήταν σταθερή με την πάροδο των ετών και επηρεάστηκε από διάφορα γεγονότα, όπως οικονομικές υφέσεις, φυσικές καταστροφές και πολιτικές αναταραχές. Παρά τις προκλήσεις αυτές, η τουριστική βιομηχανία παρέμεινε σημαντικός συντελεστής της παγκόσμιας οικονομίας και αναμένεται να συνεχίσει να εξελίσσεται και στο μέλλον (World Tourism Organization, 2021).

Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται κυρίως στην οικονομική επέκταση, στην αύξηση του ελεύθερου χρόνου, στην καλύτερη συγκοινωνία και σε άλλους οικονομικούς και κοινωνικούς λόγους. Ωστόσο, παρά τη σημαντική ανάπτυξη της τουριστικής ζήτησης, αυτή δεν εκδηλώνεται με συνεπή τρόπο σε παγκόσμια κλίμακα και παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις μεταξύ των μεγάλων γεωγραφικών περιοχών και των εθνών. Παρά το γεγονός ότι οι συνολικές αφίξεις αυξάνονται σταδιακά σε απόλυτους αριθμούς, εξακολουθούν να υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις, όπως (Tsartas et al., 2014):

1. Όσον αφορά τις αφίξεις τουριστών, η Ευρώπη εξακολουθεί να κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, αλλά από τη δεκαετία του 1960 χάνει σταθερά έδαφος.
2. Η Αμερική χάνει επίσης έδαφος, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι ταξιδιώτες και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες μετατοπίζουν τις προτιμήσεις τους από καθιερωμένους προορισμούς σε ανεπτυγμένες οικονομικά περιοχές προς περιοχές - έθνη που βρίσκονται σε οικονομική μετάβαση.
3. Αναπτύσσονται οι χώρες της Ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού Ωκεανού οι οποίες συνιστούν νέες, φθηνές, ελκυστικές αγορές με ελκυστικό προϊόν.

4. Αύξηση καταγράφουν και χώρες της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής αλλά μικρότερη σε σχέση με την Ανατολική Ασία για μια πληθώρα κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών λόγων.

Στην Ευρώπη, παράγοντες όπως η παγκόσμια οικονομική επιβράδυνση, οι ανησυχίες για την ασφάλεια και οι αλλαγές στις καταναλωτικές προτιμήσεις συνέβαλαν στη μείωση του αριθμού των τουριστών. Ταυτόχρονα, η Νοτιοανατολική Ασία έχει γίνει ολοένα και πιο δημοφιλής προορισμός για τους διεθνείς τουρίστες, προσελκύοντας επισκέπτες με τον ποικίλο πολιτισμό της, τα όμορφα τοπία της και τις προσιτές τιμές (World Tourism Organization, 2021). Ακόμη κρίνεται σκόπιμο να συζητηθεί και το γεγονός ότι υπάρχει μια σύγχρονη τάση να απορρίπτονται παραδοσιακά, εξαρτώμενα από τον τουρισμό περιβάλλοντα (όπως π.χ., η Βαρκελώνη τα τελευταία χρόνια) και η Ευρώπη είναι κατεξοχήν τέτοιο περιβάλλον (Martín Martín et al., 2018).

Με την Αμερική να χάνει μερίδιο αγοράς και την Ευρώπη να εξακολουθεί να κατέχει την πλειοψηφία των τουριστικών αφίξεων, υποδηλώνετε ότι οι προτιμήσεις των ταξιδιωτών και των τουριστικών πρακτόρων μετατοπίζονται από καθιερωμένους προορισμούς σε ανεπτυγμένες οικονομικές περιοχές προς περιοχές / έθνη που βρίσκονται σε οικονομική μετάβαση. Αυτές οι τάσεις αναμένεται να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στον τρόπο με τον οποίο θα εξελιχθεί το τουριστικό φαινόμενο τα επόμενα χρόνια, καθώς και στο πώς πολλά έθνη της ομάδας των αναδυόμενων οικονομιών θα μπορέσουν να ενσωματωθούν οικονομικά και κοινωνικά (Tsartas et al., 2014). Οι προτιμήσεις των τουριστών όσον αφορά τους ταξιδιωτικούς προορισμούς μπορεί να ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό και τόσο οι αναδυόμενες οικονομίες όσο και οι καθιερωμένοι προορισμοί έχουν τα δικά τους μοναδικά αξιοθέατα και πλεονεκτήματα. Ορισμένοι τουρίστες μπορεί να έλκονται από τις αναδυόμενες

οικονομίες λόγω της ευκαιρίας να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς, να εξερευνήσουν αχαρτογράφητα εδάφη και να απολαύσουν χαμηλότερο κόστος. Ταυτόχρονα, οι καθιερωμένοι προορισμοί προσφέρουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να γνωρίσουν παγκοσμίου φήμης αξιοθέατα, να απολαύσουν υψηλό επίπεδο άνεσης και ασφάλειας και να ασχοληθούν με μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (World Tourism Organization, 2021).

Η τουριστική ζήτηση εξελίσσεται από τις παραδοσιακές μακρές διακοπές μεγάλης διάρκειας, μία ή δύο φορές το χρόνο, προς διακοπές μικρότερης διάρκειας, αλλά πιο σποραδικά κατανεμημένες μέσα στο έτος (Tsartas et al., 2014). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της τάσης είναι οι σύντομες διακοπές «Σαββατοκύριακου», οι οποίες κερδίζουν έδαφος στις προτιμήσεις των τουριστών, ιδίως εκείνων που ζουν σε μεγάλα αστικά κέντρα. Η αλλαγή αυτή δημιουργεί προβλήματα ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας για τους προορισμούς (όπως π.χ., σε χώρες που δεν βρίσκονται σε άμεση γειτνίαση με τις κύριες χώρες αποστολής τουριστών) (Tsartas et al., 2014).

2.1.2 Ιστορικό Υπόβαθρο

Η ιδέα της φιλοξενίας ήταν θεμελιώδης για τα ταξίδια των τύποις «τουριστών» στην αρχαία Ελλάδα και ο Ξένιος Ζευς αντιπροσώπευε τον προστάτη των οικοδεσποτών και των επισκεπτών. Η φιλοξενία ή «ξενία» στον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό θεωρούνταν ιερό καθήκον και θεωρούνταν σημαντικός τρόπος για τη διατήρηση καλών σχέσεων μεταξύ διαφορετικών πόλεων-κρατών και κοινοτήτων. Ο θεός Δίας, όπως είπαμε, θεωρούνταν προστάτης των ταξιδιωτών και των επισκεπτών, και ήταν σύνηθες για τους οικοδεσπότες να προσφέρουν φαγητό, ποτό και ένα μέρος για να μείνουν στους επισκέπτες. Η ιδέα της φιλοξενίας ήταν τόσο σημαντική στην

αρχαία Ελλάδα, ώστε περιλαμβανόταν ακόμη και στους νόμους, με τιμωρίες για όσους δεν εκπλήρωναν τα καθήκοντά τους ως οικοδεσπότες.

Αυτή η παράδοση της φιλοξενίας είχε διαρκή αντίκτυπο στην ανάπτυξη του τουρισμού και της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, με πολλούς πολιτισμούς να συνεχίζουν να δίνουν μεγάλη αξία στη σημασία της παροχής μιας ζεστής και φιλόξενης εμπειρίας στους επισκέπτες(Christou, 2022).Οι κάτοικοι των πόλεων που φιλοξενούσαν σημαντικές θρησκευτικές ή αθλητικές εκδηλώσεις υποδέχονταν τους ανθρώπους στα σπίτια τους χωρίς να χρεώνουν αμοιβή, καθώς η φιλοξενία ήταν νομική απαίτηση. Τα πρώτα πανδοχεία κατά μήκος των δρόμων επηρεάστηκαν από τα έθιμα υποδοχής και φιλοξενίας που επιβάλλονταν κατά κάποιον τρόπο σε συνδυασμό με τη διεξαγωγή των προαναφερθέντων εκδηλώσεων.

Από την άλλη πλευρά, η ηθική τάξη απαιτούσε από τις λιγότερο εύπορες τάξεις των ταξιδιωτών να έχουν δωρεάν κατάλυμα. Οι πρώτες ενδείξεις για τη λειτουργία ενός τέτοιου πανδοχείου στην ανατολική Μεσόγειο βρέθηκαν στην Κρήτη, όπου χρονολογούνται στο 1500 π.Χ. Το παλαιότερο ελληνικό πανδοχείο βρέθηκε από τους αρχαιολόγους τον 5^ο αιώνα π.Χ. στις Πλαταιές της Βοιωτίας, δίπλα στο ναό της Ήρας. Η θέση του κτιρίου και η χωρητικότητά του, η οποία ανερχόταν σε 150 δωμάτια κατανεμημένα σε δύο επίπεδα, δείχνουν ότι υπήρχε μεγάλη κινητικότητα(Βαρβαρέσος, 2005).Μερικά από τα οικοδομήματα αυτά που φιλοξενούσαν ταξιδιώτες στην αρχαία Ελλάδα ήταν τα εξής (Christou, 2022):

- 1. Πανδοχεία:** Πρόκειται για καταστήματα που προσέφεραν φαγητό, ποτό και διαμονή σε ταξιδιώτες που περνούσαν από την περιοχή. Ορισμένα πανδοχεία ήταν απλά, με μόνο μια στέγη που προστάτευε τους επισκέπτες από τα στοιχεία της φύσης, ενώ άλλα ήταν πιο περίτεχνα, με πολλά δωμάτια και ιδιωτικά λουτρά.

2. Ταβέρνες / καπελειά: Ήταν μέρη όπου οι ταξιδιώτες μπορούσαν να σταματήσουν για ένα γεύμα ή ένα ποτό. Ορισμένες ταβέρνες προσέφεραν βασικά καταλύματα για τους ταξιδιώτες, ενώ άλλες επικεντρώνονταν κυρίως στην προσφορά φαγητού και ποτού.
3. Ξενώνες: Πρόκειται για πιο ιδιωτικές εγκαταστάσεις, συνήθως ιδιοκτησίας πλούσιων οικογενειών, που προσέφεραν διαμονή σε επισκέπτες. Σε αντίθεση με τα πανδοχεία και τις ταβέρνες, οι ξενώνες βρίσκονταν συνήθως μέσα σε ιδιωτικά σπίτια και προσέφεραν μια πιο οικεία και προσωπική εμπειρία στους ταξιδιώτες.
4. Δίαυλοι: Πρόκειται για εγκαταστάσεις που προσέφεραν βασικά καταλύματα για τους ταξιδιώτες, συνήθως με κοινόχρηστο ύπνο και περιορισμένες εγκαταστάσεις. Οι δίαυλοι χρησιμοποιούνταν συχνά από ταξιδιώτες που περνούσαν από την περιοχή και χρειάζονταν ένα μέρος για να μείνουν για σύντομο χρονικό διάστημα.

Αυτές οι μορφές διαμονής στην αρχαία Ελλάδα έπαιζαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη των ταξιδιών και του τουρισμού, παρέχοντας στους ταξιδιώτες ένα μέρος για να ξεκουραστούν και να ανανεωθούν ενώ βρίσκονταν στο δρόμο(Christou, 2022). Χιλιάδες χρόνια αργότερα, τα πρώτα ξενοδοχεία άρχισαν να εμφανίζονται στο νεοσύστατο Ελληνικό κράτος μετά την Οθωμανική κατοχή. Το πρώτο ξενοδοχείο του Ναυπλίου ιδρύθηκε το 1834 και είχε τον τίτλο «*Ξενοδοχείον του Λονδίνου*» και ήταν ένα διώροφο κτίριο με οκτώ δωμάτια[**Σχήμα 2.1**]. Έξι χρόνια αργότερα, το 1840, το Ναύπλιο απέκτησε το δεύτερο ξενοδοχείο του, στο οποίο δόθηκε το δελεαστικό όνομα «*Αφθονία*». Το πρώτο ξενοδοχείο της Αθήνας είναι το «*Hoteld'Europe*» (Ξενοδοχείο της Ευρώπης) με έτος ίδρυσης το 1832 και βρίσκονταν στην οδό Αιόλου και απευθύνονταν σε εμπόρους(Μανιατέα, 2022).



Σχήμα 2.1: Ξενοδοχείον του Λονδίνου, Ναύπλιο, Ελλάδα, 1834 (sarik, 2022).

Ωστόσο, η φιλοξενία θεωρούνταν θεμελιώδες ανθρώπινο δικαίωμα ακόμη και στην αρχαία Ρώμη (Βαρβαρέσος, 2005) για να επιστρέψουμε στην αρχαιότητα. Το κράτος κατασκεύαζε πανδοχεία κατά μήκος των μεγάλων οδικών αξόνων, όπου οι ταξιδιώτες μπορούσαν να γευματίζουν και να διανυκτερεύουν δωρεάν, ώστε να τους παρέχετε προστατευμένη διανυκτέρευση.

Τα πρώτα κερδοσκοπικά πανδοχεία άνοιξαν παράλληλα με τα «κοινωνικά πανδοχεία». Το κοινωνικό στοιχείο του τουρισμού αντικαταστάθηκε από την «εμπορευματοποίηση». Αυτού του είδους τα πανδοχεία θα γίνουν τόσο φημισμένα ως εγκληματικοί στόχοι, όπως κλοπή εμπορευμάτων, ληστειάτων φιλοξενούμενων και πορνεία, ώστε το κράτος θα παρέμβει και θα επιβάλει κανονισμούς για την εποπτεία της λειτουργίας τους.

Η μοναδική κοινωνική πολιτική του ρωμαϊκού κράτους επεκτεινόταν πέρα από την ανάπτυξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων και περιλάμβανε τη δωρεάν παροχή φαγητού και κρασιού στους πολυάριθμους μη προνομιούχους ταξιδιώτες που επισκέπτονταν τα κρατικά πανδοχεία.

Μαζικές διακοπές καταγράφονται και στην αρχαιότητα. Η ανάγκη για βίλες διακοπών κοντά στις πόλεις αυξήθηκε ως αποτέλεσμα της ίδρυσης σημαντικών αστικών κέντρων όπως η Αλεξάνδρεια και η Αντιόχεια από τον Μέγα Αλέξανδρο. Ως αριστοκρατική πολυτέλεια, ο Καίσαρας Αύγουστος καθιέρωσε τις «θερινές διακοπές», οι οποίες πραγματοποιούνταν τον μήνα Αύγουστο (Feriae Augusti)(Christou, 2022; Βαρβαρέσος, 2005).

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, η ανάγκη για γεωργική εργασία ήταν εποχιακή, με αποτέλεσμα πολλοί αγρότες να έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο κατά τη διάρκεια του έτους. Η Εκκλησία αναγνώριζε τη σημασία της παροχής ευκαιριών για ξεκούραση στους εργάτες, με αποτέλεσμα να διατάσσει συχνές υποχρεωτικές αργίες που έπρεπε να τηρούνται από τον αγροτικό πληθυσμό.

Αυτές οι διακοπές παρείχαν στους αγρότες την ευκαιρία να ταξιδέψουν και να εξερευνήσουν, και σε πολλές περιπτώσεις αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη πρώιμων μορφών τουρισμού. Τα προσκυνήματα, για παράδειγμα, έγιναν δημοφιλή κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα και πολλοί άνθρωποι ταξίδευαν για να επισκεφθούν ιερά προσκυνήματα και τόπους, περνώντας συχνά αρκετές εβδομάδες ή και μήνες στο δρόμο. Η αναγνώριση της σημασίας της ανάπαυσης και του ελεύθερου χρόνου για την ευημερία του αγροτικού πληθυσμού από την Εκκλησία είχε διαρκή αντίκτυπο στην ανάπτυξη του τουρισμού και έθεσε τα θεμέλια για πολλές από τις παραδόσεις ταξιδιών και αναψυχής που εξακολουθούν να τηρούνται σήμερα(Christou, 2022).

Άλλα παραδείγματα πρώιμων μορφών τουρισμού στην αρχαιότητα και τον Μεσαίωνα είναι τα εξής(Christou, 2022):

1. Προσκυνήματα: Τα προσκυνήματα ήταν δημοφιλή κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα και πολλοί άνθρωποι ταξίδευαν για να επισκεφθούν ιερά προσκυνήματα και τόπους, περνώντας συχνά αρκετές εβδομάδες ή και μήνες στο

δρόμο. Αυτό ήταν μια μορφή θρησκευτικού τουρισμού και συχνά θεωρούνταν ως ένας τρόπος για να επιτύχει κανείς πνευματική φώτιση και να κερδίσει συγχώρεση για τις αμαρτίες του.

2. Εμποροπανηγύρεις: Οι εμποροπανηγύρεις διοργανώνονταν σε διάφορες πόλεις σε όλη τη διάρκεια του Μεσαίωνα και προσέλκυαν εμπόρους, εμπόρους και άλλους ταξιδιώτες από μακριά και πολύ μακριά. Αυτές οι εμποροπανηγύρεις παρείχαν στους ανθρώπους την ευκαιρία να αγοράσουν και να πουλήσουν αγαθά, ενώ αποτέλεσαν επίσης μια μορφή πρώιμου τουρισμού, με τους επισκέπτες να έρχονται για να δουν τα αξιοθέατα, να γνωρίσουν τον τοπικό πολιτισμό και να συμμετάσχουν στις εορταστικές εκδηλώσεις.
3. Λουτροπόλεις: Οι λουτροπόλεις έγιναν δημοφιλείς κατά τη διάρκεια της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και συνέχισαν να αποτελούν δημοφιλή προορισμό κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα. Οι άνθρωποι ταξίδευαν σε αυτές τις πόλεις για να επωφεληθούν από τις φυσικές θερμές πηγές, οι οποίες πίστευαν ότι είχαν θεραπευτικές και θεραπευτικές ιδιότητες. Οι άνθρωποι ταξίδευαν για λόγους υγείας από την αρχαιότητα. Για παράδειγμα, στην αρχαία Ελλάδα, οι άνθρωποι ταξίδευαν στην Κω να επωφεληθούν από τις θεραπευτικές ιδιότητες των θερμών πηγών. Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, οι λουτροπόλεις, όπως το Bath στην Αγγλία, έγιναν δημοφιλείς προορισμοί για όσους αναζητούσαν να βελτιώσουν την υγεία και την ευεξία τους (Gianfaldoni et al., 2017).
4. Διακοπές πόλεων: Οι διακοπές πόλεων, ή τα σύντομα ταξίδια σε πόλεις για αναψυχή και ψυχαγωγία, ήταν δημοφιλή από την αρχαιότητα. Κατά τον Μεσαίωνα, οι άνθρωποι ταξίδευαν σε πόλεις για να παρακολουθήσουν φεστιβάλ, να παρακολουθήσουν παραστάσεις και να συμμετάσχουν σε άλλες μορφές ψυχαγωγίας.

5. Μεγάλες περιηγήσεις: Τον 16^ο και 17^ο αιώνα, οι πλούσιοι νέοι Ευρωπαίοι άνδρες ξεκινούσαν συχνά μια «μεγάλη περιοδεία» στην Ευρώπη, συνοδευόμενοι από έναν δάσκαλο, ως τελετουργία μετάβασης. Οι περιηγήσεις περιλάμβαναν στάσεις σε μεγάλες πόλεις, πολιτιστικούς χώρους και άλλους ενδιαφέροντες προορισμούς και συχνά θεωρούνταν ως ένας τρόπος να διευρύνει κανείς τη μόρφωσή του και να αποκτήσει επαφή με νέες ιδέες και πολιτισμούς. Αν και συνδέθηκε κυρίως με τη βρετανική αριστοκρατία και τους πλούσιους γαιοκτήμονες, παρόμοια ταξίδια έκαναν και πλούσιοι νέοι άλλων προτεσταντικών εθνών της Βόρειας Ευρώπης και, από το δεύτερο μισό του 18^{ου} αιώνα, ορισμένοι Νοτιοαμερικανοί και Βορειοαμερικανοί (Chaney, 2000).
6. Τουρισμός περιπέτειας - Ο τουρισμός περιπέτειας έχει μακρά ιστορία, με τους ανθρώπους να ταξιδεύουν σε αναζήτηση ενθουσιασμού και περιπέτειας από την αρχαιότητα. Για παράδειγμα, οι αρχαίοι Έλληνες ήταν γνωστοί για την αγάπη τους για την περιπέτεια και την εξερεύνηση και τα επικά τους ποιήματα, όπως η Οδύσσεια, περιγράφουν ταξίδια σε μακρινές χώρες και συναντήσεις με εξωτικά πλάσματα.

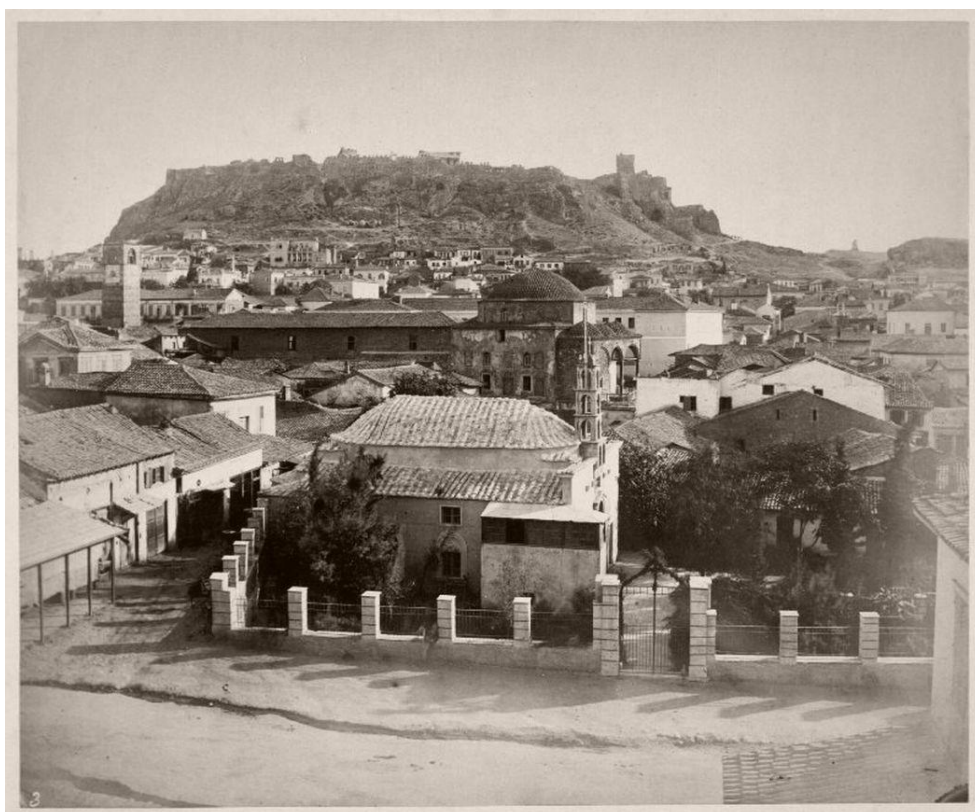
Φεύγοντας από την αρχαιότητα και τον Μεσαίωνα, στο δεύτερο μέρος του 18^{ου} αιώνα ξεκίνησε το φαινόμενο της «Βιομηχανικής Επανάστασης», η οποία είχε ως αποτέλεσμα μια σημαντική οικονομική, κοινωνική και τεχνική επανάσταση που αργότερα θα επεκτεινόταν και στον υπόλοιπο κόσμο. Οι προσαρμογές αυτές προκάλεσαν μετανάστευση από τις αγροτικές περιοχές προς τις ταχέως αναπτυσσόμενες μεγάλες πόλεις, οι οποίες απαιτούσαν εργατικό δυναμικό για τις αναδυόμενες βιομηχανίες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να προκύψουν νέες κοινωνικές τάξεις. Οι καινοτομίες στον τομέα των μεταφορών ήταν επίσης καθοριστικής σημασίας. Η ανάπτυξη του ελεύθερου χρόνου, τα νέα είδη ψυχαγωγίας και τα ταξίδια

επηρεάστηκαν από τις εξελίξεις στις μεταφορές εμπορευμάτων και επιβατών. Οι άνθρωποι ταξίδευαν ως επί το πλείστον με τρένο, εκμεταλλευόμενοι το γεγονός ότι τα σιδηροδρομικά δίκτυα συνέδεαν σχεδόν όλους τους μεγάλους προορισμούς στην Ευρώπη,

Τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία ιδρύθηκαν τον 19^ο αιώνα και οι Thomas Cook & Sons προσέφεραν τις πρώτες ομαδικές εκδρομές αναλαμβάνοντας τη μεταφορά, τη διαμονή και τα εισιτήρια ώστε να μειώσουν τις τιμές. Αυτή θα μπορούσε να είναι η αρχή αυτού που σήμερα θεωρούμε ως οργανωμένες διακοπές. Μπορούμε να παρατηρήσουμε οργανωμένες τουριστικές αφίξεις ακόμη και στην Ελλάδα του 19^{ου} αιώνα [Error! Unknown switch argument., Error! Unknown switch argument.,(MonoVisions Black & White Photography Magazine, 2019)].

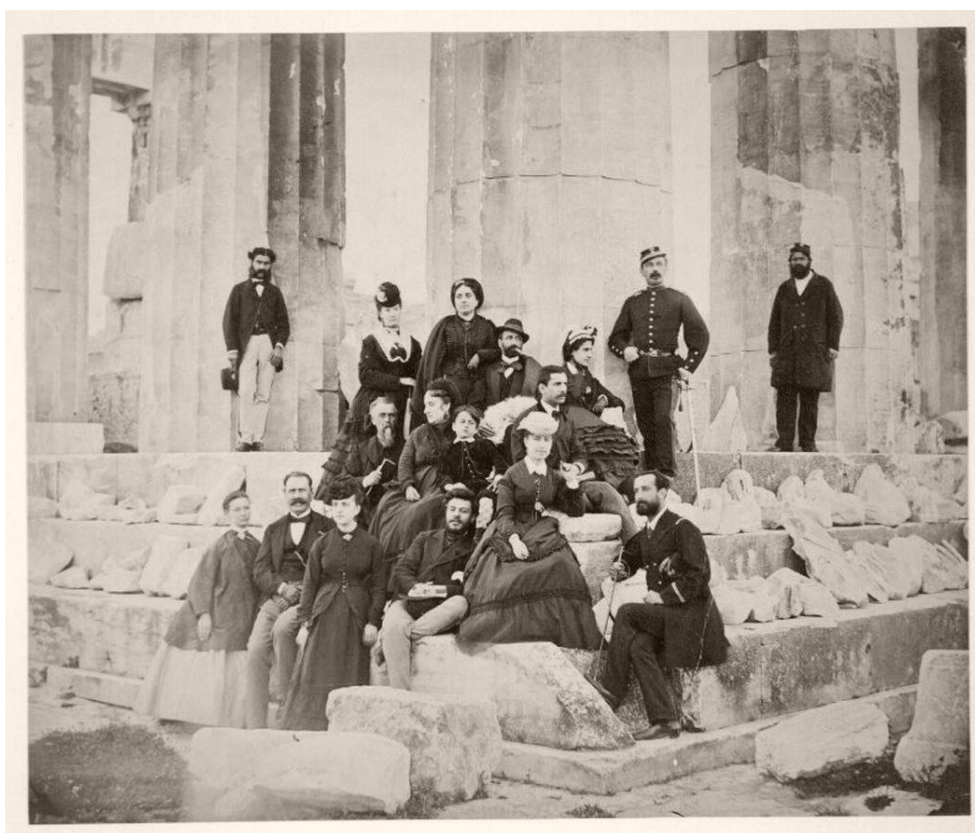
Στο πρώτο μισό του 20^{ου} αιώνα, η τουριστική βιομηχανία συνέχισε να αναπτύσσεται χάρη στη μαζική παραγωγή λεωφορείων και αυτοκινήτων. Ο παράκτιος τουρισμός άρχισε να αποκτά σημασία και μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, οι μεσογειακές ακτές απέκτησαν γρήγορα μεγάλη δημοτικότητα. Επίσης, οι βελτιώσεις στις αερομεταφορές (πτήσεις τσάρτερ) καθώς και η πρόοδος στην εργατική νομοθεσία και η αύξηση της κοινωνικής πρόνοιας οδήγησαν στην έκρηξη του τουρισμού.

Ο τομέας του τουρισμού περιέπεσε σε ύφεση κατά τη δεκαετία του 1970, κυρίως λόγω της ενεργειακής κρίσης. Τότε εμφανίστηκε το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού για πρώτη φορά, επειδή τα ταξίδια δεν ήταν πλέον για τις προνομιούχες κάστες αλλά έγιναν μια δραστηριότητα αναψυχής προσιτή σε πολλούς (Rodríguez, 2020).



Σχήμα 2.2: Μοναστηράκι, Αθήνα, Ελλάδα, 1869.

Σχήμα 2.3: Τουρίστες στον Παρθενώνα, Αθήνα, Ελλάδα, 1860.



2.1.3 Μαζικός Τουρισμός

Ο όρος «μαζικός τουρισμός» αναφέρεται στη ραγδαία αύξηση των διεθνών ταξιδιών και στην αντίστοιχη ανάπτυξη της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας τις τελευταίες δεκαετίες [εντούτοις, εδώ και δεκαετίες, ο μαζικός τουρισμός είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται ευρέως στην τουριστική έρευνα, χωρίς όμως να έχει ακόμη συμφωνηθεί σαφώς ο ορισμός και το περιεχόμενό του (Vainikka, 2013)]. Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως η αύξηση της ευημερίας και του διαθέσιμου εισοδήματος, η βελτίωση των τεχνολογιών μεταφοράς και επικοινωνίας και η εύρεση νέων ταξιδιωτικών προορισμών. Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού είχε σημαντικό αντίκτυπο τόσο στις τοπικές όσο και στις παγκόσμιες οικονομίες, οδηγώντας σε αυξημένο ανταγωνισμό μεταξύ των τουριστικών προορισμών. Ο μαζικός τουρισμός είχε επίσης σημαντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και στις τοπικές κοινότητες, προκαλώντας ανησυχίες σχετικά με τη βιωσιμότητα του τουρισμού ως αναπτυξιακή στρατηγική. Αυτό έχει οδηγήσει σε μια αυξανόμενη συνειδητοποίηση της ανάγκης για πιο υπεύθυνες και βιώσιμες προσεγγίσεις στον τουρισμό που λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες των τοπικών κοινοτήτων και του περιβάλλοντος (Friedman, 2000; Goeldner & Ritchie, 2011).

Ένας άλλος αντίκτυπος του μαζικού τουρισμού είναι η υπερβολική εξάρτηση από λίγους δημοφιλείς προορισμούς, ένα φαινόμενο το οποίο οδηγεί σε πολυκοσμία, αυξημένη πίεση στους πόρους και τις υποδομές και μείωση της ποιότητας της τουριστικής εμπειρίας. Αυτό έχει επίσης οδηγήσει σε ζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός, που προσφέρουν μια πιο αυθεντική και καθηλωτική τουριστική εμπειρία (Page, 2011). Επιπλέον, ο μαζικός τουρισμός συνέβαλε στην ανάπτυξη της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας και δημιούργησε νέες ευκαιρίες απασχόλησης στον τομέα των ταξιδιών

και της φιλοξενίας. Ωστόσο, αυτή η ανάπτυξη έχει επίσης εγείρει ζητήματα όπως η πολιτιστική ιδιοποίηση, η εκμετάλλευση των τοπικών κοινοτήτων και οι αρνητικές επιπτώσεις του υπερπληθυσμού. Τα ζητήματα αυτά αναδεικνύουν την ανάγκη για υπεύθυνες και βιώσιμες προσεγγίσεις στην τουριστική ανάπτυξη (Inkson & Minnaert, 2018).

Η πρώτη αναφορά στον όρο έγινε το 1993 και περιγράφεται στο βιβλίο «*Tourism, Technology and Competitive Strategies*». Πρόκειται για ένα φαινόμενο που χαρακτηρίζεται από τη χρήση τυποποιημένων προϊόντων και τη μαζική κατανάλωση. Εννοιολογικά, αυτός ο τύπος τουρισμού προσφέρει τυποποιημένη αναψυχή (Naumov & Green, 2016). Το βιβλίο περιγράφει μια τουριστική βιομηχανία σε κρίση, μια κρίση αλλαγής και αβεβαιότητας, που προκαλείται από την ταχέως μεταβαλλόμενη φύση της ίδιας της τουριστικής βιομηχανίας. Ο μαζικός τουρισμός, είναι υπεύθυνος για την κοινωνική, πολιτιστική, οικονομική και περιβαλλοντική καταστροφή που αφήνει στο πέρασμά του, και οι πρακτικές του μαζικού τουρισμού πρέπει να αλλάξουν ριζικά στο μέλλον (Poon, 1993). Η έναρξη του μαζικού τουρισμού σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με διάφορες αλλαγές, οι οποίες συνέβησαν στην βιομηχανικές κοινωνίες στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα.

Στην πραγματικότητα, η ιστορία του μαζικού τουρισμού αρχίζει από το 1851, όταν οι Thomas Cook & Sons (όπως είδαμε και στην προηγούμενη ενότητα) έφεραν μια μεγάλη μάζα τουριστών στη Μεγάλη Έκθεση του Λονδίνου (Page, 2011). Η ανάπτυξη των ταξιδιών αναψυχής και η σημασία τους ήταν αποτέλεσμα της αύξησης των δαπανών δύναμης, της προσωπικής κινητικότητας, της ανάπτυξης των μέσων μαζικής μεταφοράς και της διεθνοποίησης στη σύγχρονη κοινωνία (Bramwell, 2004). Η εμφάνιση των αμειβόμενων διακοπών, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και

η ανάπτυξη των σιδηροδρομικών δικτύων και των αεροπορικών μεταφορών, συνέβαλαν στην αύξηση του αριθμού των διακοπών (Segreto et al., 2009).

Η τουριστική περίοδος του 2020 στην Ελλάδα επηρεάστηκε σοβαρά από την πανδημία του κορονοϊού που προκαλεί το σοβαρό οξύ αναπνευστικό σύνδρομο SARS-CoV-2, με αποτέλεσμα ο εισερχόμενος τουρισμός να μειωθεί κατά 78%. Μόνο το 60% των ξενοδοχείων στην Ελλάδα λειτούργησε, με τη μέση πληρότητα κατά τη θερινή περίοδο να πέφτει στο 23%. Η πανδημία οδήγησε σε μια συζήτηση για το μέλλον του τουρισμού στην Ευρώπη, κινούμενη προς ένα νέο μοντέλο που υποστηρίζει τον βιώσιμο τουρισμό. Ο πρόεδρος της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Τουρισμού, Γιάννης Ρέτσος, πιστεύει στην αποτελεσματικότερη διαχείριση των τουριστικών προορισμών για την αποφυγή ζημιών στο περιβάλλον και τις τοπικές κοινωνίες. Ωστόσο, υπάρχει σκεπτικισμός στην τουριστική βιομηχανία σχετικά με την απομάκρυνση από τον μαζικό τουρισμό, καθώς θεωρείται ζωτικής σημασίας για το κύριο προϊόν της Ελλάδας, *«θάλασσα και ήλιος»*. Ορισμένοι στον κλάδο ανησυχούν για το μέλλον των μεγάλων ξενοδοχείων, αν μειωθεί ο μαζικός τουρισμός(economia, 2021).

Από μια διαφορετική σκοπιά,σε ένα άρθρο του 2012(Marzouki et al., 2012), οι Marzoukietal. πραγματεύονται την έννοια του Οικολογικού Αποτυπώματος (OA/EcologicalFootprint - EF) και της Ανάλυσης Οικολογικού Αποτυπώματος (AOA / EcologicalFootprintAnalysis - EFA) ως εργαλεία για τη μέτρηση των επιπτώσεων της ανθρώπινης τουριστικής δραστηριότητας στους γήινους πόρους. Το EF μετρά την έκταση της βιολογικά παραγωγικής χερσαίας και θαλάσσιας έκτασης που απαιτείται για την παραγωγή όλων των πόρων που καταναλώνονται και την απορρόφηση των αντίστοιχων εκπομπών. Η EFA στοχεύει να εκφράσει όλες τις συνιστώσες των επιπτώσεων ως ισοδύναμη, φανταστική έκταση γης. Το άρθρο διερευνά την πιθανή

εφαρμογή της EFA στον τομέα του τουρισμού και αναφέρει μια μελέτη περίπτωσης της εφαρμογής της EFA στην Τυνησία, έναν προορισμό μαζικού τουρισμού. Το άρθρο συγκρίνει ευρήματα με εκείνα που αναφέρονται για τις Σεϋχέλλες, έναν οικοτουριστικό προορισμό υψηλού επιπέδου, και καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ο οικοτουρισμός μπορεί να εξακολουθεί να μην είναι βιώσιμος εάν περιλαμβάνει ταξίδια μεγάλων αποστάσεων (Marzouki et al., 2012).

Ενώ ο οικοτουρισμός θεωρείται συχνά πιο βιώσιμος, η μελέτη των Marzoukietal. διαπίστωσε ότι μπορεί να μην είναι πλήρως βιώσιμος εάν περιλαμβάνει ταξίδια μεγάλων αποστάσεων σε χώρες του Νότου. Η οικολογική ζημία που προκαλείται από τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων θα μπορούσε να αντισταθμίσει τις θετικές επιπτώσεις του οικοτουρισμού. Επιπλέον, η μελέτη υπογραμμίζει την ανάγκη να εξεταστεί το Υδάτινο Αποτύπωμα (YA / WaterFootprint - WF) του τουρισμού, ιδίως σε άνυδρες χώρες όπως η Τυνησία, όπου ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην έλλειψη γλυκού νερού. Η μελέτη υποδεικνύει επίσης ότι τα αποτελέσματα μη αναστρέψιμου χαρακτήρα και οι τεχνολογικές αλλαγές θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την αξιολόγηση της βιωσιμότητας των διαφόρων μορφών τουρισμού.

Ο μαζικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα σε ορισμένα πλαίσια όπως βλέπουμε και με τις παραπάνω πληροφορίες. Το παραπάνω άρθρο υπογραμμίζει ότι ο μαζικός τουρισμός μπορεί να έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, ιδίως σε περιοχές που είναι ήδη ευάλωτες ή έχουν περιορισμένους πόρους, ενώ παράλληλα τονίζεται πως και ο οικολογικός τουρισμός μπορεί να έχει δυσμενείς συνέπειες αν δεν συνυπολογίζεται η περιβαλλοντική καταστροφή και η σπατάλη των τοπικών πόρων. Σε αυτό περιλαμβάνονται οι αυξημένες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, η πίεση στους πόρους γλυκού νερού και η υποβάθμιση των φυσικών ενδιαιτημάτων. Ο οικοτουρισμός, όταν ασκείται υπεύθυνα, μπορεί να

αποτελέσει μια πιο βιώσιμη εναλλακτική λύση στον μαζικό τουρισμό. Ο οικοτουρισμός στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον και στην προώθηση των προσπαθειών διατήρησης, ενώ παράλληλα προσφέρει μια μοναδική εμπειρία στους επισκέπτες. Συνεπώς, το πρόβλημα δεν έγκειται στον ίδιο τον τουρισμό, αλλά στον τρόπο με τον οποίο ασκείται ο τουρισμός. Ο μαζικός τουρισμός, αν δεν γίνεται με σωστή διαχείριση, μπορεί να έχει επιζήμιες επιπτώσεις στο περιβάλλον και στις τοπικές κοινότητες. Ωστόσο, με υπεύθυνες και βιώσιμες πρακτικές, ο τουρισμός μπορεί να αποφέρει οικονομικά οφέλη στις τοπικές κοινότητες και να προωθήσει τις προσπάθειες διατήρησης.

2.1.4 Εναλλακτικός Τουρισμός

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθεί εν μέρει η έννοια των εναλλακτικών και πιο ειδικών μορφών τουρισμού. Ο εναλλακτικός τουρισμός διαφέρει από τη συνήθη έννοια του τουρισμού όσον αφορά τα κίνητρα και τις ομάδες που συνήθως αναζητούν τις εναλλακτικές αυτές επιλογές. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει μορφές τουρισμού που δεν έρχονται σε αντίθεση -αλλά αντίθετα σέβονται- τις ευρύτερες κοινωνικές/κοινοτικές/πράσινες αξίες και πεποιθήσεις (Κοκκώσης et al., 2011). Σε σύγκριση με τον μαζικό τουρισμό, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται ως μια ήπια αναπτυξιακή επιλογή που μπορεί να οδηγήσει σε βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σε κάποιους προορισμούς, με σεβασμό πάντα στο περιβάλλον, στις τοπικές κοινωνίες και στους ίδιους τους τουρίστες. Εκτός από αυτό το χαρακτηριστικό, συγκεκριμένες μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται και από κατάλληλη οργάνωση και υποδομή για την κάλυψη των ειδικών αναγκών και συγκεκριμένων κινήτρων-προτιμήσεων των τουριστών που τις επιλέγουν (Σουβλή, 2021). Η φιλοσοφία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού εμπεριέχεται σε αυτούς τους πέντε άξονες (Βελισσαρίου, 2000):

1. Προστασία του περιβάλλοντος
2. Διατήρηση της κοινωνικοπολιτιστικής κληρονομιάς
3. Ενεργή συμμετοχή τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού
4. Παροχή υπηρεσιών αναβάθμισης
5. Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας

Όπως αναφέρετε και στηνεργασία της Σουβλή: *«Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός ανάπτυξης για το Δήμο Τεμπών»*, στον εναλλακτικό τουρισμό συνεπάγεται ότι: *«χωρίς τη διατήρηση των παραδοσιακών χορών, της παραδοσιακής μουσικής, της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής και των παραδοσιακών φαγητών, η ταυτότητα του τουριστικού προορισμού χάνεται και αυτό οδηγεί στην απώλεια του ενδιαφέροντος από πλευράς τουριστών»*. Επομένως, η διατήρηση της κοινωνικής και της πολιτιστικής κληρονομιάς και η διατήρηση του τουριστικού ενδιαφέροντος αλληλεπιδρούν και λειτουργούν συμπληρωματικά (Σουβλή, 2021).

Οι αλλαγές στις κοινωνικές αξίες παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο και όσο αυτές οι αξίες συνεχίζουν να αλλάζουν, θα παρατηρούνται αλλαγές στις προτεραιότητες και τις προτιμήσεις, παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού, επηρεάζοντας έτσι τον ανταγωνισμό και την ανάπτυξη των τουριστικών αγορών. Η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται από την ανάγκη για ιδιαίτερα υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού (Κοκκώσης et al., 2011).

Οι βασικοί παράγοντες που φαίνεται να συνεχίζουν να διαμορφώνουν τον ταξιδιωτικό κλάδο είναι οι εξής(Κοκκώσης et al., 2011):

1. Η ταυτότητα, δηλαδή οι ταξιδιώτες γίνονται πιο απαιτητικοί σε θέματα που σχετίζονται με την *«μάρκα»* και εκτιμούν την ταξιδιωτική εμπειρία πάνω από τη φυσική ομορφιά κάθε προορισμού

2. Οι νέες αγορές (π.χ. Κίνα, Ινδία) στη διεθνή τουριστική ανάπτυξη
3. Το ανθρώπινο δυναμικό, δηλαδή διάφορες κοινωνικοπολιτικές συνθήκες που επικρατούν
4. Η τεχνολογία, δηλαδή η εφαρμογή συστημάτων νέας τεχνολογίας και η ευρεία χρήση του διαδικτύου που συνδιαμορφώνουν το σύγχρονο τουριστικό τοπίο.

Υπάρχουν πολυάριθμες μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού και όσο εξελίσσονται οι τουρίστες παγκοσμίως και υπάρχει ακόμη μεγαλύτερη διάχυση της πολυπολυτισμικότητας και της υπερπαγκοσμιοποίησης (Held et al., 1999), νέες κατηγορίες θα δημιουργούνται συνεχώς, διότι ο τουρίστας θέλει πλέον να ξεφεύγει από τον μαζικό τουρισμό. Μερικές από τις πιο συνηθισμένες είναι οι εξής:

- Οικοτουρισμός: Αυτός περιλαμβάνει την επίσκεψη σε φυσικές περιοχές με στόχο την εκπαίδευση πάνω σε οικολογικές πρακτικές αλλά και τη διατήρηση του περιβάλλοντος.
- Αειφόρος τουρισμός: Αυτός στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία, ενώ παράλληλα μεγιστοποιεί τις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού.
- Πολιτιστικός τουρισμός: Αυτός επικεντρώνεται στην εμπειρία και τη μάθηση του πολιτισμού, της ιστορίας και των παραδόσεων ενός προορισμού.
- Τουρισμός περιπέτειας: Περιλαμβάνει δραστηριότητες που είναι σωματικά απαιτητικές και μπορεί να περιλαμβάνουν πεζοπορία, αναρρίχηση, καγιάκ και άλλες υπαίθριες δραστηριότητες.
- Εκπαιδευτικός τουρισμός: Περιλαμβάνει την εκμάθηση ενός συγκεκριμένου θέματος, όπως η γλώσσα, η ιστορία ή η τέχνη, ενώ συνδυάζεται με τη διαμονή σε έναν εξωτικό προορισμό.

- Εθελοντικός τουρισμός: Περιλαμβάνει την εθελοντική προσφορά χρόνου και δεξιοτήτων για την παροχή βοήθειας σε κοινοτικά και κοινωνικά έργα κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.
- Αγροτουρισμός: Περιλαμβάνει επισκέψεις σε αγροκτήματα ή αγροτικές περιοχές όπου οι ταξιδιώτες μαθαίνουν για τη γεωργία και μπορεί να έχουν την ευκαιρία να εργαστούν σε ένα αγρόκτημα (π.χ., φτιάχνοντας κρασί που στο τέλος θα πάρουν μαζί τους).
- Τουρισμός ευεξίας: Περιλαμβάνει ταξίδια σε έναν προορισμό για χαλάρωση, αναζωογόνηση και εστίαση στην υγεία και την ευεξία μέσω δραστηριοτήτων όπως θερμά λουτρά, γιόγκα και διαλογισμό.

Οι κατηγορίες αυτές δεν είναι αμοιβαία αποκλειόμενες και συχνά αλληλεπικαλύπτονται, καθώς πολλές δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να εμπίπτουν σε πολλαπλές κατηγορίες.

2.2 Θεσμικό Καθεστώς που Διέπει το Τουριστικό Υπόβαθρο

Υπάρχουν διάφοροι διεθνείς νόμοι και συμφωνίες που σχετίζονται με τον τουρισμό άμεσα και έμμεσα, μεταξύ των οποίων είναι οι εξής:

1. Η Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων (Universal Declaration of Human Rights - UDHR): Η διακήρυξη αυτή, που υιοθετήθηκε από τα Ηνωμένα Έθνη το 1948, αναγνωρίζει το δικαίωμα του καθενός στην ανάπαυση και τον ελεύθερο χρόνο, συμπεριλαμβανομένου του εύλογου περιορισμού των ωρών εργασίας και των περιοδικών αργιών με αμοιβή (United Nations, 1948).
2. Ο Παγκόσμιος Κώδικας Δεοντολογίας για τον Τουρισμό (The Global Code of Ethics for Tourism - GCET) του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO): Αυτός ο εθελοντικός κώδικας παρέχει κατευθυντήριες γραμμές για τη βιώσιμη

και υπεύθυνη τουριστική ανάπτυξη. Αποτελεί είναι ένα ολοκληρωμένο σύνολο αρχών με σκοπό να καθοδηγήσει τα ενδιαφερόμενα μέρη της τουριστικής ανάπτυξης: τις κεντρικές και τοπικές κυβερνήσεις, τις τοπικές κοινότητες, την τουριστική βιομηχανία και τους επαγγελματίες της, καθώς και τους επισκέπτες, διεθνείς και εγχώριους (UNWTO, 1997).Ακολουθεί περίληψη κάθε άρθρου:

Άρθρο 1°:Η συμβολή του τουρισμού στην αμοιβαία κατανόηση και τον σεβασμό μεταξύ των λαών και των κοινωνιών: Ο τουρισμός θα πρέπει να ενισχύει την κατανόηση και τον σεβασμό μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών και να προωθεί τον διάλογο μεταξύ των ταξιδιωτών και των τοπικών κοινωνιών.

Άρθρο 2°:Ο τουρισμός ως μέσο ατομικού και συλλογικού εμπλουτισμού: Ο τουρισμός θα πρέπει να αποτελεί μέσο για τα άτομα και τις κοινότητες να εμπλουτίζονται κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά και να δημιουργούν ευκαιρίες για προσωπική ανάπτυξη.

Άρθρο 3°:Τουρισμός, παράγοντας αειφόρου ανάπτυξης: Ο τουρισμός θα πρέπει να συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη, καλύπτοντας τις ανάγκες των σημερινών τουριστών και των κοινοτήτων υποδοχής, προστατεύοντας και ενισχύοντας παράλληλα τις ευκαιρίες για το μέλλον.

Άρθρο 4°:Ο τουρισμός, χρήστης της πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας και συμβάλλει στην αναβάθμισή της: Ο τουρισμός θα πρέπει να σέβεται και να προωθεί την πολιτιστική κληρονομιά των κοινοτήτων υποδοχής, συμβάλλοντας στη διατήρηση και ανάδειξή της.

Άρθρο 5°:Τουρισμός, δικαιούχος των πλεονεκτημάτων της ελεύθερης κυκλοφορίας των προσώπων, της επιχειρηματικής ελευθερίας και της οικονομικής ελευθερίας: Ο τουρισμός θα πρέπει να επωφελείται από τα πλεονεκτήματα της ελεύθερης κυκλοφορίας των προσώπων, της ελευθερίας των επιχειρήσεων και της οικονομικής

ελευθερίας, σεβόμενος τα δικαιώματα των εργαζομένων και την αρχή του θεμιτού ανταγωνισμού.

Άρθρο 6°: Διαφύλαξη των φυσικών και πολιτιστικών πόρων για τον τουρισμό: Ο τουρισμός θα πρέπει να συμβάλλει στη διατήρηση των φυσικών πόρων και της βιοποικιλότητας και στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς των κοινοτήτων υποδοχής.

Άρθρο 7°: Τουρισμός και διεθνές και εθνικό δίκαιο: Οι τουριστικές δραστηριότητες θα πρέπει να σέβονται τους διεθνείς και εθνικούς νόμους και κανονισμούς και να συμβάλλουν στην εφαρμογή τους.

Άρθρο 8°: Τα δικαιώματα των εργαζομένων και των επιχειρηματιών στην τουριστική βιομηχανία: Οι τουριστικές δραστηριότητες θα πρέπει να σέβονται τα δικαιώματα των εργαζομένων και των επιχειρηματιών της τουριστικής βιομηχανίας, συμπεριλαμβανομένων των δίκαιων μισθών, των συνθηκών εργασίας και των ευκαιριών κατάρτισης και εξέλιξης.

Άρθρο 9°: Ηθικές επιχειρηματικές δραστηριότητες: Οι τουριστικές δραστηριότητες θα πρέπει να διεξάγονται με διαφάνεια, λογοδοσία και ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένου του σεβασμού της πνευματικής ιδιοκτησίας, της προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών και των δίκαιων πρακτικών μάρκετινγκ.

Άρθρο 10°: Εφαρμογή των αρχών του Παγκόσμιου Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό: Ο UNWTO, οι κυβερνήσεις, ο ιδιωτικός τομέας και η κοινωνία των πολιτών θα πρέπει να συνεργαστούν για την εφαρμογή των αρχών του Παγκόσμιου Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό, παρακολουθώντας την εφαρμογή του και προωθώντας την κατανόηση και διάδοσή του.

3. Η Σύμβαση για τη Βιολογική Ποικιλομορφία (The Convention on Biological Diversity - CBD): Η συμφωνία αυτή, που υπογράφηκε το 1992, αποσκοπεί στη

διατήρηση της βιολογικής ποικιλότητας, στη διασφάλιση της βιώσιμης χρήσης της και στην προώθηση της δίκαιης και ισότιμης κατανομής των οφελών που προκύπτουν από τη χρήση των πόρων (United Nations, 1992).

4. Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών (1973) που αφορά α) στις τελωνειακές διευκολύνσεις για τον τουρισμό, β) την εισαγωγή τουριστικών διαφημιστικών εντύπων και υλικού γ) την τελική πράξη της διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών για το αυτοκίνητο και τον τουρισμό(Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2023).
5. Συνθήκη των Παρισίων (1962) του Συμβουλίου της Ευρώπης για την Ευθύνη των Ξενοδόχων, όσον αφορά στα εκομισθέντα περιουσιακά αντικείμενα των πελατών(Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2023).
6. Διακήρυξη του 1980 στη Μανίλα για τον παγκόσμιο τουρισμό(Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2023).
7. Η Σύμβαση για την Προστασία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής και Φυσικής Κληρονομιάς (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage): Η σύμβαση αυτή, που υιοθετήθηκε το 1972, αποσκοπεί στον εντοπισμό, την προστασία και τη διατήρηση των τόπων πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς εξαιρετικής παγκόσμιας αξίας(United Nations, 1972).
8. Η Σύμβαση της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ - International Labour Organization - ILO) για τους αυτόχθονες και φυλετικούς πληθυσμούς: Αυτή η σύμβαση, που υιοθετήθηκε το 1989, αποσκοπεί στην προώθηση και προστασία των δικαιωμάτων των αυτόχθονων και φυλετικών λαών, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων τους να συμμετέχουν στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων που επηρεάζουν τη ζωή και τα μέσα διαβίωσής τους (ILO, 1989).
9. Η Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για το Δίκαιο της Θάλασσας (The United Nations Convention on the Law of the Sea): Η σύμβαση αυτή, που εγκρίθηκε το

1982, παρέχει ένα πλαίσιο για τη διατήρηση και τη βιώσιμη χρήση των ωκεανών και των πόρων τους (United Nations, 1982).

10. Η Χάρτα του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Το 1999 το International Council of Monuments and Sites (ICOMOS - Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τόπων), δημιούργησε μια σειρά «*best practices*» σε διεθνές επίπεδο η οποία ονομάζεται στα ελληνικά «*Η Χάρτα του Διεθνούς Πολιτισμικού Τουρισμού: Διαχείριση του Τουρισμού σε Τόπους Πολιτισμικής Σημασίας*» (αγγλικά: International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance) (Icomos, 1999; Poullos, 2015).

Η χάρτα αυτή ξεκινάει με το εξής πλαίσιο: «*Η φυσική και πολιτιστική κληρονομιά, με την ευρύτερη έννοια, ανήκει σε όλους. Όλοι έχουμε το δικαίωμα και την υποχρέωση να κατανοούμε, να εκτιμούμε και να διατηρούμε τις παγκόσμιες αξίες της*». Σε αυτή τη χάρτα διατυπώνονται οι εξής έξι βασικές αρχές (Icomos, 1999):

Αρχή 1^η: «*Εφόσον ο εσωτερικός και διεθνής τουρισμός βρίσκονται μεταξύ των κύριων φορέων πολιτιστικών ανταλλαγών, η διατήρηση θα πρέπει να παρέχει, στα μέλη της τοπικής κοινότητας αλλά και στους επισκέπτες, ευκαιρίες, που αποτελούν αντικείμενο υπεύθυνης και αποτελεσματικής διαχείρισης, για μια άμεση γνωριμία και κατανόηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του πολιτισμού της κοινότητας αυτής*».

Αρχή 2^η: «*Η σχέση μεταξύ των πολιτιστικών τόπων και του τουρισμού είναι δυναμική και μπορεί να εμπεριέχει συγκρουόμενες αξίες. Η διαχείριση της σχέσης αυτής θα πρέπει εξασφαλίζει την βιωσιμότητα τους για τις παρούσες και μέλλουσες γενιές*».

Αρχή 3^η: «*Η διατήρηση και ο τουριστικός σχεδιασμός για πολιτιστικούς τόπους θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι η εμπειρία του επισκέπτη θα είναι αξιόλογη, πλούσια σε περιεχόμενο και ευχάριστη*».

Αρχή 4^η: *«Οι τοπικές κοινότητες και ο εντόπιος πληθυσμός πρέπει να συμμετέχουν στο σχεδιασμό της διατήρησης και του τουρισμού».*

Αρχή 5^η: *«Δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό και τη διατήρηση πρέπει να προσφέρουν οφέλη στην τοπική κοινότητα».*

Αρχή 6^η: *«Τα προγράμματα προβολής του τουρισμού οφείλουν να προστατεύουν και να προάγουν τα χαρακτηριστικά της φυσικής και της πολιτιστικής κληρονομιάς».*

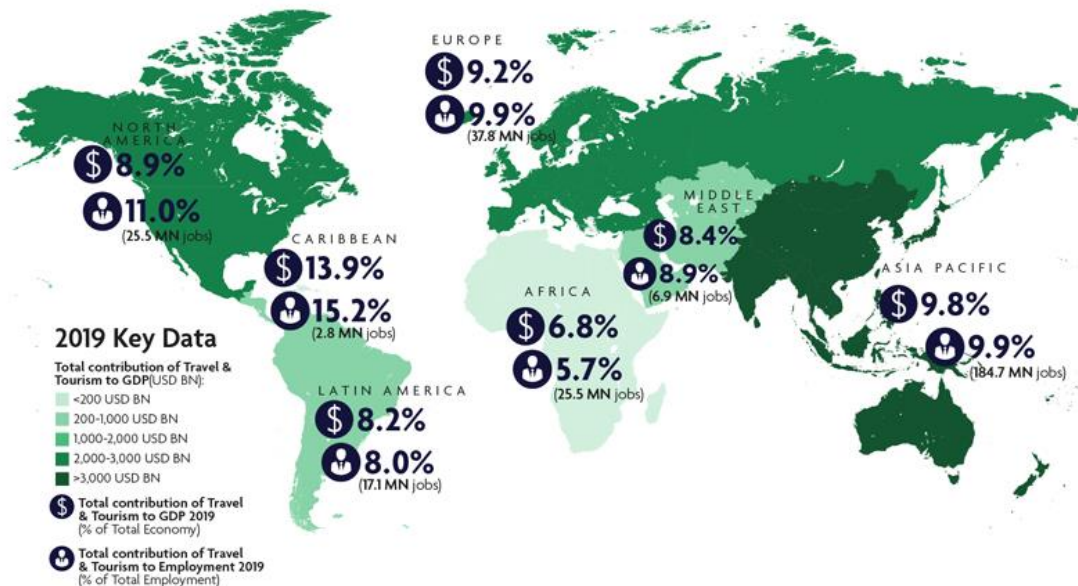
2.3 Οικονομική Δυναμική Τουριστικού Κλάδου

Η ανάκαμψη του παγκόσμιου ταξιδιωτικού και τουριστικού τομέα μετά την πανδημία αποκτά ολοένα και μεγαλύτερο ρυθμό, καθώς αναζωπυρώνεται η συσσωρευμένη επιθυμία του κόσμου για τουρισμό και ταξίδια. Η διαφορά στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις τον Ιανουάριο του 2021 και την αντίστοιχη περίοδο του Ιανουαρίου 2022 ήταν τόση όση και η αύξηση σε όλο το 2021. Ωστόσο, χάθηκαν 4,5 τρισεκατομμύρια δολάρια σε ΑΕΠ και 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας εξαιτίας της πανδημίας και αυτό σκιαγραφεί τη σημαντικότητα του παγκόσμιου τουρισμού (World Economic Forum, 2022). Η οικονομική δυναμική του τουριστικού κλάδου είναι αρκετά σημαντική, καθώς δημιουργεί ένα σημαντικό ποσό εισοδήματος και ευκαιριών απασχόλησης σε πολλές περιοχές σε όλο τον κόσμο. Η τουριστική βιομηχανία είναι συχνά ένας από τους μεγαλύτερους οικονομικούς τομείς σε πολλές χώρες και περιοχές, ιδίως σε περιοχές με σημαντικά φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα.

Σύμφωνα με τον UNWTO, ο τουρισμός παρήγαγε πάνω από 1,5 τρισεκατομμύρια δολάρια σε εξαγωγικά έσοδα παγκοσμίως το 2019 και αντιπροσώπευε περίπου το 7% της παγκόσμιας εξαγωγής αγαθών και υπηρεσιών. Εκτός από την παροχή εισοδήματος και απασχόλησης, ο τουρισμός επίσης τονώνει

την ανάπτυξη σε συναφείς τομείς όπως οι μεταφορές, οι κατασκευές και το λιανικό εμπόριο (UNWTO, 2019a).

Το 2019, ο τομέας Ταξιδιών και Τουρισμού συνεισέφερε 10,3% [Σχήμα 2.4] στο παγκόσμιο ΑΕΠ, ένα μερίδιο το οποίο μειώθηκε στο 5,3% το 2020 λόγω των συνεχιζόμενων περιορισμών στην κινητικότητα.



Σχήμα 2.4: Ποσοστά τουρισμού ανά ήπειρο (2019). Η εικόνα είναι ελεύθερη προς χρήση και προσπελάστηκε από το επίσημο ιστότοπο του World Travel and Tourism Council στις 31/03/2023.

Το 2021 το μερίδιο αυξήθηκε στο 6,1%. Το 2020, χάθηκαν 62 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, αντιπροσωπεύοντας πτώση 18,6%, αφήνοντας μόλις 271 εκατομμύρια απασχολούμενους σε ολόκληρο τον κλάδο παγκοσμίως, σε σύγκριση με 333 εκατομμύρια το 2019. Το 2021 18,2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας ανακτήθηκαν, μια αύξηση του 6,7%. Μετά από μείωση 47,4% το 2020, οι εγχώριες δαπάνες των επισκεπτών αυξήθηκαν κατά 31,4% το 2021. Μετά από μείωση 69,7% το 2020, οι δαπάνες των διεθνών επισκεπτών αυξήθηκαν κατά 3,8% το 2021 (World Travel and Tourism Council, 2022).

2.3.1 Ο Ρόλος του Τουρισμού στην Οικονομική Ανάπτυξη

Ο τουρισμός έχει αναδειχθεί σε έναν από τους σημαντικότερους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, συμβάλλοντας σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη πολλών χωρών. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) αναφέρει ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ και είναι υπεύθυνος για μία στις δέκα θέσεις εργασίας παγκοσμίως (UNWTO, 2019b). Τα τελευταία χρόνια, η σημασία του τουρισμού ως μοχλού οικονομικής ανάπτυξης έχει αυξηθεί, με όλο και περισσότερες χώρες να υιοθετούν πολιτικές και στρατηγικές για την αξιοποίηση του δυναμικού του κλάδου.

2.3.1.1 Οικονομικός Αντίκτυπος του Τουρισμού

Η τουριστική βιομηχανία μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη με πολλαπλούς τρόπους, όπως στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να φέρει έσοδα από το συνάλλαγμα και στην ανάπτυξη των υποδομών. Ως τομέας απασχόλησης, ο τουρισμός δημιουργεί πολυάριθμες ευκαιρίες απασχόλησης, τόσο άμεσα εντός του κλάδου όσο και έμμεσα σε υποστηρικτικούς τομείς, όπως στη γεωργία και στις μεταφορές (UNWTO, 2019b). Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, ο τουρισμός μπορεί να δημιουργήσει έως και τρεις φορές περισσότερες θέσεις εργασίας από άλλες βιομηχανίες, γεγονός που τον καθιστά κρίσιμη πηγή απασχόλησης τόσο για ειδικευμένους όσο και για ανειδίκευτους εργαζόμενους (The World Bank, 2022).

Τα έσοδα από το τουριστικό συνάλλαγμα διαδραματίζουν επίσης ουσιαστικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη. Όταν οι τουρίστες επισκέπτονται μια χώρα, ξοδεύουν χρήματα για διαμονή, φαγητό, μεταφορές και διάφορες υπηρεσίες - διοχετεύουν δηλαδή συνάλλαγμα στην τοπική οικονομία. Τα έσοδα αυτά μπορούν να συμβάλουν στην αντιστάθμιση του ελλείματος, στη σταθεροποίηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας και στην αύξηση των συναλλαγματικών αποθεμάτων της

χώρας, τα οποία μπορούν, με τη σειρά τους, να συμβάλουν στη συνολική οικονομική ανάπτυξη (The World Bank, 2022). Η ανάπτυξη των υποδομών είναι μια άλλη βασική πτυχή της οικονομικής ανάπτυξης που καθοδηγείται από τον τουρισμό. Η ανάπτυξη του κλάδου απαιτεί την κατασκευή και συντήρηση ενός ευρέος φάσματος υποδομών, συμπεριλαμβανομένων αεροδρομίων, δρόμων, ξενοδοχείων και εγκαταστάσεων αναψυχής. Οι επενδύσεις αυτές μπορούν να οδηγήσουν στον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων υποδομών, γεγονός που ωφελεί τόσο τους τουρίστες όσο και τους τοπικούς κατοίκους και συμβάλλει στη βελτίωση της συνολικής ποιότητας ζωής του εκάστοτε προορισμού (The World Bank, 2022).

2.3.1.2 Προκλήσεις και Συστάσεις

Παρά τις δυνατότητές του να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, ο τουρισμός παρουσιάζει επίσης αρκετές προκλήσεις, όπως η περιβαλλοντική υποβάθμιση, η πολιτιστική εμπορευματοποίηση και οι εποχιακές διακυμάνσεις της ζήτησης. Για την αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων και τη διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, οι κυβερνήσεις και άλλοι ενδιαφερόμενοι φορείς πρέπει να υιοθετήσουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που θα περιλαμβάνει:

- Ανάπτυξη και εφαρμογή πολιτικών βιώσιμου τουρισμού που προωθούν υπεύθυνες πρακτικές, περιβαλλοντική προστασία και πολιτιστική διατήρηση (UNWTO, 2023). Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών, συστημάτων διαχείρισης αποβλήτων και την προώθηση κοινοτικών τουριστικών πρωτοβουλιών.
- Διαφοροποίηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών για τη μείωση της εξάρτησης από ένα μόνο τμήμα της αγοράς και την ικανοποίηση των εξελισσόμενων αναγκών των τουριστών. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με επενδύσεις σε εξειδικευμένους τομείς τουρισμού, όπως ο τουρισμός περιπέτειας,

ο τουρισμός ευεξίας και ο αγροτουρισμός, οι οποίοι μπορούν να παρέχουν πρόσθετες πηγές εισοδήματος για τις τοπικές κοινότητες και να μειώσουν τις επιπτώσεις της εποχικότητας (UNWTO, 2023).

- Ενθάρρυνση των Συμπράξεων Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ) στον τομέα του τουρισμού για την τόνωση των επενδύσεων στην ανάπτυξη υποδομών, το μάρκετινγκ και την ανάπτυξη ικανοτήτων. Οι ΣΔΙΤ μπορούν να συμβάλουν στην αξιοποίηση της εμπειρογνωμοσύνης και των πόρων του ιδιωτικού τομέα, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι τα αναπτυξιακά έργα ευθυγραμμίζονται με ευρύτερους κοινωνικούς, οικονομικούς και περιβαλλοντικούς στόχους (Smith, 2011).
- Επένδυση στην ανάπτυξη του ανθρώπινου κεφαλαίου μέσω προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης για τους εργαζόμενους στον τουριστικό κλάδο. Αυτό μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών και να επιτρέψει στις τοπικές κοινότητες να επωφεληθούν πιο άμεσα από τις οικονομικές ευκαιρίες που δημιουργεί ο τουρισμός (Salgado et al., 2011).
- Προώθηση της περιφερειακής συνεργασίας και συνεννόησης στον τομέα του τουρισμού για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και τη διευκόλυνση της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, γνώσεων και εμπειρογνωμοσύνης. Οι περιφερειακές συμπράξεις μπορούν επίσης να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση διασυνοριακών ζητημάτων, όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η ασφάλεια και η ανάπτυξη υποδομών (Asian Development Bank, 2019).

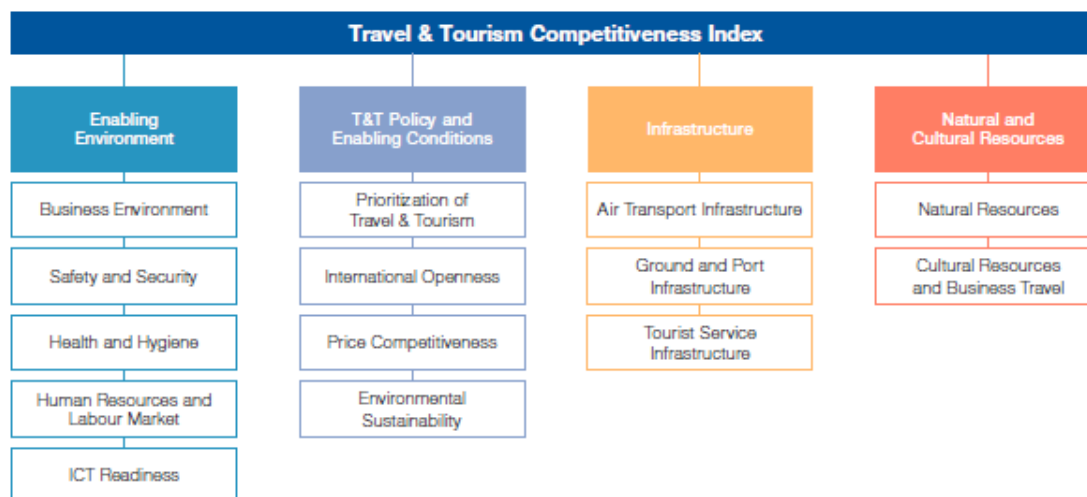
2.3.2 Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας

Ο Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (TTCI – Travel and Tourism Competitiveness Index) είναι ένα βασικό εργαλείο που δημοσιεύεται από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WorldEconomicForum - WEF) και

αξιολογεί τη σχετική ανταγωνιστικότητα 140 χωρών στον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού. Ο δείκτης παρέχει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο που αποτυπώνει τους παράγοντες και τις πολιτικές που επιτρέπουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας σε κάθε χώρα. Με τον τρόπο αυτό, συμβάλλει στον εντοπισμό βέλτιστων πρακτικών και ευκαιριών για ανάπτυξη και βελτίωση (World Economic Forum, 2019).

Ο TTCI αξιολογεί τις χώρες με βάση τέσσερις κύριες κατηγορίες, οι οποίες χωρίζονται περαιτέρω σε 14 πυλώνες [**Σχήμα 2.5**]:

- Ευνοϊκό περιβάλλον:
 1. Επιχειρησιακό περιβάλλον
 2. Ασφάλεια και προστασία
 3. Υγεία και υγιεινή
 4. Ανθρώπινο κεφάλαιο και εργασία
 5. Ετοιμότητα Τεχνολογίας Πληροφοριών και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)
- Ταξιδιωτική και τουριστική πολιτική και συνθήκες διευκόλυνσης:
 6. Προτεραιότητα του ταξιδιού και τουρισμού
 7. Διεθνές άνοιγμα
 8. Ανταγωνιστικότητα τιμών
 9. Περιβαλλοντική βιωσιμότητα
- Υποδομές:
 10. Υποδομή αερομεταφορών
 11. Επίγεια και λιμενική υποδομή
 12. Υποδομή τουριστικών υπηρεσιών
- Φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι:
 13. Φυσικοί πόροι
 14. Πολιτιστικοί πόροι και επαγγελματικά ταξίδια



Σχήμα 2.5: Οι 4 κατηγορίες και οι 14 πυλώνες του TTCI (πηγή WEF).

Το TTCI χρησιμοποιεί ένα συνδυασμό ποσοτικών δεδομένων, όπως ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων και η χωρητικότητα των υποδομών αερομεταφορών, και ποιοτικών δεδομένων από έρευνες γνώμης στελεχών για να παρέχει μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού κάθε χώρας.

Με την ανάλυση αυτών των παραγόντων, το TTCI προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για τα δυνατά και αδύνατα σημεία της τουριστικής βιομηχανίας κάθε χώρας, επιτρέποντας στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, τους ενδιαφερόμενους φορείς και τους επενδυτές να εντοπίσουν τους τομείς στους οποίους οι στοχευμένες παρεμβάσεις και επενδύσεις μπορούν να έχουν τον σημαντικότερο αντίκτυπο. Οι πληροφορίες αυτές είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα και την προώθηση πολιτικών που υποστηρίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας.

Επιπλέον, το TTCI παρέχει ένα πολύτιμο εργαλείο συγκριτικής αξιολόγησης για τις χώρες ώστε να μετρήσουν την πρόοδό τους με την πάροδο του χρόνου και να συγκρίνουν τις επιδόσεις τους με τις περιφερειακές και παγκόσμιες αντίστοιχες χώρες. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στον εντοπισμό βέλτιστων πρακτικών και

επιτυχημένων στρατηγικών που μπορούν να υιοθετηθούν ή να προσαρμοστούν για τη βελτίωση της τουριστικής ανταγωνιστικότητας μιας χώρας (World Economic Forum, 2019).

Εν τούτοις, οι δείκτες του TTCI ενδέχεται να μην είναι και οι αποτελεσματικότεροι ώστε να μετρήσουν την πρόοδο/χρόνο. Τα αποτελέσματα της έρευνας του Uyaretal., μας δείχνουν ότι ο κύριος δείκτης TTCI (επίπεδο 1) συνδέεται θετικά με τις τουριστικές αφίξεις, αλλά όχι με τις τουριστικές εισπράξεις και τη μεταβολή των τουριστικών αφίξεων και των τουριστικών εισπράξεων. Περαιτέρω ανάλυση (επίπεδο 2) αποκαλύπτει ότι ενώ ο δείκτης τουριστικής πολιτικής και ευνοϊκών συνθηκών συνδέεται θετικά με τις αφίξεις τουριστών, ο δείκτης υποδομών συνδέεται θετικά με τις τουριστικές εισπράξεις. Κανένας από τους δείκτες επιπέδου 2 δεν επηρεάζει τη μεταβολή των αφίξεων τουριστών και των τουριστικών εισπράξεων. Μεταξύ των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τους επιμέρους δείκτες επιπέδου 3, ενώ οι δείκτες ανταγωνιστικότητας τιμών, υποδομών αερομεταφορών και πολιτιστικών πόρων έχουν θετική συσχέτιση με τις αφίξεις τουριστών, μόνο οι υποδομές εδάφους και λιμένων έχουν θετική συσχέτιση με τις τουριστικές εισπράξεις. Επιπλέον, ενώ η ασφάλεια και η προστασία, οι ανθρώπινοι πόροι και η αγορά εργασίας, αλλά και οι υποδείκτες υποδομής αερομεταφορών οδηγούν σε θετική μεταβολή των τουριστικών αφίξεων, η ετοιμότητα και οι φυσικοί πόροι οδηγούν σε αρνητική μεταβολή των τουριστικών αφίξεων και κανένας από τους υποδείκτες δεν οδηγεί σε μεταβολή των τουριστικών εισπράξεων (Uyar et al., 2022).

Συγκεκριμένα στην έκθεση του 2019, η Ελλάδα κατέχει την 25^η [**Σχήμα 2.6**] θέση ανάμεσα σε 140 οικονομίες με συνολικό αποτέλεσμα 4.5/7 ενώ ο μέσος όρος των ευρωπαϊκών κρατών είναι 4.3/7. Στις προηγούμενες εκθέσεις, η κατάταξη της χώρας ήταν 31^η το 2015 και 24^η το 2017.

T&T Competitiveness Index 2019 Overall Rankings

Covering 140 economies, the Travel & Tourism Competitiveness Index measures the set of factors and policies that enable the sustainable development of the travel and tourism sector, which contributes to the development and competitiveness of a country.

Rank	Economy	Change since 2017		Rank	Score ²	Diff. from Global Avg. (%)
		Score ¹	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	
24	Belgium	4.5	-3	0.1	18.2	
25	Greece	4.5	-1	0.9	18.1	
26	Ireland	4.5	-3	0.3	18.0	
27	Croatia	4.5	5	2.4	17.6	
28	Finland	4.5	5	2.7	17.4	
29	Malaysia	4.5	-3	0.4	17.3	
30	Iceland	4.5	-5	0.0	17.0	
31	Thailand	4.5	3	2.6	16.9	
32	Brazil	4.5	-5	-0.8	15.8	
33	United Arab Emirates	4.4	-4	-1.3	15.3	
34	India	4.4	6	5.7	14.9	
35	Malta	4.4	1	2.4	13.3	
36	Slovenia	4.3	5	3.9	13.0	
37	Taiwan, China	4.3	-7	-3.0	12.6	
38	Czech Republic	4.3	1	2.5	12.5	
39	Russian Federation	4.3	4	4.0	12.2	
40	Indonesia	4.3	2	2.8	11.0	
41	Costa Rica	4.3	-3	1.0	10.9	
42	Poland	4.2	4	2.9	10.0	
43	Turkey	4.2	1	2.0	9.8	
44	Cyprus	4.2	8	4.8	9.6	
45	Bulgaria	4.2	0	1.8	9.5	
46	Estonia	4.2	-9	-0.7	9.1	
47	Panama	4.2	-12	-4.0	9.0	
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	
71	Azerbaijan	3.8	0	2.7	-1.3	
72	Brunei Darussalam	3.8	n/a	n/a	-1.7	
73	Dominican Republic	3.8	3	4.2	-1.9	
74	Uruguay	3.8	3	4.2	-2.1	
75	Philippines	3.8	4	4.2	-2.5	
76	Jamaica	3.7	-7	0.9	-2.6	
77	Sri Lanka	3.7	-13	-2.3	-3.2	
78	Ukraine	3.7	10	6.5	-3.2	
79	Armenia	3.7	5	5.2	-3.6	
80	Kazakhstan	3.7	1	2.2	-4.6	
81	Namibia	3.7	1	2.2	-4.7	
82	Kenya	3.6	-2	1.0	-5.7	
83	Serbia	3.6	12	7.2	-5.7	
84	Jordan	3.6	-9	-1.2	-6.7	
85	Tunisia	3.6	2	2.4	-6.8	
86	Albania	3.6	12	6.9	-6.8	
87	Trinidad and Tobago	3.6	-14	-2.4	-6.9	
88	Cape Verde	3.6	-5	0.0	-7.7	
89	Iran, Islamic Rep.	3.5	4	3.4	-7.9	
90	Bolivia	3.5	9	4.7	-9.1	
91	Nicaragua	3.5	1	1.6	-9.2	
92	Botswana	3.5	-7	-1.2	-9.6	
93	Mongolia	3.5	9	4.8	-9.8	
94	Honduras	3.5	-4	-0.9	-10.2	
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	
118	Eswatini	3.1	n/a	n/a	-18.8	
119	Côte d'Ivoire	3.1	-10	-1.6	-19.1	
120	Bangladesh	3.1	5	7.3	-19.4	
121	Pakistan	3.1	3	7.1	-19.5	
122	Ethiopia	3.0	-6	-2.4	-21.4	
123	Benin	3.0	4	6.3	-21.5	
124	Lesotho	3.0	4	6.4	-21.5	
125	Malawi	2.9	-2	0.7	-23.9	
126	Guinea	2.9	n/a	n/a	-24.1	
127	Mozambique	2.9	-5	0.0	-24.3	
128	Cameroon	2.9	-2	0.7	-24.7	
129	Nigeria	2.8	0	0.0	-26.8	
130	Mali	2.8	0	0.8	-27.1	
131	Sierra Leone	2.8	0	3.4	-27.6	
132	Burkina Faso	2.8	n/a	n/a	-27.7	
133	Haiti	2.8	n/a	n/a	-28.2	
134	Angola	2.7	n/a	n/a	-28.9	
135	Mauritania	2.7	-3	1.8	-30.2	
136	Congo, Dem. Rep.	2.7	-3	1.4	-30.5	
137	Burundi	2.7	-3	3.7	-30.9	
138	Liberia	2.6	n/a	n/a	-32.2	
139	Chad	2.5	-4	0.0	-34.4	
140	Yemen	2.4	-4	-0.9	-37.2	

● Asia-Pacific

● Europe and Eurasia

● The Americas

● Middle East and North Africa

● Sub-Saharan Africa

● Asia-Pacific ● Europe and Eurasia ● The Americas ● Middle East and North Africa ● Sub-Saharan Africa

¹ Overall scores range from 1 to 7 where 1 = worst and 7 = best.
² Change in score is displayed as a percentage.

Σχήμα 2.6: Η βαθμολόγηση των 140 χωρών που αναφέρονται στον TTCI το 2019(πηγή WEF).

2.4 Παγκόσμιος Τουρισμός- Παραδείγματα Διεθνούς Εμπειρίας



Σχήμα 2.7: Ανάκτορα του Buckingham στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Ηνωμένο Βασίλειο: Μέχρι και σημερινή ή και η προηγούμενη μορφή διακυβέρνησης μιας χώρας μπορεί να είναι καθοριστική για τον τουρισμό. Οι τουρίστες πηγαίνουν π.χ. στη Βρετανία για να δουν τα παλάτια, τα κάστρα και άλλους ιστορικούς χώρους της βασιλικής οικογένειας, καθώς και για να ρίξουν μια ματιά στους ίδιους τους βασιλείς. Παρακολουθούν εκδηλώσεις όπως η αλλαγή φρουράς στα ανάκτορα του Buckingham[**Σχήμα 2.7**], ξεναγούνται στον πύργο του Λονδίνου και επισκέπτονται άλλα αξιοθέατα όπως το αβαείο του Westminster και τον καθεδρικό ναό του Αγίου Παύλου. Η βρετανική τουριστική βιομηχανία επωφελείται σε μεγάλο βαθμό από τη δημοτικότητα της βασιλικής οικογένειας, καθώς εκτιμάται ότι ετησίως παράγονται 550 εκατομμύρια λίρες από τον τουρισμό που σχετίζεται με τη μοναρχία².

Αυτό περιλαμβάνει έσοδα από ξενοδοχεία, εστιατόρια, μεταφορές, καταστήματα αναμνηστικών και άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό. Εκτός από τον άμεσο οικονομικό αντίκτυπο, η βασιλική οικογένεια συμβάλλει επίσης στην προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Βρετανίας και στην προσέλκυση επισκεπτών στη χώρα. Η εικόνα της βασιλικής οικογένειας χρησιμοποιείται σε πολλές τουριστικές διαφημίσεις και καμπάνιες, αναδεικνύοντας την πλούσια ιστορία και τις παραδόσεις της χώρας (Bendix & Hafstein, 2009; Smith, 2006).

²Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός που σχετίζεται με τη βασιλική οικογένεια δεν είναι χωρίς αντιπαραθέσεις. Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι η βασιλική οικογένεια αποτελεί σύμβολο ξεπερασμένων και αντιδημοκρατικών αξιών και ότι η συνεχιζόμενη ύπαρξή της ως θεσμός που χρηματοδοτείται από τους φορολογούμενους αποτελεί αφαίμαξη των δημόσιων πόρων. Άλλοι επισημαίνουν τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του υπερπληθυσμού και της περιβαλλοντικής ζημίας, και υποστηρίζουν ότι η εστίαση στη βασιλική οικογένεια αποσπά την προσοχή από άλλες σημαντικές πτυχές του βρετανικού πολιτισμού και της βρετανικής κληρονομιάς.

Εκτός από το Ηνωμένο Βασίλειο, αρκετές χώρες έχουν αξιοποιήσει με επιτυχία τον τουρισμό για την οικονομική ανάπτυξη. Μερικά αξιοσημείωτα παραδείγματα περιλαμβάνουν (τα παρακάτω στοιχεία έχουν όλα αντληθεί με τη χρήση του εργαλείου της Παγκόσμιας Τράπεζας GEM (GlobalEconomicMonitor):

Ταϊλάνδη: Με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της, τα εκπληκτικά τοπία και τους φιλόξενους ανθρώπους της, η Ταϊλάνδη έχει γίνει ένας σημαντικός τουριστικός προορισμός στη Νοτιοανατολική Ασία. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 20% του ΑΕΠ της Ταϊλάνδης και απασχολεί περισσότερα από 6 εκατομμύρια άτομα, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα (The World Bank, 2023). Ο τομέας έχει συμβάλει καθοριστικά στην ανακούφιση της φτώχειας στις αγροτικές περιοχές, παρέχοντας εναλλακτικές ευκαιρίες διαβίωσης για τις τοπικές κοινότητες και δημιουργώντας εισόδημα για τις μικρές επιχειρήσεις.

Κόστα Ρίκα: Ως παγκόσμιος ηγέτης στον οικοτουρισμό, η Κόστα Ρίκα έχει τοποθετηθεί ως προορισμός βιώσιμου τουρισμού, διατηρώντας την πλούσια βιοποικιλότητα και προωθώντας υπεύθυνα ταξίδια. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) ανέφερε ότι το 2019, ο τουρισμός συνέβαλε κατά 8,2% στο ΑΕΠ της χώρας και δημιούργησε περίπου 219.000 θέσεις εργασίας, που αντιστοιχούν στο 8,8% της συνολικής απασχόλησης (The World Bank, 2023). Ο κλάδος έχει επίσης τονώσει τις επενδύσεις σε υποδομές, όπως αεροδρόμια, δρόμους και οικολογικά καταλύματα, ενώ παράλληλα υποστηρίζει τις προσπάθειες διατήρησης και τα έργα κοινοτικής ανάπτυξης.

Ντουμπάι, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα: Γνωστό για τα πολυτελή ξενοδοχεία του, τη σύγχρονη αρχιτεκτονική και τα εμπορικά κέντρα, το Ντουμπάι έχει γίνει ένας εξέχων τουριστικός κόμβος στη Μέση Ανατολή. Η Παγκόσμια Τράπεζα αναφέρει ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 20% του ΑΕΠ του

Ντουμπάι (The World Bank, 2023), με τον τουριστικό τομέα να διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη στρατηγική της οικονομικής διαφοροποίησης της πόλης, απομακρυνόμενος από την εξάρτηση από το πετρέλαιο.

2.5 Ο Εγχώριος Ελληνικός Τουρισμός

Η Ελλάδα, μια χώρα με πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, αποτελεί εδώ και πολύ καιρό δημοφιλή τουριστικό προορισμό. Τα εντυπωσιακά τοπία της, τα γραφικά νησιά της και το ζεστό μεσογειακό κλίμα προσελκύουν κάθε χρόνο εκατομμύρια επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Ο τουρισμός έχει διαδραματίσει ζωτικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας, ιδίως μετά την οικονομική κρίση του 2008, κατά την οποία η χώρα αντιμετώπισε σοβαρές οικονομικές προκλήσεις. Στο πλαίσιο αυτό, το παρόν απόσπασμα θα επικεντρωθεί στον αντίκτυπο του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, στη συμβολή του στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην ανάπτυξη υποδομών και στα έσοδα από το συνάλλαγμα, καθώς και στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες για το μέλλον. Με 18 Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς ορισμένα από την UNESCO και με απειράριθμα νησιά και ακτογραμμή, η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλέστατος προορισμός για τους τουρίστες παγκόσμια, ήδη από την δεκαετία του 1970. Ο διεθνής τουρισμός αναπτύχθηκε ραγδαία στον ελληνικό χώρο. Στις αρχές της δεκαετίας του 1950, οι συνολικές αφίξεις δεν ξεπέρασαν τις 70,000, τη δεκαετία του 1960 ξεπέρασαν τις 500,000, τη

δεκαετία του 1970 τα 1,4 εκατομμύρια, τη δεκαετία του 1980 τα 6,5 εκατομμύρια, τη δεκαετία του 1990 κοντά στα 9 εκατομμύρια και από το 2000 και μετά πάνω από 13 εκατομμύρια.

Με συνολική συμβολή στο σχεδόν 25% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας κατά το 2017 μπορεί κάποιος να κατανοήσει το πόσο σημαντικός είναι ο τουρισμός για την ίδια την ελληνική κοινωνία [Σχήμα 2.8]. Ήδη από την δεκαετία του 1970 έχουν γίνει μεγάλες βελτιώσεις στην τουριστική δυναμική της χώρας: Σημαντικό ρόλο διαδραμάτισαν οι βελτιώσεις στις υποδομές της χώρας (από οδικούς άξονες, σε λιμάνια και αερολιμένες) καθώς και η ανάπτυξη τουριστικών μονάδων στην ελληνική περιφέρεια. Ακόμη, παρουσιάστηκε μεγάλη τουριστική άνοδος μετά από τη φιλοξενία των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα το 2004, καθώς και της

Συμβολή στο ΑΕΠ



Σχήμα 2.8: Συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας (πηγή INSETE). Eurovision το 2006.



2.5.1 Οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού στην Ελλάδα





Ο τουρισμός αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της ελληνικής οικονομίας εδώ και δεκαετίες. Σύμφωνα με το WTTC[Σχήμα 2.9], το 2019, ο τουριστικός κλάδος

συνέβαλε κατά 20,8% στο ΑΕΠ της Ελλάδας και στήριξε περισσότερες από ένα εκατομμύριο θέσεις εργασίας, αντιπροσωπεύοντας το 26,1% της συνολικής απασχόλησης στη χώρα (World Travel and Tourism Council, 2022). Ο τομέας ήταν απαραίτητος για την οικονομική ανάκαμψη της Ελλάδας, ιδίως μετά την οικονομική κρίση, όταν η χώρα αντιμετώπισε υψηλά ποσοστά ανεργίας και συρρίκνωση της οικονομίας.

Μία από τις κύριες συνεισφορές του τουρισμού στην ελληνική οικονομία είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας. Ο κλάδος απασχολεί άμεσα σημαντικό αριθμό ατόμων σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, ταξιδιωτικά γραφεία και άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό. Έμμεσα, ο τουρισμός στηρίζει την απασχόληση σε άλλους τομείς, όπως η γεωργία, οι μεταφορές και το λιανικό εμπόριο, οι οποίοι

επωφελούνται από την αυξημένη ζήτηση που δημιουργούν οι τουρίστες (World

Global Data				
 Total GDP contribution:			 Total Travel & Tourism jobs:	
2019	10.3% USD 9,630 BN	Travel & Tourism GDP change:	333 MN = 1 in 10 jobs	Change in Jobs ² :
2020	5.3% USD 4,775 BN	-50.4% =USD -4,855 BN (Economy GDP = -3.3%)	271 MN = 1 in 12 jobs	-62.0MN = -18.6%
2021	6.1% USD 5,812 BN	+21.7% =USD 1,038 BN (Economy GDP = 5.8%)	289 MN = 1 in 11 jobs	+18.2MN = + 6.7%

Greece Key Data		
2019	2020	2021
Total contribution of Travel & Tourism to GDP:		
 20.7% of Total Economy EUR 38.2BN (USD 42.0BN)	9.2% of Total Economy EUR 15.5BN (USD 17.1BN) Change: -59.3% Economy change: -8.7%	14.9% of Total Economy EUR 27.2BN (USD 29.9BN) Change: +74.9% Economy change: +7.9%
Total contribution of Travel & Tourism to Employment:		
 819.8 (000s) 21.0% of total jobs	707.8 (000s) 18.3% of total jobs Change: -13.7%	781.6 (000s) 19.9% of total jobs Change: +10.4%
Visitor Spend:		
International:		
 EUR 20.5 BN 27.6% of total exports (USD 22.6BN)	EUR 5.5 BN 10.2% of total exports (USD 6.0BN) Change: -73.3%	EUR 13.1 BN 17.6% of total exports (USD 14.4BN) Change: +138.8%
Domestic:		
 EUR 9.7 BN (USD 10.7BN)	EUR 5.7 BN (USD 6.3BN) Change: -41.3%	EUR 7.8 BN (USD 8.6BN) Change: +37.3%

Σχήμα 2.9: Ελλάδα: Ετήσια έρευνα του 2022 (πηγή WTTC).

Travel and Tourism Council, 2022). Αυτό ήταν ιδιαίτερα σημαντικό για τη συμβολή στη μείωση των ποσοστών ανεργίας στη χώρα, τα οποία έφθασαν στο υψηλό ρεκόρ του 27,5% το 2013 (World Travel and Tourism Council, 2022).

Τα συναλλαγματικά έσοδα από τον τουρισμό αποτέλεσαν επίσης κρίσιμη συνιστώσα της οικονομικής ανάπτυξης της Ελλάδας. Το 2019, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις της χώρας ανήλθαν σε περίπου 18,2 δισεκατομμύρια ευρώ, καθιστώντας την τη δεύτερη μεγαλύτερη πηγή συναλλάγματος μετά τη ναυτιλία. Τα έσοδα αυτά συμβάλλουν στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών της Ελλάδας, στη σταθεροποίηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας και στη στήριξη της οικονομικής ανάπτυξης.

Η ανάπτυξη των υποδομών είναι ένας άλλος τομέας στον οποίο ο τουρισμός έχει επηρεάσει θετικά την οικονομία της Ελλάδας. Οι επενδύσεις σε υποδομές που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως αεροδρόμια, λιμάνια, δρόμοι και ξενοδοχεία, έχουν οδηγήσει σε βελτίωση της συνολικής ποιότητας ζωής τόσο για τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες. Για παράδειγμα, η κατασκευή του νέου Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών το 2001 βελτίωσε σημαντικά την υποδομή αερομεταφορών της χώρας και ενίσχυσε την τουριστική ανάπτυξη. Σε πολλές περιοχές έχουν γίνει κι άλλες σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές, όπως νέα αεροδρόμια, μαρίνες και οδικά δίκτυα, που οδήγησαν σε βελτιωμένη συνδεσιμότητα και προσβασιμότητα. Αυτό δεν έχει ωφελήσει μόνο την τουριστική βιομηχανία, αλλά έχει επίσης συμβάλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη αυτών των περιοχών. Οι κοινοτικές πρωτοβουλίες για τον τουρισμό έχουν επίσης αναδειχθεί σε σημαντικό εργαλείο για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και την καταπολέμηση της φτώχειας στις αγροτικές περιοχές. Τα έργα αυτά, τα οποία περιλαμβάνουν την ενεργό συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη και τη διαχείριση των τουριστικών δραστηριοτήτων, συμβάλλουν στη διασφάλιση ότι τα οφέλη του τουρισμού κατανέμονται πιο δίκαια. Παρέχοντας εναλλακτικές πηγές εισοδήματος και απασχόλησης, ο τουρισμός με βάση την κοινότητα μπορεί να συμβάλει στη μείωση

της μετανάστευσης από την ύπαιθρο προς τις πόλεις και να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.

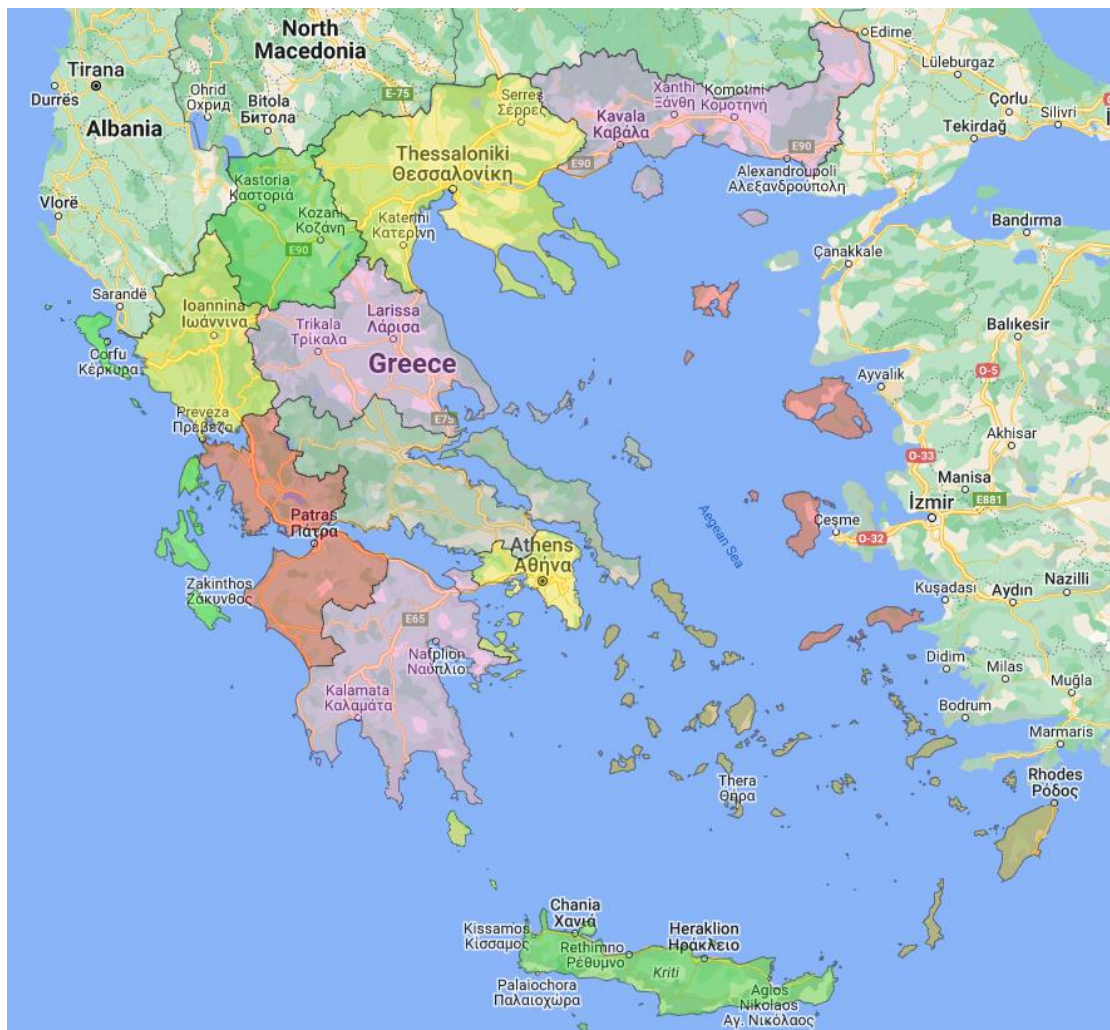
Τα τελευταία χρόνια επίσης, η έννοια του βιώσιμου τουρισμού έχει κερδίσει έδαφος στην Ελλάδα, με έναν αυξανόμενο αριθμό επιχειρήσεων και προορισμών να υιοθετούν φιλικές προς το περιβάλλον και κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Αυτή η στροφή προς την αειφορία οφείλεται στην αναγνώριση ότι η μακροπρόθεσμη επιτυχία της τουριστικής βιομηχανίας εξαρτάται από τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της χώρας, καθώς και από την ευημερία των κοινοτήτων της.

Η Ελλάδα έχει κάνει σημαντικά βήματα στην προώθηση του βιώσιμου τουρισμού, με αρκετές πρωτοβουλίες που έχουν δρομολογηθεί για την υποστήριξη αυτού του στόχου. Ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι το πρόγραμμα «*Ελληνικό Πρωινό*», το οποίο στοχεύει στην προώθηση της τοπικής γαστρονομίας και των γεωργικών προϊόντων, ενθαρρύνοντας τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια να σερβίρουν παραδοσιακά ελληνικά πιάτα που παρασκευάζονται από τοπικά προμηθευόμενα υλικά. Η πρωτοβουλία αυτή όχι μόνο συμβάλλει στη διατήρηση της γαστρονομικής κληρονομιάς της Ελλάδας, αλλά και στηρίζει τους τοπικούς αγρότες και τις μικρές επιχειρήσεις, δημιουργώντας πρόσθετο εισόδημα για τις αγροτικές κοινότητες (Kollfam, 2023).

2.6 Ελληνικές Περιφέρειες

Περιφέρειες ονομάζονται οι δεκατρείς δευτεροβάθμιοι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης που υπάρχουν στο ελληνικό κράτος σύμφωνα με το σχέδιο «*Καλλικράτης*» [Σχήμα 2.10] (Geogreece, 2023). Κάθε περιφέρεια είναι εγκατεστημένη σε μια ευρύτερη περιοχή της χώρας (εξαιρείται το Άγιο Όρος), έχει τις δικές της ανεξάρτητες υπηρεσίες και προϋπολογισμό και οι θεσμοί της εκλέγονται με εκλογές. Οι αρμοδιότητές της κάθε περιφέρειας είναι ευρείες: από τον σχεδιασμό,

το συντονισμό και την εφαρμογή πολιτικών που σχετίζονται με τα προβλήματα της περιοχής, έως τα επιμέρους καθήκοντα της κεντρικής διοίκησης που μπορεί να της ανατεθούν από το νόμο. Επιπλέον, ο όρος «περιφέρεια» έχει και γεωγραφική σημασία, καθώς μια περιοχή έχει συγκεκριμένη περιοχή, πληθυσμό και έδρα, αλλά ο αμιγώς γεωγραφικός όρος είναι διαμέρισμα. Από τις δεκατρείς περιοχές, μόνο οι τρεις προσδιορίστηκαν με εδαφική διαίρεση: Η Ήπειρος, η Θεσσαλία και η Κρήτη. Ο πληθυσμός της κάθε περιφέρειας και η τουριστική της δύναμη προσμετράτε από διαφορετικούς φορείς (ΕΛΣΤΑΤ – ΙΝΣΕΤΕ - Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων).



Σχήμα 2.10: Οι Ελληνικές περιφέρειες σύμφωνα με το σχέδιο Καλλικράτης.

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) διενήργησε την απογραφή πληθυσμού-κατοικιών μεταξύ του Οκτώβριου 2021 έως το Δεκέμβριου 2021 και είχε ως σκοπό *«τη συγκέντρωση πρόσφατων και έγκυρων στοιχείων για τα δημογραφικά, οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού και τις συνθήκες στέγασής του, προκειμένου να καλυφθούν οι ανάγκες στατιστικής πληροφόρησης σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Τα στοιχεία αυτά είναι απαραίτητα για τη χάραξη της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής πολιτικής του Κράτους και την*

εκπλήρωση των υποχρεώσεων της Χώρας προς την Ευρωπαϊκή Ένωση και τους Διεθνείς Οργανισμούς (π.χ.Ηνωμένα Έθνη, ΟΟΣΑ)» (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2021). Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής του 2021 μόνο δύο περιφέρειες είχαν πληθυσμιακή ανάπτυξη μεταξύ του 2011 και 2021 (Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου και

Περιφέρειες	Πληθυσμός		Άνδρες		Γυναίκες	
	2011	2021	2011	2021	2011	2021
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	608.182	562.201	299.643	275.804	308.539	286.397
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	1.882.108	1.795.669	912.693	867.180	969.415	928.489
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	283.689	254.595	141.779	126.869	141.910	127.726
ΗΠΕΙΡΟΥ	336.856	319.991	165.775	157.708	171.081	162.283
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	732.762	688.255	362.194	338.586	370.568	349.669
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	547.390	508.254	277.475	254.511	269.915	253.743
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	207.855	204.532	102.400	101.125	105.455	103.407
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	679.796	648.220	339.310	325.314	340.486	322.906
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	577.903	539.535	291.777	270.495	286.126	269.040
ΑΤΤΙΚΗΣ	3.828.434	3.814.064	1.845.663	1.837.343	1.982.771	1.976.721
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	199.231	194.943	99.984	97.765	99.247	97.178
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	309.015	327.820	155.865	164.669	153.150	163.151
ΚΡΗΤΗΣ	623.065	624.408	308.665	308.608	314.400	315.800

Σχήμα 2.11: Πληθυσμός της Ελλάδας ανά περιφέρεια μεταξύ των ετών 2011 και 2021. Σύνολο ανδρικού πληθυσμού 5.125.977 (48,9%) και σύνολο γυναικείου πληθυσμού 5.356.510 (51,1%) (πηγή ΕΛΣΤΑΤ).

Κρήτης) [Σχήμα 2.11].

Οι περιφέρειες χωρίζονται ως εξής:

- 1. Περιφέρεια Αττικής:** Η Περιφέρεια Αττικής είναι η πυκνότερα κατοικημένη περιοχή της Ελλάδας, με πληθυσμό 3.792.469 κατοίκους. Η έκτασή της αγγίζει τα 3.808 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Το Ακρωτήριο Σουνίου, η Ακρόπολη, ο Παρθενώνας και το Ωδείο Ηρώδου Αττικού είναι μερικά από τα πιο διάσημα τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής. Η Περιφέρεια Αττικής συμμετέχει με περίπου 48% στο ΑΕΠ της χώρας, με τον τουρισμό να αποτελεί έναν από τους βασικούς τομείς της οικονομίας.
- 2. Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας:** Η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας καλύπτει μια έκταση 9.451 τετραγωνικών χιλιομέτρων και έχει πληθυσμό 255.056 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει στη βιομηχανία, τη γεωργία και την ενέργεια. Η περιφέρεια προσφέρει ποικίλες τουριστικές εμπειρίες, όπως τα χιονοδρομικά κέντρα του Βόρειου Πηνειού, τα παραδοσιακά χωριά της Ζαγορίου και τον ποταμό Αλιάκμονα. Η συμμετοχή της περιφέρειας στο ποσοστό του ΑΕΠ είναι περίπου 3,5%.
- 3. Περιφέρεια Θεσσαλίας:** Η Περιφέρεια Θεσσαλίας έχει έκταση 14.037 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό περίπου 687.527 κατοίκους. Η περιοχή είναι γνωστή για τη γεωργία, την κτηνοτροφία και τη βιομηχανία. Τα Μετέωρα, η Κοιλάδα των Τεμπών και το Πήλιο είναι μερικά από τα πιο δημοφιλή τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής. Η Θεσσαλία συμμετέχει με περίπου 4,5% στο ΑΕΠ της Ελλάδας.
- 4. Περιφέρεια Ηπείρου:** Η Περιφέρεια Ηπείρου καλύπτει μια έκταση 9.203 τετραγωνικών χιλιομέτρων και έχει πληθυσμό 319.543 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει στη γεωργία, τον τουρισμό και τη βιοτεχνία. Τα Ζαγοροχώρια και ο Νέος Αχέρωντας είναι μερικά από τα κύρια τουριστικά

αξιοθέατα της περιοχής. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Ήπειρος στο ΑΕΠ της Ελλάδας ανέρχεται στο 2%.

5. Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας: Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας βρίσκεται στο κεντρικό μέρος της χώρας, με έκταση 15.549 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 505.269 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει στη γεωργία, τη βιομηχανία και τον τουρισμό. Κύρια τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν τον αρχαιολογικό χώρο των Δελφών, τη Λίμνη Πλαστήρα και τον Παρνασσό. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας στο ΑΕΠ της χώρας είναι περίπου 6,2%.

6. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας: Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας έχει έκταση 18.810 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 1.792.069 κατοίκους. Η Θεσσαλονίκη, η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας, βρίσκεται σε αυτήν την περιφέρεια. Τα τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν τον Λευκό Πύργο, το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού και τα αρχαία Δίον και Βέργινα. Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συμμετέχει με περίπου 13% στο ΑΕΠ της χώρας, με τον τουρισμό να αποτελεί έναν από τους βασικούς τομείς της οικονομίας.

7. Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας: Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας καλύπτει μια έκταση 11.350 τετραγωνικών χιλιομέτρων και έχει πληθυσμό 643.349 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής βασίζεται στη γεωργία, τη βιομηχανία και τον τουρισμό. Κύρια τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν την Αρχαία Ολυμπία, την Αρχαία Μεσσήνη και τον ποταμό Νέδα. Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας συμμετέχει με περίπου 4% στο ΑΕΠ της χώρας.

8. Περιφέρεια Πελοποννήσου: Η Περιφέρεια Πελοποννήσου καλύπτει μια έκταση 15.490 τετραγωνικών χιλιομέτρων και έχει πληθυσμό 538.366 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει στη γεωργία, τον τουρισμό και την αλιεία. Κύρια

τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν την Αρχαία Επίδαυρο, τον αρχαιολογικό χώρο των Μυκηνών και τη Μονεμβασιά. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου συμμετέχει με περίπου 3,5% στο ΑΕΠ της χώρας.

9. Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου: Η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου περιλαμβάνει τα νησιά του βόρειου Αιγαίου, έχοντας έκταση 3.836 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό περίπου 194.136 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει κυρίως στον τουρισμό, με τα νησιά της Λέσβου, της Χίου και της Σάμου να αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου στο ΑΕΠ της χώρας είναι περίπου 1,2%.

10. Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου: Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου περιλαμβάνει τα νησιά του νοτίου Αιγαίου, έχοντας έκταση 5.286 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 324.542 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει κυρίως στον τουρισμό, με δημοφιλείς προορισμούς όπως οι Κυκλάδες και οι Δωδεκάνησα. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου στο ΑΕΠ της χώρας ανέρχεται στο 3%.

11. Περιφέρεια Κρήτης: Η Περιφέρεια Κρήτης βρίσκεται στο νότιο τμήμα της Ελλάδας και έχει έκταση 8.259 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 617.360 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει στον τουρισμό, τη γεωργία και την υδατοκαλλιέργεια. Η Κνωσός, το Φαράγγι της Σαμαριάς και οι Ελαφονήσι είναι μερικά από τα κύρια τουριστικά αξιοθέατα της Κρήτης. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Κρήτης στο ΑΕΠ της χώρας είναι περίπου 4,5%.

12. Περιφέρεια Ιονίων Νήσων: Η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων περιλαμβάνει τα νησιά του Ιονίου Πελάγους, με έκταση 2.307 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 200.726 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής εστιάζει στον τουρισμό, τη γεωργία και την αλιεία. Κύρια τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν το νησί της

Κέρκυρας, τη Ζάκυνθο και τη Λευκάδα. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων στο ΑΕΠ της χώρας είναι περίπου 1,3%.

13. Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης: Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης βρίσκεται στο βόρειο-ανατολικό τμήμα της Ελλάδας, με έκταση 14.157 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 562.069 κατοίκους. Η οικονομία της περιοχής βασίζεται κυρίως στη γεωργία, τη βιομηχανία και τον τουρισμό. Κύρια τουριστικά αξιοθέατα περιλαμβάνουν τον αρχαιολογικό χώρο των Φιλίππων, τη Σαμοθράκη και τον ποταμό Έβρο. Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης συμμετέχει με περίπου 2,1% στο ΑΕΠ της χώρας.

Αυτές είναι οι δεκατρείς περιφέρειες της Ελλάδας, καθεμία με τα δικά της χαρακτηριστικά, οικονομικά μεγέθη και τουριστικά αξιοθέατα. Πιο συγκεκριμένα εξετάζοντας τις δεκατρείς περιφέρειες του Ελληνικού κράτους, παρατηρείται έντονη διακύμανση σε σχέση με τη συμμετοχή της κάθε περιφέρειας στο ΑΕΠ σε σχέση με την έκταση και τον πληθυσμό της [Πίνακας 2.2].

Πίνακας 2.2: Συνεκτικός πίνακας πληροφοριών των δεκατριών περιφερειών της Ελλάδας.

Περιφέρεια	Έδρα	Έκταση	Πληθυσμός 2011	Πληθυσμός 2021	Πυκνότητα Πληθυσμού	ΑΕΠ	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	Κομοτηνή	14.157	606.170	562.069	42,82	9.265	15.272
Κεντρική Μακεδονία	Θεσσαλονίκη	18.811	1.874.590	1.792.069	99,66	32.285	16.559
Δυτική Μακεδονία	Κοζάνη	9.451	282.120	255.056	29,85	5.506	18.786
Ήπειρος	Ιωάννινα	9.203	336.650	319.543	36,58	5.079	14.221
Θεσσαλία	Λάρισα	14.037	730.730	687.527	52,06	11.608	15.772
Ιόνιου Νήσοι	Κέρκυρα	2.307	206.470	200.726	89,5	4.130	17.726
Δυτική Ελλάδα	Πάτρα	11.350	680.190	643.349	59,93	10.659	14.332
Στερεά Ελλάδα	Λαμία	15.549	546.870	505.269	35,17	10.537	19.007
Αττική	Αθήνα	3.808	3.812.330	3.792.469	1001,11	110.546	26.968
Πελοπόννησος	Τρίπολη	15.490	581.980	538.366	37,57	9.809	16.580
Βόρειο Αιγαίο	Μυτιλήνη	3.836	197.810	194.136	51,57	3.330	16.638
Νότιο Αιγαίο	Ερμούπολη	5.286	308.610	324.542	58,38	7.646	24.828
Κρήτη	Ηράκλειο	8.336	621.340	617.360	74,54	11.243	18.421

3 Μεθοδολογική Έρευνα - Ανάλυση

3.1 Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων

Η Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων (Data Envelopment Analysis - DEA) είναι μια μη παραμετρική μέθοδος στην επιχειρησιακή έρευνα και των κλάδο των οικονομικών και χρησιμοποιείται για την εκτίμηση και αποτίμηση μιας μονάδας σε σχέση με ένα σύνολο άλλων ανταγωνιστικών μονάδων. Στην DEA τα αντικείμενα αξιολόγησης ονομάζονται Μονάδες Αποφάσεων (MA, Decision Making Units - DMUs) (Charnes et al., 1978). Η DEA χρησιμοποιείται για την εμπειρική μέτρηση της αποτελεσματικότητας αυτών των μονάδων λήψης αποφάσεων. Σε αντίθεση με τις παραμετρικές μεθόδους που απαιτούν τον εκ των προτέρων προσδιορισμό μιας συνάρτησης παραγωγής ή κόστους, οι μη παραμετρικές προσεγγίσεις συγκρίνουν εφικτούς συνδυασμούς εισροών και εκροών με βάση μόνο τα διαθέσιμα δεδομένα (Sarrico, 2001). Η DEA, οφείλει το όνομά της στην περιβάλλουσα ιδιότητα των αποδοτικών MA του συνόλου δεδομένων, όπου οι εμπειρικά παρατηρούμενες, πιο αποδοτικές MA αποτελούν το σύνολο παραγωγής με το οποίο συγκρίνονται όλες οι MA. Επιπλέον, η DEA έχει χρησιμοποιηθεί για την αξιολόγηση της απόδοσης των μοντέλων επεξεργασίας φυσικής γλώσσας και έχει βρει άλλες εφαρμογές στη μηχανική μάθηση και την τεχνητή νοημοσύνη (Koronakos & Sotiropoulos, 2020).

Η DEA βασίζεται στην εφαρμογή του γραμμικού προγραμματισμού και της μαθηματικής βελτιστοποίησης για τον υπολογισμό της σχετικής αποδοτικότητας των υπό εξέταση μονάδων. Για τη μέτρηση της σχετικής αποτελεσματικότητας η DEA αναλύει μονάδες βάσει της αποδοτικότητάς τους, ταξινομώντας τις σε αποδοτικές και μη αποδοτικές με βάση τις λειτουργικές επιδόσεις. Η αποδοτικότητα υπολογίζεται μέσω του λόγου του σταθμισμένου αθροίσματος των εκροών προς το σταθμισμένο άθροισμα των εισροών. Οι μέθοδοι ακραίων σημείων, όπως η DEA, βασίζονται στην

παραδοχή ότι όλες οι μονάδες μπορούν να λειτουργούν αποτελεσματικά με βάση την αναλογία παραγωγής-πόρων. Σκοπός της ανάλυσης είναι να βρεθεί η βέλτιστη εικονική μονάδα για τη σύγκριση με κάθε πραγματική μονάδα (Πανακούλιας, 2013).

3.1.1 Μοντέλα και Διατυπώσεις της Περιβάλλουσας Ανάλυσης

Δεδομένων

Υπάρχουν δύο βασικά μοντέλα DEA: το CCR (Charnes, Cooper, and Rhodes) και το BCC (Banker, Charnes, and Cooper) μοντέλο.

CCRMModel: Το CCR μοντέλο είναι το αρχικό μοντέλο DEA που αναπτύχθηκε από τους Charnes, Cooper, και Rhodes το 1978. Το μοντέλο αυτό υποθέτει ότι υπάρχει σταθερή απόδοση κλίμακας (CRS –Constant Return to Scale) μεταξύ των εισόδων και των εξόδων, δηλαδή ότι η απόδοση δεν επηρεάζεται από τη μεγέθυνση της παραγωγικής μονάδας. Το CCR μοντέλο είναι κατάλληλο για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας μονάδων που λειτουργούν με πλήρη απασχόληση των πόρων τους και κατά συνέπεια, παρουσιάζουν σταθερή απόδοση κλίμακας. Ωστόσο, το CCR μοντέλο δεν είναι κατάλληλο για την ανάλυση της αποδοτικότητας σε περιπτώσεις που οι μονάδες λειτουργούν με μεταβλητή απόδοση κλίμακας (Charnes et al., 1978).

BCCModel: Το BCC μοντέλο εισήχθη από τους Banker, Charnes, και Cooper το 1984 και αναπτύχθηκε ως μια επέκταση του CCR μοντέλου. Το BCC μοντέλο υποθέτει ότι υπάρχει μεταβλητή απόδοση κλίμακας (VRS –Variable Return to Scale) μεταξύ των εισόδων και των εξόδων, δηλαδή ότι η απόδοση μπορεί να επηρεαστεί από τη μεγέθυνση της παραγωγικής μονάδας. Το BCC μοντέλο είναι κατάλληλο για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας μονάδων που λειτουργούν με μεταβλητή απασχόληση των πόρων τους και, κατά συνέπεια, παρουσιάζουν μεταβλητή απόδοση κλίμακας (Banker et al., 1984).

Τα δύο αυτά μοντέλα DEA, τόσο το CCR όσο και το BCC, χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας παραγωγικών μονάδων συγκρίνοντας τις εισόδους (inputs) και τις εξόδους (outputs) τους.

3.1.2 Αποσαφήνιση Όρων των Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων

Σταθερές αποδόσεις κλίμακας (CRS – Constant ReturnstoScale): Στο πλαίσιο της DEA, οι σταθερές αποδόσεις στην κλίμακα (CRS) υποθέτουν ότι μια αύξηση των εισροών θα οδηγήσει σε ανάλογη αύξηση των εκροών, ανεξάρτητα από την κλίμακα της μονάδας λήψης αποφάσεων (DMU). Μαθηματικά, εάν οι εισροές κλιμακώνονται κατά ένα συντελεστή χ , οι εκροές θα κλιμακωθούν επίσης κατά χ , όπου $\chi > 0$. Η υπόθεση αυτή ισχύει για τα μοντέλα DEA όταν αναλύονται μονάδες λήψης αποφάσεων που λειτουργούν σε βέλτιστη κλίμακα. Το μοντέλο CRS της DEA είναι κατάλληλο όταν όλες οι μονάδες λήψης αποφάσεων λειτουργούν υπό την ίδια κλίμακα λειτουργίας και χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της συνολικής τεχνικής αποτελεσματικότητας. Το υπόδειγμα CRS εισήχθη για πρώτη φορά από τους Charnes, Cooper και Rhodes το 1978, το οποίο συχνά αναφέρεται ως υπόδειγμα CCR(Charnes et al., 1978).

Μεταβλητές αποδόσεις κλίμακας (VRS –Variable Returnsto Scale): Οι μεταβλητές αποδόσεις κλίμακας (VRS) στην DEA, σε αντίθεση με την CRS, επιτρέπουν τη μη αναλογική κλιμάκωση των εκροών ως απάντηση στην κλιμάκωση των εισροών. Αυτό το μοντέλο αναγνωρίζει ότι οι μονάδες λήψης αποφάσεων μπορεί να παρουσιάζουν αυξανόμενες ή μειούμενες αποδόσεις κλίμακας, δηλαδή η παραγωγή μπορεί να αυξάνεται κατά μεγαλύτερο ή μικρότερο ποσοστό σε σχέση με την αύξηση των εισροών. Το μοντέλο VRS ενσωματώνεται στο μοντέλο των Banker, Charnes και Cooper (BCC), το οποίο εισήχθη το 1984. Αυτό το μοντέλο είναι

ιδιαίτερα χρήσιμο όταν οι μονάδες λήψεις αποφάσεων δεν λειτουργούν όλες στην ίδια κλίμακα ή όταν η βέλτιστη κλίμακα δεν είναι γνωστή (Banker et al., 1984).

Αποδοτικότητα Κλίμακας (Scale Efficiency): Η αποτελεσματικότητα κλίμακας είναι ένα μέτρο του πόσο αποτελεσματικά λειτουργεί μια μονάδα λήψης αποφάσεων σε σχέση με το πιο παραγωγικό μέγεθος κλίμακας. Προκύπτει από τη σύγκριση της αποτελεσματικότητας μιας μονάδας λήψης αποφάσεων υπό την υπόθεση της CRS (συνολική τεχνική αποτελεσματικότητα) με την αποτελεσματικότητά της υπό την VRS (καθαρή τεχνική αποτελεσματικότητα). Η αποτελεσματικότητα κλίμακας μπορεί να αναπαρασταθεί μαθηματικά ως ο λόγος της βαθμολογίας που λαμβάνεται υπό την υπόθεση VRS προς τη βαθμολογία που λαμβάνεται υπό την υπόθεση CRS. Μια τιμή 1 υποδηλώνει ότι η DMU λειτουργεί σε βέλτιστη κλίμακα, ενώ μια τιμή μικρότερη από 1 υποδηλώνει είτε αυξανόμενες είτε μειούμενες αποδόσεις κλίμακας, υποδηλώνοντας ότι η DMU θα μπορούσε να γίνει πιο αποτελεσματική με την αύξηση ή τη μείωση της κλίμακας των δραστηριοτήτων της. Η αποτελεσματικότητα κλίμακας είναι κρίσιμη για τη διάγνωση του κατά πόσον οι αναποτελεσματικότητες οφείλονται στην κλίμακα λειτουργίας ή σε άλλους παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγικότητα (Coelli et al., 2005).

3.1.3 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της DEA

Η DEA έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως σε διάφορους τομείς για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας από την εισαγωγή της. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της DEA μπορούν να προσδιοριστούν από τη βιβλιογραφία. Η DEA έχει διάφορα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την εφαρμογή της μεθόδου για την ανάλυση της αποδοτικότητας (Banker et al., 1984; Charnes et al., 1978; Emrouznejad & Yang, 2018; Sarrico, 2001).

Πλεονεκτήματα της DEA:

1. Μη παραμετρική: Η DEA δεν απαιτεί συγκεκριμένες υποθέσεις σχετικά με τη λειτουργική μορφή του συνόρου παραγωγής, γεγονός που την καθιστά πιο ευέλικτη στο χειρισμό διαφόρων καταστάσεων.
2. Πολλαπλές εισροές και εκροές: Η DEA μπορεί να χειριστεί πολλαπλές εισροές και εκροές χωρίς την ανάγκη συγκέντρωσης ή ανάθεσης ρητών βαρών.
3. Συγκριτική αξιολόγηση: Η DEA εντοπίζει αποτελεσματικές μονάδες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως σημεία αναφοράς για τις μη αποτελεσματικές, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες για τη βελτίωση της απόδοσης.
4. Αποτελεσματικότητα κλίμακας: Η DEA μπορεί να αναλύσει την αποτελεσματικότητα κλίμακας των ΜΑ, βοηθώντας τους οργανισμούς να προσδιορίσουν το βέλτιστο μέγεθος για τις δραστηριότητές τους.
5. Διαχειριστικές γνώσεις: Τα αποτελέσματα της DEA μπορούν να παράσχουν πληροφορίες σχετικά με τις πηγές της αναποτελεσματικότητας και να προτείνουν τομείς για βελτίωση, αλλά και να αποκαλύψουν σχέσεις που δεν μπορούσαν να προβλεφθούν με άλλες μεθόδους.

Μειονεκτήματα της DEA:

1. Ευαισθησία σε ακραίες τιμές: Η DEA είναι ευαίσθητη σε ακραίες τιμές οι οποίες ενδεχομένως να αλλοιώσουν τις βαθμολογίες αποδοτικότητας.
2. Αδυναμία χειρισμού του στοχαστικού θορύβου: Η DEA υποθέτει ότι όλες οι μεταβολές στην αποδοτικότητα οφείλονται σε διαχειριστικούς παράγοντες και δεν λαμβάνει υπόψη τυχαία σφάλματα ή εξωτερικούς παράγοντες που ενδέχεται να επηρεάσουν την απόδοση.
3. Ικανότητα διάκρισης: Όταν υπάρχει μεγάλος αριθμός ΜΑ με παρόμοια επίπεδα απόδοσης, η DEA ενδέχεται να δυσκολεύεται να κάνει διάκριση μεταξύ τους, οδηγώντας σε υψηλό ποσοστό αποδοτικών μονάδων.

4. Υποκειμενικότητα στην επιλογή εισροών και εκροών: Η επιλογή των εισροών και εκροών μπορεί να επηρεάσει τα αποτελέσματα της DEA, καθιστώντας κρίσιμη την επιλογή σχετικών και ουσιαστικών μεταβλητών.
5. Έλλειψη στατιστικών δοκιμών: Τα παραδοσιακά μοντέλα DEA δεν παρέχουν στατιστικούς ελέγχους για τον έλεγχο υποθέσεων ή διαστήματα εμπιστοσύνης για τις βαθμολογίες αποδοτικότητας, γεγονός που μπορεί να περιορίσει τη χρησιμότητά τους σε ορισμένες εφαρμογές.

3.2 Εφαρμογή της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων

Η εφαρμογή της DEA για την ανάλυση της ανταγωνιστικότητας του τομέα του τουρισμού στις ελληνικές περιφέρειες αποτελεί ένα ενδιαφέρον θέμα, ιδιαίτερα δεδομένης της σημασίας του τουρισμού για την ελληνική οικονομία. Η αξιοποίηση στατιστικών στοιχείων από το Ινστιτούτο του ΣΕΤΕ-ΙΝΣΕΤΕ, ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού που επικεντρώνεται στη μελέτη του τουρισμού, επιτρέπει στην έρευνα να στηριχθεί σε αξιόπιστα δεδομένα.

Στην παρούσα μελέτη, η μέθοδος της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων (DEA) μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στις δεκατρείς περιφέρειες της Ελλάδας. Η DEA επιτρέπει τη σύγκριση πολλαπλών περιφερειών, λαμβάνοντας υπόψη διάφορες εισροές (όπως υποδομές, ανθρώπινο κεφάλαιο) και εκροές (όπως αφίξεις τουριστών, έσοδα από τον τουρισμό και απασχόληση). Εξετάζοντας τις βαθμολογίες αποδοτικότητας, μπορούμε να εντοπίσουμε τις περιφέρειες με τις καλύτερες επιδόσεις όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα και να κατανοήσουμε τους παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία τους.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα της DEA μπορούν να δώσουν πληροφορίες για τους πιθανούς τομείς βελτίωσης στις λιγότερο ανταγωνιστικές περιφέρειες. Οι

υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι ενδιαφερόμενοι φορείς μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτές τις πληροφορίες για να αναπτύξουν στοχευμένες στρατηγικές με στόχο την ενίσχυση της συνολικής ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα.

Θα πραγματοποιηθεί ανάλυση βάσει των δύο μοντέλων DEA, CCR και BCC. Η χρονική περίοδος που καλύπτουν τα δεδομένα μας είναι μεταξύ του 2016 και 2021 διότι αυτά ήταν τα αξιόπιστα δεδομένα που υπήρχαν στον ιστότοπο του ΙΝΣΕΤΕ και περιλάμβαναν όλα τα inputs και outputs που θέλαμε να επιλέξουμε.

Οι εισροές και οι εκροές που χρησιμοποιήθηκαν ήταν οι εξής: Έσοδα από Τουρισμό (income, σε εκατομμύρια), Αφίξεις (arrivals, σε χιλιάδες), Διανυκτερεύσεις (overnightstays, σε χιλιάδες), Τουριστικά Αξιοθέατα (Μουσεία, museums, αριθμός εισιτηρίων), Τουριστικά Αξιοθέατα (Αρχαιολογικοί Χώροι, archaeological sites, αριθμός εισιτηρίων), Συνολικό Δυναμικό σε Κλίνες (Ξενοδοχεία, hotels, σε χιλιάδες).

Εδώ [Πίνακας 3.1] βρίσκονται τα στοιχεία που έχουν αντληθεί από το ΙΝΣΕΤΕ και χρησιμοποιήθηκαν στην Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων. Τα στατιστικά αφορούν τις δεκατρείς περιφέρειες της Ελλάδας σύμφωνα με το σχέδιο «Καλλικράτης» για τα έτη 2016 έως 2021. Αναφέρονται τα εξής στοιχεία: Έσοδα από τουρισμό, αφίξεις, διανυκτερεύσεις, μέση διάρκεια παραμονής, τουριστικά αξιοθέατα, συνολικό δυναμικό σε κλίνες.

Πίνακας 3.1: Τελικό σύνολο δεδομένων που αντλήθηκε από το ΙΝΣΕΤΕ και αποτελεί τα δεδομένα που θα χρησιμοποιηθούν στην Περιβάλλουσα Ανάλυση Δεδομένων.

Έτη: 2016-2021	Περιφέρειες	Έσοδα από Τουρισμό (σε εκατομμύρια)	Αφίξεις (σε χιλιάδες)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλιάδες)	Τουριστικά Αξιοθέατα (Μουσεία)	Τουριστικά Αξιοθέατα (Αρχαιολογικοί Χώροι)	Συνολικό Δυναμικό σε Κλίνες (Ξενοδοχεία)
2021	Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης	134,2	333,1	2538,6	17423,0	31338,0	22364,0
2020		601,8	91,3	91,3	10755,0	19880,0	22533,0
2019		3833,1	439,8	10170,6	50866,0	78638,0	22364,0

2018		1929,9	321,6	6466,6	45940,0	63213,0	22385,0
2017		1349,3	282,0	5420,5	35037,0	59633,0	22048,0
2016		1363,1	288,4	5413,8	41502,0	63209,0	21324,0
2021	Περιφέρεια Αττικής	2639,8	1466,2	21431,5	1021057,0	1859098,0	65639,0
2020		1621,6	761,2	12465,8	525909,0	1048633,0	64712,0
2019		5923,3	2591,8	34028,0	2785289,0	6234154,0	62899,0
2018		5680,8	2278,9	31385,5	2736359,0	5611977,0	61029,0
2017		5137,0	2083,2	29436,9	2521553,0	4910124,0	59875,0
2016		4542,9	1734,1	24768,6	2161128,0	3960512,0	59022,0
2021	Περιφέρεια Βόρειου Αιγαίου	99,3	67,8	1269,8	21538,0	47264,0	22810,0
2020		43,9	24,6	581,0	10080,0	27727,0	23124,0
2019		359,3	165,3	2902,1	47913,0	92014,0	23006,0
2018		388,9	164,2	3113,2	41440,0	84862,0	22752,0
2017		364,3	166,8	3217,2	42682,0	72438,0	22253,0
2016		328,1	130,8	2458,2	35699,0	59288,0	21944,0
2021	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	351,4	128,2	2372,0	53051,0	193421,0	19535,0
2020		188,0	69,8	1323,8	33526,0	100091,0	19621,0
2019		817,0	257,4	4530,4	233303,0	532089,0	19663,0
2018		699,2	211,8	3183,5	214714,0	557467,0	18973,0
2017		563,5	158,8	2818,6	199715,0	549546,0	18851,0
2016		513,4	145,5	2741,7	169352,0	482250,0	18821,0
2021	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	88,5	37,9	1002,4	983,0	7794,0	6346,0
2020		72,6	26,9	643,5	568,0	5030,0	6644,0
2019		304,4	75,6	1519,7	1936,0	16815,0	6466,0
2018		348,9	60,6	1315,9	2010,0	17427,0	5927,0
2017		221,6	44,9	858,8	1263,0	11945,0	6252,0
2016		330,3	67,7	1475,2	2318,0	8570,0	6090,0
2021	Περιφέρεια Ηπείρου	424,7	127,1	1971,7	46732,0	29246,0	18716,0
2020		264,9	82,0	1247,5	29639,0	16164,0	18638,0
2019		1033,2	261,3	4002,5	88471,0	59056,0	18171,0
2018		823,2	221,9	3362,3	91051,0	65276,0	17931,0
2017		713,4	216,4	3643,2	79686,0	58337,0	17060,0
2016		716,6	217,8	3621,9	81196,0	54253,0	16831,0
2021	Περιφέρεια Θεσσαλίας	273,9	179,0	2410,2	3035,0	11490,0	29137,0
2020		176,0	86,8	1365,2	1771,0	14099,0	29200,0
2019		806,3	355,0	4888,7	18662,0	69460,0	29193,0
2018		675,0	270,5	4217,1	18848,0	68256,0	28824,0
2017		693,7	289,7	5026,5	18756,0	59064,0	29333,0
2016		714,3	301,4	5120,7	56438,0	21454,0	29101,0
2021	Περιφέρεια Ιονίου	1742,2	1297,3	14390,5	55625,0	187299,0	103736,0
2020		805,1	446,1	6913,7	19472,0	75313,0	102492,0
2019		3047,8	1911,2	23744,4	80872,0	236897,0	101405,0
2018		3162,3	1691,1	24761,8	78670,0	206550,0	98223,0
2017		2966,3	1774,9	24943,6	70631,0	185690,0	93440,0
2016		2457,1	1503,6	21493,2	67130,0	225166,0	92350,0
2021	Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	2933,7	1012,1	21296,1	143964,0	206247,0	94174,0
2020		1279,6	412,3	9168,3	143828,0	87102,0	94840,0
2019		6760,8	2249,8	40808,3	687717,0	395471,0	93036,0
2018		7830,2	2275,4	44690,4	683282,0	457872,0	92290,0
2017		7264,4	1851,9	40782,5	668906,0	389372,0	90727,0
2016		6394,8	1688,1	36329,8	653077,0	340854,0	89788,0
2021	Περιφέρεια Κρήτης	3148,4	2395,0	26872,0	177770,0	1027230,0	193819,0
2020		1235,5	861,4	10509,6	102370,0	437586,0	190550,0
2019		5287,6	3600,9	43256,2	845477,0	2155260,0	187599,0
2018		5228,4	3133,9	43819,0	767262,0	2123640,0	182296,0
2017		4806,3	3259,9	40270,7	590311,0	1747669,0	174275,0
2016		4537,0	3095,0	39377,5	501429,0	1451026,0	171516,0
2021	Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	3623,9	3121,3	29913,7	304008,0	866204,0	232862,0
2020		1572,5	1256,6	13627,8	115611,0	336136,0	228534,0
2019		6893,4	5174,8	53168,7	535992,0	1495773,0	223681,0
2018		6629,4	4414,1	51084,2	506030,0	1378355,0	216954,0
2017		5840,9	3653,5	46210,0	500781,0	1311872,0	205073,0
2016		5226,5	3136,1	39996,1	429394,0	1198314,0	195247,0
2021	Περιφέρεια Πελοποννήσου	477,0	249,6	4093,2	46165,0	754106,0	39341,0
2020		278,1	132,2	2766,1	32543,0	428560,0	39521,0
2019		898,5	416,9	6466,3	102647,0	1921898,0	39384,0
2018		886,0	415,5	6614,1	99970,0	1651292,0	38461,0
2017		726,9	307,3	5213,7	81002,0	1388340,0	37733,0
2016		843,1	323,5	5760,2	69232,0	1441529,0	37614,0
2021	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	240,0	112,7	1795,7	96067,0	148871,0	29451,0
2020		148,0	58,9	1089,5	69591,0	78918,0	29841,0

2019		678,6	180,1	2978,0	390509,0	409071,0	29580,0
2018		548,9	193,8	2998,5	372461,0	409872,0	29728,0
2017		375,8	113,2	2012,7	327025,0	351855,0	29122,0
2016		408,6	117,2	1845,0	263487,0	294322,0	28905,0

Η έρευνα μας επικεντρώνεται στις δεκατρείς περιφέρειες της Ελλάδας μελετώντας την διαπεριφερειακή σχέση μερικών βασικών μεγεθών που αφορούν τον τουρισμό κατά την πενταετία 2016-2021. Η επιλογή των μεταβλητών έγινε από μια ενιαία πηγή για να αποφευχθούν αποκλίσεις στις μετρικές. Το INSETE είναι μια εξαιρετική πηγή δεδομένων που αφορούν την τουριστική δραστηριότητα στον ελλαδικό χώρο (INSETE, 2023). Στον ιστότοπο του INSETE υπάρχουν πληροφορίες για κάθε Περιφέρεια, όπως ηετήσια έκθεση, μελέτες και στατιστικά στοιχεία που σχετίζονται με δημογραφικά, μακροοικονομικά, τουριστικά μεγέθη, απασχόληση, κίνηση, κρουαζιέρες, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, καταλύματα, τιμές, οικονομικούς και ποιοτικούς δείκτες ξενοδοχείων, καθώς και χωροταξικό σχεδιασμό. Οι πίνακες περιλαμβάνουν τουριστικά μεγέθη, απασχόληση, ξενοδοχειακόδυναμικό, αφίξεις, διανυκτερεύσεις, πληρότητα ξενοδοχείων, διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, επιβατική κίνηση στα λιμάνια, κρουαζιερόπλοια και επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους.

Τα αποτελέσματα της DEA βρίσκονται στον [Πίνακας 3.2] και ακολουθεί ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Πίνακας 3.2: Αποτελέσματα της Περιβάλλουσας Ανάλυσης Δεδομένων.

DMU	Museums	Archaeological sites	Hotels	Income	Arrivals	Overnight stays	CCR	BCC	Scale	Returns
ΑΜ. Θράκη 2021	17,42	31,34	22,36	134,15	333,09	333,09	1,00	1,00	1,00	-
ΑΜ. Θράκη 2020	10,76	19,88	22,53	601,83	91,26	91,26	0,70	0,68	0,96	irs
ΑΜ. Θράκη 2019	50,87	78,64	22,36	3833,06	439,82	439,82	1,00	1,00	1,00	-
ΑΜ. Θράκη 2018	45,94	63,21	22,39	1929,90	321,63	321,63	0,79	0,76	0,96	irs
ΑΜ. Θράκη 2017	35,04	59,63	22,05	1349,30	282,00	282,00	0,72	0,66	0,91	irs
ΑΜ. Θράκη 2016	41,50	63,21	21,32	1363,10	288,40	288,40	0,75	0,68	0,91	irs

Αττική 2021	1021,06	1859,10	65,64	2639,80	1466,17	1466,17	0,80	0,79	0,98	irs
Αττική2020	525,91	1048,63	64,71	1621,65	761,16	761,16	0,49	0,46	0,94	irs
Αττική2019	2785,29	6234,15	62,90	5923,26	2591,77	2591,77	1,00	1,00	1,00	-
Αττική2018	2736,36	5611,98	61,03	5680,81	2278,92	2278,92	0,95	0,94	0,99	drs
Αττική2017	2521,55	4910,12	59,88	5137,00	2083,20	2083,20	0,92	0,91	0,99	irs
Αττική2016	2161,13	3960,51	59,02	4542,90	1734,10	1734,10	0,84	0,83	0,99	irs
Βόρειο Αιγαίο 2021	21,54	47,26	22,81	99,29	67,84	67,84	0,27	0,16	0,58	irs
Βόρειο Αιγαίο2020	10,08	27,73	23,12	43,91	24,56	24,56	0,27	0,09	0,31	irs
Βόρειο Αιγαίο2019	47,91	92,01	23,01	359,26	165,31	165,31	0,44	0,34	0,78	irs
Βόρειο Αιγαίο2018	41,44	84,86	22,75	388,89	164,19	164,19	0,44	0,35	0,79	irs
Βόρειο Αιγαίο2017	42,68	72,44	22,25	364,30	166,80	166,80	0,46	0,37	0,80	irs
Βόρειο Αιγαίο2016	35,70	59,29	21,94	328,10	130,80	130,80	0,40	0,30	0,76	irs
Δ. Ελλάδα 2021	53,05	193,42	19,54	351,42	128,21	128,21	0,43	0,29	0,68	irs
Δ. Ελλάδα2020	33,53	100,09	19,62	187,97	69,79	69,79	0,31	0,17	0,55	irs
Δ. Ελλάδα2019	233,30	532,09	19,66	816,96	257,35	257,35	0,60	0,49	0,82	irs
Δ. Ελλάδα2018	214,71	557,47	18,97	699,18	211,79	211,79	0,54	0,42	0,78	irs
Δ. Ελλάδα2017	199,72	549,55	18,85	563,50	158,80	158,80	0,45	0,33	0,73	irs
Δ. Ελλάδα2016	169,35	482,25	18,82	513,40	145,50	145,50	0,43	0,31	0,71	irs
Δ. Μακεδονία2021	0,98	7,79	6,35	88,45	37,86	37,86	1,00	0,79	0,79	irs
Δ. Μακεδονία2020	0,57	5,03	6,64	72,58	26,86	26,86	1,00	0,98	0,98	irs
Δ. Μακεδονία2019	1,94	16,82	6,47	304,37	75,59	75,59	1,00	1,00	1,00	-
Δ. Μακεδονία2018	2,01	17,43	5,93	348,89	60,55	60,55	1,00	1,00	1,00	-
Δ. Μακεδονία2017	1,26	11,95	6,25	221,60	44,90	44,90	1,00	1,00	1,00	-
Δ. Μακεδονία2016	2,32	8,57	6,09	330,30	67,70	67,70	1,00	1,00	1,00	-
Ήπειρος2021	46,73	29,25	18,72	424,65	127,13	127,13	0,50	0,47	0,93	irs
Ήπειρος2020	29,64	16,16	18,64	264,93	82,01	82,01	0,54	0,44	0,82	irs
Ήπειρος2019	88,47	59,06	18,17	1033,16	261,33	261,33	0,76	0,68	0,89	irs
Ήπειρος 2018	91,05	65,28	17,93	823,18	221,91	221,91	0,67	0,56	0,83	irs
Ήπειρος 2017	79,69	58,34	17,06	713,40	216,40	216,40	0,70	0,58	0,83	irs
Ήπειρος2016	81,20	54,25	16,83	716,60	217,80	217,80	0,71	0,60	0,85	irs
Θεσσαλία 2021	3,04	11,49	29,14	273,89	179,00	179,00	1,00	1,00	1,00	-
Θεσσαλία 2020	1,77	14,10	29,20	176,01	86,76	86,76	0,91	0,91	1,00	irs
Θεσσαλία 2019	18,66	69,46	29,19	806,30	355,04	355,04	0,74	0,72	0,97	drs
Θεσσαλία 2018	18,85	68,26	28,82	674,97	270,45	270,45	0,57	0,57	1,00	irs
Θεσσαλία 2017	18,76	59,06	29,33	693,70	289,70	289,70	0,60	0,60	0,99	drs
Θεσσαλία 2016	56,44	21,45	29,10	714,30	301,40	301,40	1,00	1,00	1,00	-

Ιόνιο 2021	55,63	187,30	103,74	1742,24	1297,34	1297,34	0,91	0,83	0,92	drs
Ιόνιο2020	19,47	75,31	102,49	805,10	446,10	446,10	0,79	0,55	0,70	drs
Ιόνιο2019	80,87	236,90	101,41	3047,81	1911,22	1911,22	1,00	0,99	0,99	drs
Ιόνιο2018	78,67	206,55	98,22	3162,29	1691,08	1691,08	0,99	0,91	0,91	drs
Ιόνιο2017	70,63	185,69	93,44	2966,30	1774,90	1774,90	1,00	1,00	1,00	-
Ιόνιο2016	67,13	225,17	92,35	2457,10	1503,60	1503,60	0,88	0,88	0,99	drs
Κ. Μακεδονία 2021	143,96	206,25	94,17	2933,75	1012,11	1012,11	0,57	0,57	1,00	irs
Κ. Μακεδονία2020	143,83	87,10	94,84	1279,55	412,32	412,32	0,45	0,41	0,91	drs
Κ. Μακεδονία2019	687,72	395,47	93,04	6760,82	2249,79	2249,79	1,00	1,00	1,00	-
Κ. Μακεδονία2018	683,28	457,87	92,29	7830,24	2275,43	2275,43	1,00	1,00	1,00	-
Κ. Μακεδονία2017	668,91	389,37	90,73	7264,40	1851,90	1851,90	1,00	0,87	0,87	drs
Κ. Μακεδονία2016	653,08	340,85	89,79	6394,80	1688,10	1688,10	0,96	0,83	0,87	drs
Κρήτη2021	177,77	1027,23	193,82	3148,36	2395,03	2395,03	0,83	0,64	0,76	drs
Κρήτη2020	102,37	437,59	190,55	1235,54	861,42	861,42	0,31	0,29	0,94	drs
Κρήτη2019	845,48	2155,26	187,60	5287,56	3600,87	3600,87	0,80	0,80	1,00	irs
Κρήτη2018	767,26	2123,64	182,30	5228,44	3133,87	3133,87	0,73	0,72	0,99	irs
Κρήτη2017	590,31	1747,67	174,28	4806,30	3259,90	3259,90	0,80	0,79	0,99	irs
Κρήτη2016	501,43	1451,03	171,52	4537,00	3095,00	3095,00	0,78	0,77	0,99	irs
Νότιο Αιγαίο2021	304,01	866,20	232,86	3623,94	3121,26	3121,26	0,82	0,66	0,80	drs
Νότιο Αιγαίο2020	115,61	336,14	228,53	1572,47	1256,63	1256,63	0,42	0,39	0,92	drs
Νότιο Αιγαίο2019	535,99	1495,77	223,68	6893,38	5174,80	5174,80	1,00	1,00	1,00	-
Νότιο Αιγαίο2018	506,03	1378,36	216,95	6629,45	4414,10	4414,10	0,98	0,89	0,91	drs
Νότιο Αιγαίο2017	500,78	1311,87	205,07	5840,90	3653,50	3653,50	0,78	0,78	1,00	irs
Νότιο Αιγαίο2016	429,39	1198,31	195,25	5226,50	3136,10	3136,10	0,71	0,71	1,00	irs
Πελοπόννησος 2021	46,17	754,11	39,34	477,00	249,60	249,60	0,36	0,32	0,88	irs
Πελοπόννησος 2020	32,54	428,56	39,52	278,09	132,20	132,20	0,23	0,18	0,78	irs
Πελοπόννησος 2019	102,65	1921,90	39,38	898,50	416,90	416,90	0,53	0,46	0,88	irs
Πελοπόννησος 2018	99,97	1651,29	38,46	885,97	415,48	415,48	0,54	0,47	0,88	irs
Πελοπόννησος 2017	81,00	1388,34	37,73	726,90	307,30	307,30	0,43	0,37	0,86	irs
Πελοπόννησος 2016	69,23	1441,53	37,61	843,10	323,50	323,50	0,45	0,41	0,90	irs
Σ. Ελλάδα 2021	96,07	148,87	29,45	239,99	112,71	112,71	0,26	0,17	0,65	irs
Σ. Ελλάδα2020	69,59	78,92	29,84	147,97	58,87	58,87	0,20	0,10	0,49	irs
Σ. Ελλάδα2019	390,51	409,07	29,58	678,64	180,13	180,13	0,33	0,24	0,72	irs
Σ. Ελλάδα2018	372,46	409,87	29,73	548,85	193,80	193,80	0,34	0,25	0,72	irs
Σ. Ελλάδα2017	327,03	351,86	29,12	375,80	113,20	113,20	0,25	0,15	0,60	irs
Σ. Ελλάδα2016	263,49	294,32	28,91	408,60	117,20	117,20	0,26	0,16	0,61	irs

Για την εφαρμογή της DEA χρησιμοποιήσαμε το λογισμικό DEAP, το οποίο υπολογίζει την απόδοση κάθε περιφέρειας με τη μέθοδο CCR (global technical efficiency) και τη μέθοδο BCC (local pure technical efficiency). Επιπλέον, υπολογίζει την αποδοτικότητα κλίμακας (scale efficiency), δηλαδή το λόγο της CCR προς τη BCC, που μας δίνει την κλιμακωτή απόδοση. Τέλος, καθορίζει εάν μια περιοχή λειτουργεί με αυξανόμενες ή φθίνουσες κλιμακωτές αποδόσεις (drs – decreasing return to scale: φθίνουσα απόδοση κλίμακας, irs - increasing return to scale: αύξουσα απόδοση κλίμακας). Κάθε έτος και κάθε περιφέρεια θεωρείται από το πρόγραμμα ως ξεχωριστή μονάδα με όλες τις εισροές και εκροές της. Το πρόγραμμα υπολογίζει την απόδοση (BCC, CCR, κλίμακα) για κάθε μονάδα ξεχωριστά, που για εμάς μεταφράζεται στην απόδοση μιας συγκεκριμένης περιφέρειας σε ένα συγκεκριμένο έτος.

Πίνακας 3.3: Μέσος όρος των CCR, BCC, Scale efficiency για το χρονικό διάστημα 2016-2021 ανά περιφέρεια.

Περιφέρεια	CCR	BCC	Scale
ΑΜ. Θράκη	0,83	0,80	0,96
Αττική	0,83	0,82	0,98
Βόρειο Αιγαίο	0,38	0,27	0,67
Δ. Ελλάδα	0,46	0,33	0,71
Δ. Μακεδονία	1,00	0,96	0,96
Ήπειρος	0,65	0,55	0,86
Θεσσαλία	0,80	0,80	0,99
Ιόνιο	0,93	0,86	0,92
Κ. Μακεδονία	0,83	0,78	0,94
Κρήτη	0,71	0,67	0,95
Νότιο Αιγαίο	0,79	0,74	0,94
Πελοπόννησος	0,42	0,37	0,86
Σ. Ελλάδα	0,27	0,18	0,63

Εδώ [Πίνακας 3.3] παρουσιάζονται οι μέσοι όροι για όλο το χρονικό εύρος (2016-2021) των περιφερειών για κάθε δείκτη αποτελεσματικότητας (CCR, BCC και αποτελεσματικότητα κλίμακας).

Σαν πρώτη παρατήρηση μπορούμε να διακρίνουμε ότι υπάρχει μεγάλη απόκλιση από προορισμό σε προορισμό. Εάν θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε τον

δείκτη CCR, και σκοράρουμε την κάθε περιφέρεια βάζοντας τις σε κατάταξη[Error! Unknown switch argument., Error! Unknown switch argument., Error! Unknown switch argument.], τότε παρατηρούμε ότι την πρώτη θέση την κατέχει η Δυτική Μακεδονία, χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι κατέχει την υψηλότερη θέση ως προς τη συνολική αποτελεσματικότητα (την οποία αντίθετα την έχει Θεσσαλία). Χρησιμοποιώντας τον δείκτη BCCπάλι η Δυτική Μακεδονία κατέχει την πρώτη θέση.

Πίνακας 3.4: Στάθμιση των μέσων όρων βάσει του συντελεστή CCR.

Περιφέρεια	CCR
Δ. Μακεδονία	1,00
Ιόνιο	0,93
Αττική	0,83
Κ. Μακεδονία	0,83
ΑΜ. Θράκη	0,83
Θεσσαλία	0,80
Νότιο Αιγαίο	0,79
Κρήτη	0,71
Ήπειρος	0,65
Δ. Ελλάδα	0,46
Πελοπόννησος	0,42
Βόρειο Αιγαίο	0,38
Σ. Ελλάδα	0,27

Πίνακας 3.5: Στάθμιση των μέσων όρων βάσει του συντελεστή BCC.

Περιφέρεια	BCC
Δ. Μακεδονία	0,96
Ιόνιο	0,86
Αττική	0,82
Θεσσαλία	0,80
ΑΜ. Θράκη	0,80
Κ. Μακεδονία	0,78
Νότιο Αιγαίο	0,74
Κρήτη	0,67
Ήπειρος	0,55
Πελοπόννησος	0,37
Δ. Ελλάδα	0,33
Βόρειο Αιγαίο	0,27
Σ. Ελλάδα	0,18

Πίνακας 3.6: Στάθμιση των μέσων όρων βάσει του συντελεστή Scaleefficiency.

Περιφέρεια	Scale
Θεσσαλία	0,99

Αττική	0,98
Δ. Μακεδονία	0,96
ΑΜ. Θράκη	0,96
Κρήτη	0,95
Κ. Μακεδονία	0,94
Νότιο Αιγαίο	0,94
Ιόνιο	0,92
Πελοπόννησος	0,86
Ήπειρος	0,86
Δ. Ελλάδα	0,71
Βόρειο Αιγαίο	0,67
Σ. Ελλάδα	0,63

Άλλες παρατηρήσεις που μπορούμε να κάνουμε είναι ότι η εποχικότητα του Αιγαίου δεν του επιτρέπει να έχει καλή θέση σε σχέση με άλλες περιφέρειες. Η Στερεά Ελλάδα που δεν φημίζεται για τον τουρισμό της κατέχει σταθερά την τελευταία θέση με κάθε μετρική. Διαθέτει περισσότερες κλίνες από αυτές που χρειάζεται και έχει χαμηλά ποσοστά αφίξεων με χαμηλή διάρκεια παραμονής, οπότε η τελευταία θέση δικαιολογείται.

Πίνακας 3.7: Μέσος όρος CCR, BBC και Scale efficiency όλων των περιφερειών για κάθε χρόνο των εξεταζόμενων χρονικών πλαισίων.

Έτη	CCR	BCC	Scale
2021	0,67	0,59	0,84
2020	0,51	0,43	0,79
2019	0,78	0,75	0,93
2018	0,73	0,68	0,91
2017	0,70	0,65	0,89
2016	0,71	0,65	0,89

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέταση των μέσων όρων CCR, BCC και Scale των περιφερειών συνολικά ανά έτος. Εύλογα μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι υπάρχει πτώση της αποτελεσματικότητας σε κάθε κλίμακα στα χρόνια της υγειονομικής κρίσης λόγω της επιδημίας του Covid-19, δηλαδή κατά τα έτη 2020-2021 [Πίνακας 3.7].

Πίνακας 3.8: Η συνολική αποτελεσματικότητα CCR για κάθε περιφέρεια ανά έτος.

Περιφέρειες	2016	2017	2018	2019	2020	2021
-------------	------	------	------	------	------	------

ΑΜ. Θράκη	0,75	0,72	0,79	1,00	0,70	1,00
Αττική	0,84	0,92	0,95	1,00	0,49	0,80
Βόρειο Αιγαίο	0,40	0,46	0,44	0,44	0,27	0,27
Δ. Ελλάδα	0,43	0,45	0,54	0,60	0,31	0,43
Δ. Μακεδονία	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Ήπειρος	0,71	0,70	0,67	0,76	0,54	0,50
Θεσσαλία	1,00	0,60	0,57	0,74	0,91	1,00
Ιόνιο	0,88	1,00	0,99	1,00	0,79	0,91
Κ. Μακεδονία	0,96	1,00	1,00	1,00	0,45	0,57
Κρήτη	0,78	0,80	0,73	0,80	0,31	0,83
Νότιο Αιγαίο	0,71	0,78	0,98	1,00	0,42	0,82
Πελοπόννησος	0,45	0,43	0,54	0,53	0,23	0,36
Σ. Ελλάδα	0,26	0,25	0,34	0,33	0,20	0,26

Καμία περιφέρεια δεν παρουσιάζει 100% αποτελεσματικότητα σε όλο το χρονικό εύρος. Εντούτοις όμως μπορούμε να παρατηρήσουμε διαφοροποιήσεις μεταξύ των περιφερειών ως προς την απόδοση τους [Πίνακας 3.8].

Για το έτος 2019, θα κάνουμε μια σύγκριση των επιδόσεων δύο περιφερειών, της ΑΜ. Θράκη (Θράκη) και Δ. Μακεδονία (Δυτική Μακεδονία), χρησιμοποιώντας τα παρεχόμενα αποτελέσματα της DEA και τις βαθμολογίες του Δείκτη Συνολικής Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού (TTCI). Ακολουθεί η σύγκριση με βάση τα αποτελέσματα της DEA:

Πίνακας 3.9: Απόσπασμα από τον πίνακα 3.2 που βρίσκονται αποτελέσματα της DEA (μόνο περιφέρειες ΑΜ. Θράκης και Δ. Μακεδονίας).

DMU	Museums	Archaeological sites	Hotels	Income	Arrivals	Overnight stays	CCR	BCC	Scale	Returns
ΑΜ. Θράκη 2021	17,42	31,34	22,36	134,15	333,09	333,09	1,00	1,00	1,00	-
ΑΜ. Θράκη 2020	10,76	19,88	22,53	601,83	91,26	91,26	0,70	0,68	0,96	irs
ΑΜ. Θράκη 2019	50,87	78,64	22,36	3833,06	439,82	439,82	1,00	1,00	1,00	-
ΑΜ. Θράκη 2018	45,94	63,21	22,39	1929,90	321,63	321,63	0,79	0,76	0,96	irs
ΑΜ. Θράκη 2017	35,04	59,63	22,05	1349,30	282,00	282,00	0,72	0,66	0,91	irs
ΑΜ. Θράκη 2016	41,50	63,21	21,32	1363,10	288,40	288,40	0,75	0,68	0,91	irs
Δ. Μακεδονία2021	0,98	7,79	6,35	88,45	37,86	37,86	1,00	0,79	0,79	irs
Δ. Μακεδονία2020	0,57	5,03	6,64	72,58	26,86	26,86	1,00	0,98	0,98	irs
Δ. Μακεδονία2019	1,94	16,82	6,47	304,37	75,59	75,59	1,00	1,00	1,00	-
Δ. Μακεδονία2018	2,01	17,43	5,93	348,89	60,55	60,55	1,00	1,00	1,00	-
Δ. Μακεδονία2017	1,26	11,95	6,25	221,60	44,90	44,90	1,00	1,00	1,00	-
Δ. Μακεδονία2016	2,32	8,57	6,09	330,30	67,70	67,70	1,00	1,00	1,00	-

Τα αποτελέσματα της DEA δείχνουν ότι και οι δύο περιφέρειες λειτουργούν αποτελεσματικά με βαθμολογία 1,00 τόσο με το CCR όσο με το BCC, πράγμα που

σημαίνει ότι θεωρούνται ότι λειτουργούν στο αποτελεσματικό σύνορο της DEA. Οι βαθμολογίες δείχνουν επίσης ότι και οι δύο περιφέρειες λειτουργούν σε βέλτιστη κλίμακα (αποτελεσματικότητα κλίμακας 1,00) και το ότι δεν εμφανίζονται αποδόσεις κλίμακας (οι οποίες αντιπροσωπεύονται από το σύμβολο "-"), γεγονός που υποδηλώνει ότι το 2019 λειτουργούσαν πολύ παραγωγικά.

Κατά τη σύγκριση των δύο περιφερειών, μπορούμε να δούμε ότι η Θράκη έχει σημαντικά υψηλότερους αριθμούς σε όλες τις εισροές και τις εκροές. Αυτό υποδηλώνει μεγαλύτερη κλίμακα τουριστικής δραστηριότητας, με περισσότερα μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και υψηλότερο εισόδημα από τον τουρισμό. Ο μεγαλύτερος αριθμός αφίξεων και διανυκτερεύσεων υποδηλώνει επίσης ότι η Θράκη ήταν πιο δημοφιλής ή πιο επισκέψιμος προορισμός το 2019 σε σύγκριση με τη Δ. Μακεδονία.

Όσον αφορά τις βαθμολογίες TTCI, για να κάνουμε μια ολοκληρωμένη σύγκριση, θα χρειαζόμασταν τις συγκεκριμένες βαθμολογίες για κάθε περιοχή για το 2019, πληροφορίες τις οποίες δεν τις παρέχει ο TTCI. Χωρίς αυτές τις βαθμολογίες, μπορούμε κυρίως να συμπεράνουμε από τα αποτελέσματα της DEA ότι η Θράκη είχε μεγαλύτερη παρουσία στον τουρισμό με μεγαλύτερους πόρους και έσοδα από τον τουρισμό, ενώ η Δ. Μακεδονία, αν και λειτουργούσε αποτελεσματικά, το έκανε σε μικρότερη κλίμακα.

4 Συμπεράσματα και Συζήτηση

Για να διεξαχθεί μια ανάλυση DEA, θα πρέπει εκ των προτέρων να ορίσουμε το είδος των αποδόσεων κλίμακας καθώς και τον προσανατολισμό της ανάλυσης, δηλαδή αν μας ενδιαφέρει η μείωση των χρησιμοποιούμενων εισροών για δεδομένο επίπεδο παραγωγής (ΑΕΠ) και τουρισμού ή αν μας ενδιαφέρει η επέκταση της παραγωγής (ΑΕΠ) για δεδομένες τις ποσότητες των εισροών και του τουρισμού. Η ερμηνεία που εκφράζει τη σταθερή απόδοση κλίμακας στην DEA είναι η εξής: «Μια ΜΑ που εμφανίζει τεχνική αποτελεσματικότητα ίση με 0.71 σημαίνει ότι είναι κατά 0.29 μονάδες αναποτελεσματική στην χρήση των εισροών και για να γίνει πλήρως αποτελεσματική θα πρέπει να μειώσει την χρήση των εισροών της κατά 29% για δεδομένη τεχνολογία παραγωγής και χωρίς να υπάρξει επίπτωση στο παραγόμενο προϊόν της (Kounetas & Chatzistamoulou, 2015)» [π.χ., Κρήτη, **Πίνακας 3.4**].

Επίσης μπορούμε να παρατηρήσουμε [Error! Unknown switch argument.] ότι οι περιφέρειες με χαμηλή τεχνική αποτελεσματικότητα είναι εκείνες οι οποίες δεν έχουν άμεση πρόσβαση με την Αττική π.χ., ανταπόκριση πτήσης από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος με τρένο από τους σταθμούς της Αθήνας (ειδικά και μετά το δυστύχημα στα Τέμπη στις 28 Φεβρουαρίου, η χρήση των τρένων φαίνεται ότι θα μειωθεί ακόμη περισσότερο). Ακόμη και το Βόρειο Αιγαίο όπου τουρίστας πρέπει να ναυλώσει πλοίο από Καβάλα ή Άγιο Κωνσταντίνο, είναι πιο δυσπρόσιτο για τους αλλοδαπούς τουρίστες και τους Έλληνες τουρίστες της Αττικής, οι οποίοι προτιμούν νησιά Ιονίου (Λευκάδα με χρήση αυτοκινήτου) και Νοτίου Αιγαίου (εγκαταστάσεις που διευκολύνουν την προσβασιμότητα όπως αεροδρόμια και ταχύπλοα από λιμάνια της Αττικής, η οποία και αποτελεί την πρώτη σε πληθυσμό και πιο πυκνοκατοικημένη περιφέρεια της Ελλάδας, αφού σε αυτήν βρίσκεται το πολεοδομικό συγκρότημα των

Αθηνών, που αποτελεί την πρωτεύουσα, συγκεντρώνοντας περίπου το 1/3 του πληθυσμού της χώρας).

Εάν ακολουθούμε τεχνική μειωμένων εισροών τότε για την κάθε περιφέρεια μεμονωμένα μπορούμε να πούμε παίρνοντας ως παράδειγμα το Βόρειο Αιγαίο: Δηλαδή, υπό καθεστώς σταθερών αποδόσεων κλίμακας, το Βόρειο Αιγαίο εμφανίζεται ότι μπορεί να μειώσει την χρήση των εισροών του κατά 62% και να συνεχίσει να παράγει την ίδια ποσότητα προϊόντος, έχοντας ως δεδομένη την ως τώρα τουριστική του δραστηριότητα. Επίσης, δεν φαίνεται να εμφανίζει πλεονάζουσα ποσότητα εισροών όπως η Αττική, η Μακεδονία, η Θράκη, το Ιόνιο και η Θεσσαλία (σύμφωνα και με το Scaleefficiency). Αυτό σημαίνει ότι βρίσκεται στην περιοχή του αποτελεσματικού ορίου αλλά όχι τόσο πιο πάνω από αυτό [~ 0.67 Scaleefficiency, **Error! Unknown switch argument.**].

Δεν υπάρχει καμία πλήρως αποτελεσματική περιφέρεια, παρόλο που η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από τον τουρισμό της με βάση τα αποτελέσματα της DEA - συνεπώς, καμία περιοχή δεν χαρακτηρίζεται ως πλήρως αποτελεσματική για κάθε χρονική στιγμή που περιλαμβάνεται στην έρευνα. Η αποτελεσματικότητα των περιφερειών ποικίλλει με την πάροδο του χρόνου και φυσικά εξαρτάται από το σύνολο στο οποίο συμμετέχει. Ωστόσο, μπορούμε να διαμορφώσουμε μια άποψη για την αποτελεσματικότητα κάθε περιφέρειας, λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία όπως η πορεία που παρουσιάζουν οι δείκτες της με την πάροδο του χρόνου, το αριθμητικό εύρος εντός του οποίου παρουσιάζουν τις τιμές τους, η σύγκριση με άλλες μονάδες και η επιρροή του συνόλου σε αυτές.

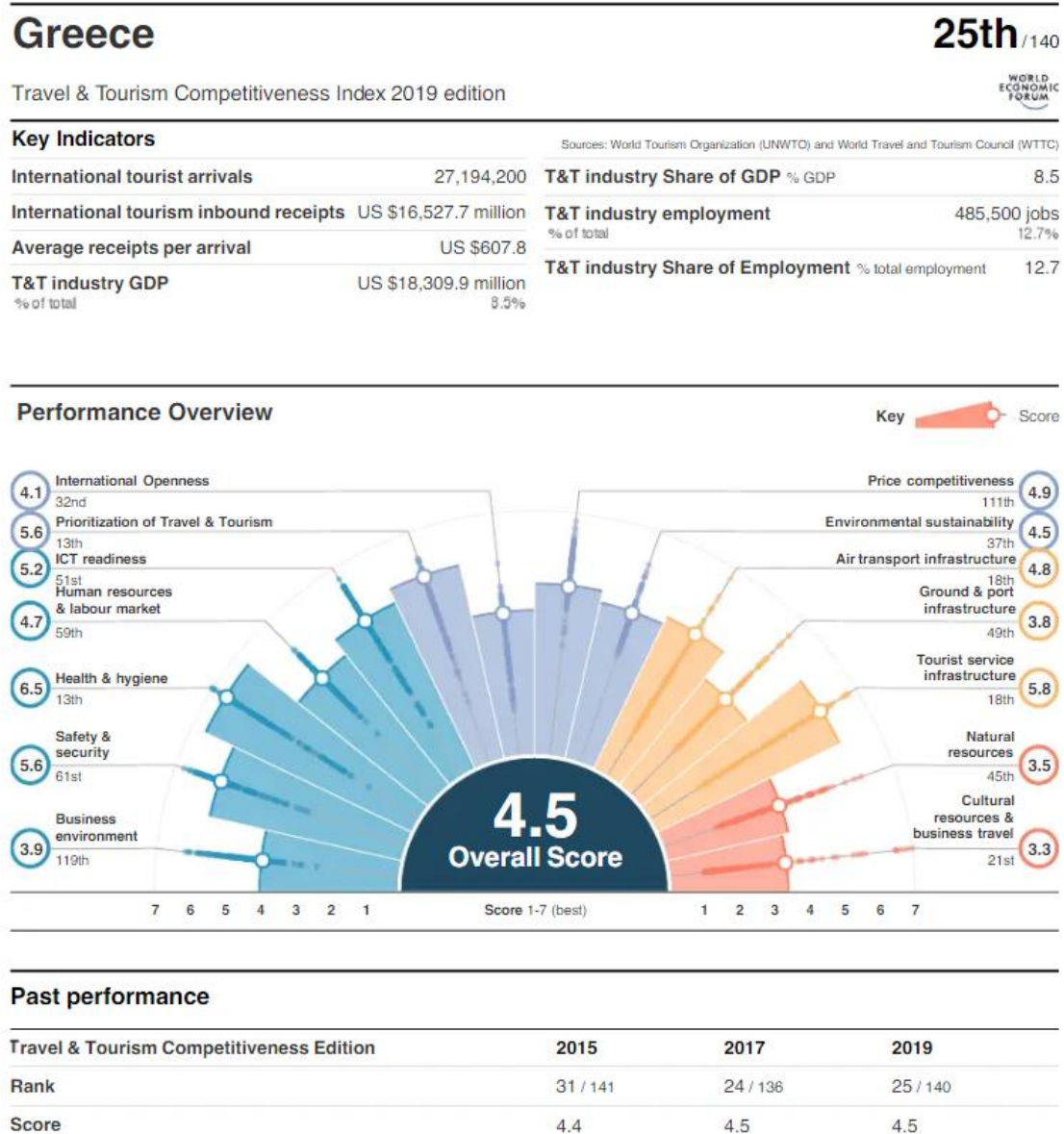
Τέλος, στην περίπτωση μας παρατηρούμε ότι μια περιφέρεια που δεν είναι πλήρως τεχνικά αποτελεσματική, δύναται να μην εμφανίζει πλεονάζουσα ποσότητα εισροών π.χ., Δυτική και Στερεά Ελλάδα, αλλά μια περιφέρεια που είναι πλήρως

αποτελεσματική,θα εμφανίζει πλεονάζουσα ποσότητα εισροών, όπως η Αττική, η Μακεδονία, η Θράκη, το Ιόνιο και η Θεσσαλία[Error! Unknown switch argument.].

Δεν παρατηρούνται βάσει δεδομένων και βιβλιογραφίας τεράστιες αποκλείσεις σχετικά με τον εγχώριο τουρισμό. Ο Έλληνας τουρίστας θα προτιμήσει οικονομικότερες επιλογές για περισσότερο χρόνο (μεγαλύτερη μέση διάρκεια παραμονής), σε αρκετά κοντινότερες περιφέρειες από την έδρα του. Οι δύο περιφέρειες που αξίζουν να αξιολογηθούν ίσως περισσότερο είναι η Αττική και η Κεντρική Μακεδονία λόγω του πληθυσμού τους. Σίγουρα για μελλοντική έρευνα και καλύτερη αποσαφήνιση του θέματος, θα χρειαζόντουσαν ακόμη περισσότερα δεδομένα, περισσότερων χρόνων, αλλά και συγκεκριμένα στατιστικά στοιχεία που θα χώριζαν των εγχώριο με τον παγκόσμιο τουρισμό διότι η ΕΛΣΤΑΤ και το ΙΝΣΕΤΕ δεν έκαναν μέχρι και πριν λίγα χρόνια διαχωρισμό των τουριστών και μελλοντικά όταν θα υπάρχουν πολύ περισσότερα δεδομένα, η ανάλυση του προφίλ του εγχώριου τουρίστα θα είναι πολύ ευκολότερη.

Συνεχίζοντας, εισάγουμε τον δείκτη ΤΤCΙ, ως ένα πολύτιμο εργαλείο που μας επιτρέπει να αξιολογούμε την ανταγωνιστικότητα της τουριστικής βιομηχανίας, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας που έχει την 25^η θέση [Σχήμα 4.1]. Ένας από τους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τις επιδόσεις της Ελλάδας στον ΤΤCΙ είναι η εποχικότητα του τουρισμού σε ορισμένες περιοχές, όπως το Αιγαίο (θερινή περίοδος) και η Ήπειρος (χειμερινή περίοδος). Αυτή η εποχικότητα οδηγεί σε αναποτελεσματικότητα στη χρήση των πόρων και επηρεάζει τη συνολική ανταγωνιστικότητα της χώρας στον ΤΤCΙ. Για την αντιμετώπιση αυτής της πρόκλησης, η Ελλάδα θα πρέπει να διερευνήσει στρατηγικές για τη μείωση των επιπτώσεων της εποχικότητας, όπως η προώθηση αξιοθέατων εκτός εποχής, η διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών και η εφαρμογή στοχευμένων

εκστρατειών μάρκετινγκ για την προσέλκυση ενός ευρύτερου φάσματος τουριστών



Σχήμα 4.1: Η θέση της Ελλάδας στον δείκτη TTCI, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο υπολογίζεται ο δείκτης ανταγωνιστικότητας (πηγή: WEF).

καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Ο TTCI λαμβάνει επίσης υπόψη παράγοντες όπως οι υποδομές και το διεθνές άνοιγμα, οι οποίοι είναι απαραίτητοι για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της τουριστικής βιομηχανίας. Η Ελλάδα θα πρέπει να συνεχίσει να επενδύει στις υποδομές μεταφορών για να βελτιώσει την προσβασιμότητα στα τουριστικά αξιοθέατα, ιδίως σε περιοχές με χαμηλή βαθμολογία αποτελεσματικότητας, όπως η

Πελοπόννησος. Επιπλέον, η υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών και η αξιοποίηση της ανάλυσης δεδομένων μπορούν να βοηθήσουν την Ελλάδα να βελτιστοποιήσει τη χρήση των πόρων, να εξορθολογήσει τις λειτουργίες και να βελτιώσει τις εμπειρίες των επισκεπτών. Όπως είδαμε και στα αποτελέσματα της DEA, υπάρχει πολύ μεγάλο περιθώριο βελτίωσης σχεδόν σε κάθε περιφερειακή ενότητα.

Η βιωσιμότητα είναι μια άλλη κρίσιμη πτυχή του TTCI. Καθώς η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία εξελίσσεται, δίνεται ολοένα και μεγαλύτερη έμφαση σε υπεύθυνες τουριστικές πρακτικές που εξισορροπούν την οικονομική ανάπτυξη με περιβαλλοντικές και κοινωνικές πτυχές. Για να βελτιώσει την κατάταξή της στον TTCI, η Ελλάδα θα πρέπει να δώσει προτεραιότητα στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και να υιοθετήσει φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές που απευθύνονται σε τουρίστες με αυξανόμενη περιβαλλοντική συνείδηση.

Συγκρίνοντας άλλες κατατάξεις της Ελλάδας στον TTCI (2015: 31^η θέση, 2017: 24^η θέση, 2019: 25^η θέση, 2021: 28^η θέση)³, έχοντας υπόψιν ο TTCI είναι δείκτης μέτρησης ανταγωνιστικότητας ενώ στην παρούσα διατριβή μετρήσαμε αποδοτικότητα με την DEA, παρατηρούμε ότι όσο πηγαίνουμε προς το 2018-2019 που είναι η υψηλότερη θέση της Ελλάδας στον TTCI τόσο ανεβαίνουν και οι τιμές των μονάδων αποφάσεων της DEA και αντιστοίχως παρατηρείται πτώση μετά το 2019 [Πίνακας 3.2]. Ως ένα ενδεικτικό παράδειγμα μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την περιφέρεια Αττικής όπου παρατηρούμε ότι έχουμε άνοδο σε κάθε τιμή DMU μέχρι το 2019 όπου βρίσκεται η μέγιστη τιμή και μετά παρατηρείται σταδιακή πτώση, όπως

³ Για τα έτη 2016, 2018 και 2020, δεν υπάρχουν διαθέσιμες άμεσες κατατάξεις TTCI για την Ελλάδα, επειδή δεν δημοσιεύθηκαν εκθέσεις για τα έτη αυτά. Επιπλέον, ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 ενδέχεται να επηρέασε τη δημοσίευση των εκθέσεων ή τα δεδομένα που συλλέχθηκαν κατά τα έτη αυτά, καθώς τα διεθνή ταξίδια διακόπηκαν σημαντικά.

και η κατάταξη της Ελλάδας στον TTCI. Σε καμία περίπτωση αυτό το γεγονός δεν αποτελεί συσχέτιση αλλά μπορεί να υποδηλώνει ότι όσο πέφτει η ανταγωνιστικότητα μπορεί να πέφτει και η αποδοτικότητα (και το ανάποδο).

Πίνακας 4.1: Απόσπασμα από τον πίνακα 3.2 που βρίσκονται αποτελέσματα της DEA (μόνο περιφέρεια Αττικής).

DMU	Museums	Archaeological sites	Hotels	Income	Arrivals	Overnight stays	CCR	BCC	Scale	Returns
Αττική 2021	1021,06	1859,10	65,64	2639,80	1466,17	1466,17	0,80	0,79	0,98	irs
Αττική2020	525,91	1048,63	64,71	1621,65	761,16	761,16	0,49	0,46	0,94	irs
Αττική2019	2785,29	6234,15	62,90	5923,26	2591,77	2591,77	1,00	1,00	1,00	-
Αττική2018	2736,36	5611,98	61,03	5680,81	2278,92	2278,92	0,95	0,94	0,99	drs
Αττική2017	2521,55	4910,12	59,88	5137,00	2083,20	2083,20	0,92	0,91	0,99	irs
Αττική2016	2161,13	3960,51	59,02	4542,90	1734,10	1734,10	0,84	0,83	0,99	irs

Οι χώρες που κατατάσσονται υψηλά στον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας (TTCI) έχουν συχνά κοινά χαρακτηριστικά[Error! Unknown switch argument.]. Για παράδειγμα, η Ελβετία (no:10), η Ισπανία (no:1) και η Γαλλία (no:2) βρίσκονται στην κορυφή του TTCI λόγω των υποδομών και μεταφορών, που επιτρέπουν στους ταξιδιώτες ευκολία στη μετακίνηση εντός και μεταξύ προορισμών, ποικίλα αξιοθέατα, καλό marketingκαι branding, βιωσιμότητα, αλλά και ασφάλεια. Για να ανταγωνιστεί με αυτές τις χώρες, η Ελλάδα θα μπορούσε να επικεντρωθεί στη βελτίωση της υποδομής μεταφορών, στη διαφοροποίηση των τουριστικών της αξιοθέατων, στην ενίσχυση των marketing τακτικών, στην εφαρμογή πρακτικών βιώσιμου και εναλλακτικού τουρισμού και στην ενίσχυση των μέτρων ασφάλειας και προστασίας. Η αντιμετώπιση των ανεπαρκειών που εντοπίστηκαν στην DEA θα μπορούσε επίσης να βοηθήσει την Ελλάδα να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά της στην τουριστική βιομηχανία.

Εργαλεία

Τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν ήταντα εξής: το EndNoteχρησιμοποιήθηκε για τη δημιουργία ευρετηρίου παραπομπών και για τη διαχείριση των βιβλιογραφικών παραπομπών, το Excel, PowerPointκαι Wordτης σουίταςOffice365 για τη συγγραφή της εργασίας και την ανάλυση των δεδομένων, και τέλος, χρησιμοποιήθηκε το εργαλείο DEAP (DataEnvelopmentAnalysisProgram) για τη διεξαγωγή της DEA, η οποία αποτέλεσε τη βάση της διατριβής.

Βιβλιογραφία

- Asian Development Bank. (2019). *Promoting Regional Tourism Cooperation Under CAREC 2030: A Scoping Study*. Asian Development Bank. <https://books.google.gr/books?id=nshZwwEACAAJ>
- Banker, R. D., Charnes, A., & Cooper, W. W. (1984). Some Models for Estimating Technical and Scale Inefficiencies in Data Envelopment Analysis. *Management Science*, 30(9), 1078-1092. <https://doi.org/10.1287/mnsc.30.9.1078>
- Bendix, R., & Hafstein, V. (2009). Culture and Property. An Introduction. *Ethnologia Europaea*, 39, 5-10. <https://doi.org/10.16995/ee.1049>
- Bramwell, B. (2004). *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*. Channel View Publications. <https://books.google.gr/books?id=ddDnytehZ7MC>
- Chaney, E. (2000). *The Evolution of the Grand Tour: Anglo-Italian Cultural Relations Since the Renaissance*. Frank Cass Publishers. https://books.google.gr/books?id=rYB_HYPsa8gC
- Charnes, A., Cooper, W. W., & Rhodes, E. (1978). Measuring the efficiency of decision making units. *European Journal of Operational Research*, 2(6), 429-444. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0377-2217\(78\)90138-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0377-2217(78)90138-8)
- Christou, P. A. (2022). *The History and Evolution of Tourism*. CABI. <https://books.google.gr/books?id=IldeEAAAQBAJ>
- Coelli, T., Rao, D. S., O'Donnell, C., & Battese, G. (2005). *An Introduction to Efficiency and Productivity Analysis*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4615-5493-6>
- economia. (2021). *Mass tourism: Blessing or curse for Greece?* economia. Retrieved 05/01/2023 from <https://www.economia.gr/en/mass-tourism-blessing-or-curse-for-greece/>
- Emrouznejad, A., & Yang, G.-I. (2018). A survey and analysis of the first 40 years of scholarly literature in DEA: 1978–2016. *Socio-Economic Planning Sciences*, 61, 4-8. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.seps.2017.01.008>
- Franklin, A. (2003). *Tourism: An Introduction*. SAGE Publications. https://books.google.gr/books?id=3Ar-uugB_EAC
- Friedman, T. L. (2000). *The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalization*. Farrar, Straus and Giroux. https://books.google.gr/books?id=IMVSRj_hYm0C
- Gartner, W. C. (1996). *Tourism development: Principles, processes, and policies*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Geogreece. (2023). *Οι Περιφέρειες της Ελλάδας - Χάρτης*. Retrieved 11/04/2023 from <https://www.geogreece.gr/regions.php>
- Gianfaldoni, S., Tchernev, G., Wollina, U., Roccia, M. G., Fioranelli, M., & Gianfaldoni, R. (2017). History of the Baths and Thermal Medicine. *Macedonian Journal of Medical Sciences*, 5. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2017.126>
- Gina Ionela, B., Anichiti, A., & Păvăluc, C. (2020). RECENT TRENDS CONCERNING THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2011). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley. <https://books.google.gr/books?id=7abLCgAAQBAJ>
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (1999). *Global Transformations: Politics, Economics, and Culture* (Vol. 54). <https://doi.org/10.2307/40203424>
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Polygraphischer Verlag. <https://books.google.gr/books?id=zYWOMAAACAAJ>
- Icomos. (1999). *International Cultural Tourism Charter - Managing Tourism at Places of Heritage Significance*. Retrieved 16/08/2022 from https://www.icomos.org/charters/tourism_greek.pdf

- ILO. (1989). *Convention on Indigenous and Tribal Peoples*. https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:55:0::NO::P55_TYPE,P55_LANG,P55_DOCUMENT,P55_NODE:REV,en,C169,/Document
- Inkson, C., & Minnaert, L. (2018). *Tourism Management: An Introduction*. SAGE Publications. <https://books.google.gr/books?id=F2BODwAAQBAJ>
- INSETE. (2023). *Περιφέρειες*. Retrieved 06/11/2022 from <https://insete.gr/perifereies/>
- Kollfam. (2023). *Πρόγραμμα Ελληνικό Πρωινό*. Retrieved 11/04/2023 from <https://www.kollfam.gr/%CF%80%CF%81%CF%8C%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%80%CF%81%CF%89%CE%B9%CE%BD%CF%8C/>
- Koronakos, G., & Sotiropoulos, D. N. (2020, 15-17 July 2020). A Neural Network approach for Non-parametric Performance Assessment. 2020 11th International Conference on Information, Intelligence, Systems and Applications (IISA,
- Kounetas, K., & Chatzistamoulou, N. (2015). Εισαγωγή στην μη-παραμετρική Ανάλυση Αποτελεσματικότητας: η προσέγγιση της Ανάλυσης Περιβάλλουσας Δεδομένων (Data Envelopment Analysis, DEA). Εκτίμηση αποτελεσματικότητας με την χρήση πραγματικών δεδομένων χρησιμοποιώντας το R. In *Εισαγωγή στην επιχειρησιακή έρευνα και στον γραμμικό προγραμματισμό. Λύσεις προβλημάτων με το πρόγραμμα R*. Kallipos, OpenAcademicEditions. <http://hdl.handle.net/11419/5705>
- Martín Martín, J. M., Guaita Martínez, J. M., & Salinas Fernández, J. A. (2018). An Analysis of the Factors behind the Citizen's Attitude of Rejection towards Tourism in a Context of Overtourism and Economic Dependence on This Activity. *Sustainability*, 10(8), 2851. <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/8/2851>
- Marzouki, M., Froger, G., & Ballet, J. (2012). Ecotourism versus Mass Tourism. A Comparison of Environmental Impacts Based on Ecological Footprint Analysis. *Sustainability*, 4(1), 123-140. <https://www.mdpi.com/2071-1050/4/1/123>
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text*. Prentice-Hall. <https://books.google.gr/books?id=2CmZQgAACAAJ>
- MonoVisions Black & White Photography Magazine. (2019). *Vintage: Greece (late 19th Ccentury)*. MonoVisions Black & White Photography Magazine. Retrieved 23/12/2022 from <https://monovisions.com/vintage-greece-late-19th-ccentury/>
- Naumov, N., & Green, D. (2016). Mass tourism. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (pp. 594-595). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_378
- Page, S. (2011). *Tourism Management: An Introduction*. Butterworth-Heinemann. <https://books.google.gr/books?id=6kl2ddBAVNgC>
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CAB International. <https://books.google.gr/books?id=6rfwBvbxBBIC>
- Poulios, I., Alivizatou, M., Arampatzis, G., Giannakidis, A., Karachalis, N., Mascha, E., Mouliou, M., Papadaki, M., Prosyli, C., & Touloupa, S. . (2015). Cultural Management, Local Community and Sustainable Development. <http://hdl.handle.net/11419/2390>
- Rodríguez, C. P. (2020). *Travelling for pleasure: a brief history of tourism: Tracing the development of tourism from the 17th century to the present-day*. europeana. Retrieved 17/12/2022 from <https://www.europeana.eu/en/blog/travelling-for-pleasure-a-brief-history-of-tourism>
- Salgado, M., Martins, J. A., Godinho, A., & Costa, C. (2011). *Education and Training in Tourism: The Contribution of the School of Tourism and Hospitality*.
- sarik. (2022). *Ιστορικά Ξενοδοχεία στην Ελλάδα*. timetoast. <https://www.timetoast.com/timelines/-12d31b66-74d8-4ba0-8fbb-79a4f3af05f1>

- Sarrico, C. S. (2001). Data Envelopment Analysis: A Comprehensive Text with Models, Applications, References and DEA-Solver Software. *Journal of the Operational Research Society*, 52(12), 1408-1409. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jors.2601257>
- Segreto, L., Manera, C., & Pohl, M. (2009). Europe at the seaside: The economic history of mass tourism in the Mediterranean. *Europe at the Seaside: The Economic History of Mass Tourism in the Mediterranean*, 1-251.
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. Taylor & Francis. https://books.google.gr/books?id=bYx_AgAAQBAJ
- Smith, T. W. B. (2011). Public-Private Partnerships for Sustainable Tourism. In: The World Bank,. <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/library/public-private-partnerships-sustainable-tourism#:~:text=Through%20relationships%20termed%20%E2%80%9Cpublic%E2%80%9Cprivate,the%20development%20of%20sustainable%20tourism>.
- The World Bank. (2022). *Tourism and Competitiveness*. Retrieved 11/04/2023 from <https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/tourism-and-competitiveness>
- The World Bank. (2023). *Global Economic Monitor (GEM)*. Retrieved 11/04/2023 from [https://databank.worldbank.org/source/global-economic-monitor-\(gem\)](https://databank.worldbank.org/source/global-economic-monitor-(gem))
- Tsartas, P., Lagos, D., Stavrinoudis, T., & Proiou, E. (2014). Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις.
- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. Retrieved 30/03/2023 from <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- United Nations. (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Retrieved 30/03/2023 from <https://whc.unesco.org/en/conventiontext/>
- United Nations. (1982). *United Nations Convention on the Law of the Sea*. Retrieved 30/03/2023 from <https://www.imo.org/en/ourwork/legal/pages/unitednationsconventiononthelawofthesea.aspx>
- United Nations. (1992). *Convention on Biological Diversity*. Retrieved 30/03/2023 from <https://www.un.org/en/observances/biological-diversity-day/convention>
- UNWTO. (1997). *Global Code of Ethics for Tourism*. Retrieved 30/03/2023 from [https://www.unwto.org/background-global-code-ethics-tourism#:~:text=The%20Global%20Code%20of%20Ethics%20for%20Tourism%20\(GCET\)%20is%20a,visitors%2C%20both%20international%20and%20domestic](https://www.unwto.org/background-global-code-ethics-tourism#:~:text=The%20Global%20Code%20of%20Ethics%20for%20Tourism%20(GCET)%20is%20a,visitors%2C%20both%20international%20and%20domestic).
- UNWTO. (2019a). *Exports from international tourism hit USD 1.7 trillion*. Retrieved 31/03/2023 from <https://www.unwto.org/global/press-release/2019-06-06/exports-international-tourism-hit-usd-17-trillion>
- UNWTO. (2019b). *Tourism and Jobs: a better future for all*. Retrieved 11/04/2023 from <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2019>
- UNWTO. (2023). *Sustainable Development*. Retrieved 11/04/2023 from <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- Uyar, A., Kuzey, C., Koseoglu, M. A., & Karaman, A. S. (2022). Travel and tourism competitiveness index and the tourism sector development. *Tourism Economics*, 13548166221080357. <https://doi.org/10.1177/13548166221080357>
- Vainikka, V. (2013). Rethinking Mass Tourism. *Tourist Studies*, 13(3), 268-286. <https://doi.org/10.1177/1468797613498163>
- Woodside, A. G., & Martin, D. (2008). *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy*. CABI Pub. <https://books.google.gr/books?id=fMFx-ssVmZYC>

- World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Retrieved 11/04/2023 from <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019/>
- World Economic Forum. (2022). "People want to travel": 4 sector leaders say that tourism will change and grow. Retrieved 31/03/2023 from <https://www.weforum.org/agenda/2022/05/future-of-travel-tourism-sector-leaders-report/>
- World Tourism Organization. (2011). *Tourism Towards 2030: Global Overview*. World Tourism Organization. <https://books.google.gr/books?id=tILOygAACAAJ>
- World Tourism Organization. (2021). *International Tourism Highlights, 2020 Edition* [doi:10.18111/9789284422456]. World Tourism Organization. <https://doi.org/doi:10.18111/9789284422456>
- World Travel and Tourism Council. (2022). *Economic Impact Report*. Retrieved 31/03/2023 from <https://wtcc.org/research/economic-impact#:~:text=In%202019%2C%20the%20Travel%20%26%20Tourism,to%20ongoing%20restrictions%20to%20mobility>
- Βαρβαρέσος, Σ. (2005). *Τουρισμός - Έννοιες, μεγέθη, δομές: Η ελληνική πραγματικότητα*. Προπομπός.
- Βελισσαρίου, Ε. (2000). *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού* [Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο]. Πάτρα.
- Βικιλεξικό;. (2022). *τουρισμός*. Retrieved 22/12/2022 from <https://el.wiktionary.org/wiki/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>
- Ελληνική Στατιστική Αρχή. (2021). *Απογραφή Πληθυσμού - Κατοικιών 2021*. Retrieved 09/04/2023 from <https://www.statistics.gr/2021-census-pop-hous>
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού - Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΚΡΙΤΙΚΗ.
- Κοσμοπούλου, Ι. Κ. Σ. (2017). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Η Ανάπτυξη του Γαμήλιου Τουρισμού στην Ελλάδα* [Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας]. Πάτρα.
- Μανιατέα, Τ. Α. (2022). *Τα πρώτα ξενοδοχεία / Hotel στην Ελλάδα μετά την επανάσταση του 1821*. cityportal. Retrieved 23/12/2022 from <https://cityportal.gr/ta-prota-xenodocheia-stin-ellada/>
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2023). *Διεθνή Κείμενα για τον Τουρισμό*. Retrieved 07/04/2023 from <https://www.grhotels.gr/epicheirimatiki-enimerosi/nomika-themata/diethni-keimena-gia-ton-tourismo/>
- Πανακούλιας, Χ. (2013). *Αξιολόγηση της αποδοτικότητας τουριστικών προορισμών σε επίπεδο κρατών* [Πολυτεχνείο Κρήτης]. Χανιά, Ελλάς. <https://dias.library.tuc.gr/view/13812?locale=el>
- Σουβλή, Χ. (2021). *Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός ανάπτυξης για το Δήμο Τεμπών* [Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο]. Λάρισα.