

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ

ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

**Διερεύνηση της εξελικτικής δύναμης του τουρισμού ευεξίας στο πλαίσιο ενδυνάμωσης της
ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης**

ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΓΙΩΡΓΟΣ

ΒΟΛΟΣ 2024

**Διερεύνηση της εξελικτικής δύναμης του τουρισμού ευεξίας στο πλαίσιο ενδυνάμωσης της
ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.**

Τριμελής Συμβουλευτική Επιτροπή:

- 1) Δημήτρης Καλλιώρας, Καθηγητής, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πολυτεχνική Σχολή, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Επιβλέπων.
- 2) Αγγελική Μενεγάκη, Καθηγήτρια, Τμήμα Περιφερειακής και Οικονομικής Ανάπτυξης, Σχολή Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Μέλος.
- 3) Σπύρος Νιαβής, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πολυτεχνική Σχολή, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Μέλος.

Επταμελής Εξεταστική Επιτροπή:

- 1) Δημήτρης Καλλιώρας, Καθηγητής, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πολυτεχνική Σχολή, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- 2) Αγγελική Μενεγάκη, Καθηγήτρια, Τμήμα Περιφερειακής και Οικονομικής Ανάπτυξης, Σχολή Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 3) Σπύρος Νιαβής, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πολυτεχνική Σχολή, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- 4) Θεόδωρος Μεταξάς, Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Σχολή Οικονομικών και Διοικητικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- 5) Νίκος Τζερεμές, Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Σχολή Οικονομικών και Διοικητικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- 6) Ευστάθιος Βελισσαρίου, Καθηγητής, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Σχολή Οικονομικών και Διοικητικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- 7) Δημήτρης Τσιώτας, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Περιφερειακής και Οικονομικής Ανάπτυξης, Σχολή Εφαρμοσμένων Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Οικονόμου Γιώργος.

Διερεύνηση της εξελικτικής δύναμης του τουρισμού ευεξίας στο πλαίσιο ενδυνάμωσης της
ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.

© 2024, Γιώργος Οικονόμου.

**Διερεύνηση της εξελικτικής δύναμης του τουρισμού ευεξίας στο πλαίσιο ενδυνάμωσης της
ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.**

Γιώργος Οικονόμου, 2024: Διερεύνηση της εξελικτικής δύναμης του τουρισμού ευεξίας στο πλαίσιο ενδυνάμωσης της ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.

Αριθμός προκαταρκτικών σελίδων: 20

Συνολικός αριθμός σελίδων της διατριβής: 189

Αριθμός Πινάκων: 14

Αριθμός Σχημάτων: 25

Αριθμός Εικόνων: 12

Αριθμός βιβλιογραφικών αναφορών: 374

Στους Ανθρώπους που με πίστεψαν και με βοήθησαν στη ζωή μου
Στους Γονείς μου Στέλιο και Βασιλική
Στον Αδερφό μου Αντώνη

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Βιώνουμε μια εποχή στην οποία η οικονομία αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς, ενώ παράλληλα το περιβάλλον μας καλεί για μια συνετή και εκλογικευμένη χρήση του. Η κοινωνία είναι ο δέκτης κάθε αλλαγής στα οικονομικά μεγέθη και της κάθε μεταβολής της ποιότητας του περιβάλλοντος. Ο άνθρωπος αναζητά μια καλύτερη ζωή. Είναι λοιπόν η στιγμή να αντιληφθούμε ότι στο σημείο που τέμνονται οι καταστάσεις αυτές η επιλογή των αμοιβαίων ωφελειών ως στόχευση και πρακτική μπορεί να μας δώσει χειροπιαστά αποτελέσματα με όρους αειφορίας και ευζωίας.

Η προσέγγιση αυτή χρειάζεται την επιστημονική έρευνα για να μας δώσει εμπεριστατωμένα τα περιθώρια και την μελλοντική προοπτική της όποιας συγκεκριμένης οικονομικής ανάπτυξης που χρησιμοποιεί φυσικούς πόρους καθώς και τον αντίκτυπο, θετικό ή αρνητικό, στην κοινωνία και στη ζωή του ανθρώπου η οποία είναι μοναδική.

Η οικονομία για να μεγαλώσει, μεταξύ άλλων, χρειάζεται τους καταναλωτές. Χρειάζεται τη φύση και τις οικοσυστημικές υπηρεσίες που προσφέρουν οφέλη στην κοινωνία. Η προσφορά και η ζήτηση για περιβαλλοντικά αγαθά και υπηρεσίες αναζητούν μια ισορροπία μέσα στα σύγχρονα καταναλωτικά πρότυπα και την αγοραστική συμπεριφορά των ατόμων.

Κυρίαρχη θέση μέσα σε αυτές τις αλληλεπιδράσεις έχει ο τουρισμός και η ανάπτυξη τόπων προορισμού. Η τουριστική ανάπτυξη ψάχνει να βρει τα 'πατήματά' της με στόχο την 'μακροημέρευση' των προορισμών και την ικανοποίηση του επισκέπτη-καταναλωτή μέσα από την προσφερόμενη τουριστική εμπειρία. Στην προσπάθεια αυτή, η γνώση για τις προτιμήσεις των επισκεπτών και η ερμηνεία της ταξιδιωτικής τους συμπεριφοράς δείχνει να έχει αντίκτυπο στην 'άνοδο' και στην 'πτώση' πολλών τουριστικών προορισμών. Παράλληλα, σημαντική παράμετρος σε κάθε σχέδιο τουριστικής ανάπτυξης διαδραματίζει η περιβαλλοντική διάσταση

της οικονομίας μέσα από την Οικονομική των Φυσικών Πόρων και της αποτίμησης περιβαλλοντικών αγαθών και υπηρεσιών.

Επιχειρείται λοιπόν, στην παρούσα διδακτορική διατριβή η ανάπτυξη βιώσιμων τρόπων προορισμού που θα αξιοποιήσουν αντί να εκμεταλλευτούν φυσικούς πόρους προς όφελος όχι μόνο των οικονομικών στόχων αλλά και της ευημερίας της τοπικής κοινωνίας.

Άλλωστε, την αξία σε κάθε εγχείρημα, πρώτοι, τη δίνουμε εμείς οι άνθρωποι, μέσα από έργα και πράξεις με το μάτι στραμμένο στις επόμενες γεννεές και σε μια καλύτερη ζωή με ισορροπία και χωρίς αποκλεισμούς

Διαχρονικά αξίζει κανείς να θυμάται ότι,

«Θάλασσα λανθασμένη δεν γίνεται...»
Οδυσσέας Ελύτης
(1911-1996)

«Η οικονομική θεωρία είναι μέθοδος και όχι δόγμα, ένα όργανο μυαλού, ένας τρόπος σκέψης, που βοηθά αυτόν που τον γνωρίζει να βγάζει τα σωστά συμπεράσματα»
Maynard Keynes
(1883-1946)

Το οφείλουμε στις επόμενες γενεές...

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες στους ανθρώπους που συνέβαλαν στο να φέρω σε πέρας την παρούσα διδακτορική διατριβή. Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Επιβλέποντα της διατριβής αυτής, Καθηγητή κο Καλλιώρα Δημήτρη για την πολύτιμη βοήθειά του και τη διαρκή υποστήριξή του, τόσο κατά τη διεξαγωγή της έρευνας, όσο και κατά τη συγγραφή της διατριβής. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τα μέλη της Συμβουλευτικής Επιτροπής μου, την Καθηγήτρια κα Αγγελική Μενεγάκη και τον Επίκουρο Καθηγητή κο Σπύρο Νιαβή για τις χρήσιμες συμβουλές τους και την καθοδήγησή τους καθ' όλα τα στάδια διεκπεραίωσης της έρευνας.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην οικογένειά μου για την αμέριστη συμπαράσταση, βοήθεια και προ πάντων κατανόηση και ανοχή καθ' όλο το χρονικό διάστημα των σπουδών μου.

Θα ήθελα να αναφερθώ ιδιαίτερα στην Μαρί-Νοέλ Ντυκέν (‘Μαρινό’) η οποία μετά από γενναία μάχη πέρασε στην αιωνιότητα. Είχα την τύχη να δεχθώ τις γνώσεις της κατά τη διάρκεια των σπουδών μου στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα ‘Επενδύσεις και Περιφερειακή Ανάπτυξη’ στο Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας κατά τα έτη 2017-2018. Επίσης, ήταν τιμητικό για εμένα να αποτελεί μέλος της Τριμελούς Συμβουλευτικής Επιτροπής για την εκπόνηση της παρούσας διδακτορικής διατριβής.

Η Μαρί-Νοέλ Ντυκέν ήταν μια ισχυρή ακαδημαϊκή προσωπικότητα, με άρτια επιστημονική γνώση και σπάνιο διδακτικό χαρακτήρα.

Σε Ευχαριστώ πολύ Μαρινό!

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα στην αγορά στο οποίο οι τόποι προορισμού μπορούν να επενδύσουν για να αυξήσουν τις τουριστικές ροές και να αναζωογονήσουν περιοχές δεκτικές σε περεταίρω ανάπτυξη. Η παρούσα εργασία διερευνά τις προτιμήσεις των επισκεπτών για προϊόντα τουρισμού ευεξίας για την ανάπτυξη σχετικών τόπων προορισμού. Η έρευνα περιελάμβανε 595 άτομα και διενεργήθηκε στην περιοχή της Κεντρικής Ελλάδας με τη μέθοδο της προσωπικής συνέντευξης στο πεδίο της έρευνας. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε σε τρία στάδια. Αρχικά, εφαρμόστηκε η Ανάλυση Σύζευξης για τον καθορισμό εκείνων των συνδυασμών του προτεινόμενου προϊόντος τουρισμού ευεξίας που μεγιστοποιεί την προτίμηση των επισκεπτών. Στο δεύτερο στάδιο, υπολογίστηκε η προθυμία πληρωμής για βελτιώσεις στα χαρακτηριστικά του προϊόντος τουρισμού ευεξίας χρησιμοποιώντας τη Μέθοδο της Υποθετικής Αξιολόγησης. Στο τρίτο στάδιο, χρησιμοποιήθηκε η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (ΘΣΣ) για τη διερεύνηση της πρόθεσης των δυνητικών επισκεπτών να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο συνδυασμός που μεγιστοποιεί την προτίμηση των επισκεπτών είναι η επίσκεψη κατά τους μήνες Σεπτεμβρίου και Οκτωβρίου, με διάρκεια διαμονής 7 ημέρες, με κύριο σκοπό επίσκεψης τον τουρισμό ευεξίας, προτιμώντας υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας τόσο για τη σωματική άσκηση όσο και για τη ψυχική/πνευματική ανάτασή τους. Με τη χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης η μέση προθυμία πληρωμής υπολογίστηκε στα 47,33€ ανά άτομο ανά ημέρα επίσκεψης. Σε σχέση με τη ΘΣΣ, τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν τις υπό διερεύνηση υποθέσεις, δηλαδή η 'Στάση', τα 'Υποκειμενικά Πρότυπα' και ο 'Αντιλαμβανόμενος Έλεγχος' απέναντι στη Συμπεριφορά' επιδρούν σημαντικά και θετικά στην 'Πρόθεση' για χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Τα εμπειρικά αποτελέσματα έδειξαν ότι η βιωσιμότητα, η ποιότητα και η επιχειρηματικότητα επιδρούν θετικά στην προθυμία πληρωμής. Αντίθετα, η διάρκεια διαμονής στην περιοχή και η ηλικία επιδρούν αρνητικά στην προθυμία πληρωμής. Τα ερευνητικά

αποτελέσματα δείχνουν ότι η δόμηση πελατοκεντρικών τουριστικών προϊόντων ενδυναμώνει τις προσπάθειες του προορισμού να αυξήσει την επισκεψιμότητα και να εξελίξει τη σχετική οικονομία. Επιπρόσθετα, η αποτελεσματικότητα στη διαχείριση του τόπου προορισμού μπορεί να ενισχυθεί από τα ερευνητικά αποτελέσματα μέσα από στοχευμένα διαχειριστικά σχέδια.

Λέξεις Κλειδιά: τουρισμός ευεξίας, προτιμήσεις επισκεπτών, ανάπτυξη, αειφορία

ABSTRACT

Wellness tourism constitutes a significant market segment that destinations can invest in to increase tourism flows and revive underdeveloped areas. This study investigates visitors' preferences for wellness tourism products and the development of a wellness destination. The research included 595 participants in Central Greece using on-site, face-to-face surveys. The survey data was analyzed using a three-step process. First, conjoint analysis was applied to determine the combination of proposed wellness tourism product attributes that maximize visitors' preferences. In the second step, we calculated visitors' willingness to pay (WTP) for improvements in tourism product attributes using the contingent valuation method. In the third step, the Theory of Planned Behaviour (TPB) was used to detect the intentions of potential visitors to use wellness services. Findings indicate that the combination of attributes that maximizes the preference structure of respondents includes time of visit from September to October, duration of visit from 1 to 7 days, wellness tourism as the primary purpose of the visit, and wellness activities that contain both physical activities and training as well as spiritual enhancement. Using binary logistic regression, the analysis indicates that respondents are willing to pay 47.33€ per person per visit to develop wellness tourism products in the study area. Regarding TPB, all hypotheses were justified, meaning that 'Attitudes', 'Subjective Norms, and 'Perceived Control over Behaviour' significantly and positively impact 'Intentions' to use wellness tourism services. Empirical results confirmed that sustainability, quality, and entrepreneurship positively impact visitors' WTP. In contrast, a longer stay in the area (duration) and respondents' age negatively impact their WTP. Research findings suggest that structuring a customer-driven tourism product will enhance the destination's efforts to increase visitation and advance the relevant economy. Furthermore, practical implications reveal that the effectiveness of destination management can be improved from research results to foster targeted marketing plans.

Keywords: wellness tourism, visitor preferences, development, sustainability

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
Σκοπός Έρευνας	6
Περιοχή Έρευνας.....	11
Δειγματοληψία Έρευνας	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ	20
Τουρισμός Ευεξίας: Ορισμοί και Περιεχόμενο	20
Συνολική Οικονομική Αξία	28
Ο Τουρισμός Ευεξίας στην Ελλάδα.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	36
Η Ανάλυση Σύζευξης	36
Η Μέθοδος Υποθετικής Αξιολόγησης.....	40
Η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	61
Εφαρμογή της Ανάλυσης Σύζευξης	61
Εφαρμογή της Μεθόδου της Υποθετικής Αξιολόγησης	67
Εφαρμογή της Θεωρίας Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς.....	70
Περιορισμοί Έρευνας και Νέες Ερευνητικές Ευκαιρίες.....	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	75
Κοινωνικο-δημογραφικά Στατιστικά	75
Αποτελέσματα Ανάλυσης Σύζευξης.....	82
Αποτελέσματα Μεθόδου Υποθετικής Αξιολόγησης.....	87
Αποτελέσματα Θεωρίας Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς.....	94
Αποτελέσματα Ελέγχων Αξιοπιστίας και Εγκυρότητας	98
Αποτελέσματα Επιβεβαιωτικής Ανάλυσης Παραγόντων	100
Αποτελέσματα Ανάλυσης Μονοπατιού	106
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ	110
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	125
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	131
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	140
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	145
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	145
Αγγλική Βιβλιογραφία.....	146

ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

Πίνακας 1	Χαρακτηριστικά υποθετικού τουριστικού προϊόντος
Πίνακας 2	Συνδυασμοί χαρακτηριστικών που παρουσιάστηκαν στους ερωτώμενους
Πίνακας 3	Αποτελέσματα ανάλυσης σύζευξης
Πίνακας 4	Πίνακας ταξινόμησης των απαντήσεων που προέβλεψε το μοντέλο της λογιστικής παλινδρόμηση που χρησιμοποιήθηκε
Πίνακας 5	Αποτελέσματα λογιστικής παλινδρόμησης
Πίνακας 6	Μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για την εφαρμογή της Θεωρίας της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς
Πίνακας 7	Αποτελέσματα ελέγχων αξιοπιστίας και εγκυρότητας
Πίνακας 8	Αποτελέσματα ελέγχων αξιοπιστίας σύμφωνα με την ανάλυση HTMT
Πίνακας 9	Έλεγχοι κανονικότητας των υπό διερεύνηση μεταβλητών
Πίνακας 10	Αποδεκτές τιμές δεικτών καλής προσαρμογής του υπό διερεύνηση μοντέλου
Πίνακας 11	Συσχετίσεις (correlations) μεταξύ των παραγόντων
Πίνακας 12	Συντελεστές παλινδρόμησης στην Επιβεβαιωτική Ανάλυσης Παραγόντων
Πίνακας 13	Άμεσες επιδράσεις μεταξύ των υπό διερεύνηση μεταβλητών (bias corrected percentile method)
Πίνακας 14	Τυπικά σφάλματα (SE) στην Ανάλυση Μονοπατιού

ΣΧΗΜΑΤΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

Σχήμα 1	Συνολική Οικονομική Αξία και οι κατηγορίες χρήσης που τη συνθέτουν
Σχήμα 2	Διαγραμματική αποτύπωση της Θεωρίας της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς Ajzen (2019)
Σχήμα 3	Θεωρία Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς Ajzen (1991)
Σχήμα 4	Θεωρία Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (Ajzen 1991, ίδια επεξεργασία)
Σχήμα 5	Κατανομή ερωτώμενων κατά φύλο
Σχήμα 6	Ηλικιακές ομάδες ερωτώμενων
Σχήμα 7	Μορφωτικό επίπεδο (εκπαίδευση) ερωτώμενων
Σχήμα 8	Εισοδηματικές κατηγορίες ερωτώμενων
Σχήμα 9	Επαγγελματική απασχόληση ερωτώμενων
Σχήμα 10	Περιοχή μόνιμης κατοικίας ερωτώμενων
Σχήμα 11	Επίσκεψη στην περιοχή έρευνας κατά το παρελθόν
Σχήμα 12	Αριθμός επισκέψεων στην περιοχή έρευνας κατά το παρελθόν
Σχήμα 13	Αριθμός διανυκτερεύσεων στην περιοχή έρευνας
Σχήμα 14	Λόγος επίσκεψης στην περιοχή έρευνας
Σχήμα 15	Χρήση υπηρεσιών ευεξίας στο παρελθόν σε οποιαδήποτε περιοχή
Σχήμα 16	Περιθώρια βελτίωσης στην περιοσχή έρευνας
Σχήμα 17	Μέση σημαντικότητα χαρακτηριστικών ανάλυσης σύζευξης
Σχήμα 18	Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού 'Χρόνος Επίσκεψης'

XVIII

Σχήμα 19	Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού ‘Διάρκεια Επίσκεψης’
Σχήμα 20	Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού ‘Σκοπός Επίσκεψης’
Σχήμα 21	Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού ‘Τύπος Δραστηριοτήτων Τουρισμού Ευεξίας’
Σχήμα 22	Ψήφοι διαμαρτυρίας και αιτιολόγηση από τους ερωτώμενους
Σχήμα 23	Αποτέλεσμα Monte Carlo προσομοίωσης με 1000 επαναλήψεις
Σχήμα 24	Αποτελέσματα Επιβεβαιωτικής Ανάλυσης Παραγόντων
Σχήμα 25	Αποτελέσματα Ανάλυσης Μονοπατιού

ΕΙΚΟΝΕΣ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

Εικόνα 1	Ευρύτερος χάρτης περιοχής έρευνας
Εικόνα 2	Περιοχή λουτρών 'Κονιαβίτη'
Εικόνα 3	Λουτρά 'Κονιαβίτη'
Εικόνα 4	Το υδροθεραπευτήριο στην περιοχή των Καμένων Βούρλων τη δεκαετία του 1930
Εικόνα 5	Το υδροθεραπευτήριο ΑΣΚΛΗΠΙΟΣ τη δεκαετία του 1960
Εικόνα 6	Το πολυτελές ξενοδοχείο ΡΑΔΙΟΝ τη δεκαετία του 1960
Εικόνες 7 - 9	Η παρούσα κατάσταση του ξενοδοχείου ΡΑΔΙΟΝ
Εικόνα 10	Η κατάσταση του ξενοδοχείου ΘΡΟΝΙΟΝ το 2008
Εικόνα 11	Το υδροθεραπευτήριο ΑΣΚΛΗΠΙΟΣ
Εικόνα 12	Εγκαταστάσεις κάμπινγκ και άλλων χρήσεων αναψυχής στην περιοχή των Καμένων Βούρλων

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

TEV	Total Economic Value
CA	Conjoint Analysis
CVM	Contingent Valuation Method
TPB	Theory of Planned Behaviour
CFA	Confirmatory Factor Analysis
PA	Path Analysis
SEM	Structural Equation Modelling
CB SEM	Covariance-based Structural Equation Modelling
PLS-SEM	Partial Least Square Structural Equation Modelling

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται από μεταβολές στην οικονομία, στην ποιότητα του περιβάλλοντος και στην κοινωνική συνοχή. Δεν είναι λίγες οι φορές που παρατηρούνται αποτυχίες της αγοράς στη μη ορθολογική και εκλογικευμένη χρήση των φυσικών πόρων για να αναπτυχθεί οικονομική δραστηριότητα χάριν του οικονομικού κέρδους και μόνο. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που η οικονομική ανάπτυξη συνδέεται διαχρονικά και άρρηκτα με την περιβαλλοντική ρύπανση και την υποβάθμιση της περιβαλλοντικής ποιότητας.

Η μελέτη των φαινομένων αυτών, για την ερμηνεία τους σε ρεαλιστική βάση, αναζητά διαθεματικές προσεγγίσεις και διεπιστημονικές ερευνητικές προσπάθειες. Κύριος στόχος κάθε τέτοιας προσπάθειας είναι η ολιστική και πλήρης θεώρηση όλων των παραγόντων που άμεσα ή έμμεσα, περισσότερο ή λιγότερο, θετικά ή αρνητικά επηρεάζουν την ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος στη διάδρασή του με το οικονομικό-κοινωνικό σύστημα.

Παράλληλα, η μελέτη τέτοιων φαινομένων, δηλαδή της συνετής χρήσης των φυσικών πόρων χωρίς να περιοριστεί η οικονομική ανάπτυξη και διατηρώντας τα οφέλη προς την κοινωνία, διέρχεται μέσα από την ίδια την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, στην έκθεση Brundtland (1987), η βιώσιμη ανάπτυξη ορίζεται ως η ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να εκθέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες.

Μια επιλογή για την ενδυνάμωση της αειφορίας και της ευημερίας φύσης και ανθρώπων μπορεί να βρίσκει εφαρμογή σε περιφερειακό επίπεδο με την υποστασιοποίηση της έννοιας της ενδογενούς ή αυτοτροφοδοτούμενης περιφερειακής ανάπτυξης. Ενδεχομένως η μελέτη των σχέσεων περιβάλλοντος- οικονομίας - κοινωνίας σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, μπορεί να επιτευχθεί πιο άμεσα, με ευέλικτο τρόπο, χωρίς καθυστερήσεις και χρονοβόρες διαδικασίες. Άλλωστε, οι περιφέρειες μπορούν να συνθέσουν μετρήσιμα μεγέθη και να τα

αναγάγουν σε εθνικό επίπεδο, ενώ επιτρέπουν τη σύγκριση με άλλες περιφέρειες σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Παράλληλα, είναι εφικτή η ταυτοποίηση των χαρακτηριστικών τους και η διεξαγωγή έρευνας με κοινωνικά αλλά και οικονομικά (π.χ., επιχειρηματικά) μεγέθη. Επίσης, μπορούν να εντοπιστούν πιθανές ανισότητες αλλά και δυναμικές που μπορούν να αναπτυχθούν λόγω της διοικητικής τους διάρθρωσης και της γεωγραφικής τους υπόστασης (π.χ., έκταση, εδαφική κάλυψη).

Παρουσιάζεται έτσι μια ευκαιρία για την ενδυνάμωση της έννοιας της ενδογενούς ανάπτυξης αναγνωρίζοντας τη συμβολή της στην έννοια της αειφορίας, της βιωσιμότητας της περιφερειακής και κατ' επέκταση της εθνικής οικονομίας, άλλα και στη διατήρηση – προστασία μοναδικών σε αξία και κάλλος φυσικών πόρων και περιβάλλοντος.

Με τη μελέτη της ενδογενούς ανάπτυξης επιχειρείται να δοθεί έμφαση στη χωροταξική διάσταση κατά τη μελέτη φαινομένων (π.χ., το τουριστικό φαινόμενο) και στη διερεύνηση της σχέσης περιβάλλοντος-οικονομίας-κοινωνίας που διατυπώθηκε παραπάνω. Δηλαδή, μια χωροταξική διάσταση που αναφέρεται σε περιφερειακό ή και τοπικό επίπεδο (π.χ., Περιφερειακής Ενότητες) με στόχο την ενίσχυση δυναμικών οικονομικών δραστηριοτήτων (π.χ., τουριστική οικονομία) αξιοποιώντας φυσικούς πόρους (π.χ., ιαματικό νερό) προς όφελος της κοινωνίας (π.χ., ανακοπή πληθυσμιακής φυγής, εισόδημα, σταθερή εργασία). Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η παραγωγή μπορεί να έχει χωρική διάσταση και να εκτυλίσσεται μέσα σε συγκεκριμένο, δικό της, γεωγραφικό χώρο μέσα σε συγκεκριμένο χρόνο (Isard, 1992).

Πέρα από τη διοικητική και νομική της οντότητα, η περιφέρεια ορίζεται ως μια οντότητα στο γεωγραφικό χώρο, η οποία αποτελεί τη σύνθεση διάφορων και ποικίλων γνωρισμάτων στη βάση της οικονομικής και κοινωνικής τους ταυτότητας (Λαμπριανίδης, 2001). Ο Κόνσολας (1997) αναφέρεται στην «οικονομική περιφέρεια». Σύμφωνα με την οικονομική της διάσταση η έννοια της περιφέρειας καθορίζεται από τις μεταβολές στο χρόνο των μονάδων από τις οποίες συντίθεται (Κόνσολας, 1997).

Η περιφερειακή ανάπτυξη ως έννοια είναι σύνθετη ενώ πολλές φορές είναι δυσδιάκριτη από την έννοια της τοπικής ανάπτυξης λόγω της αλληλεπίδρασής τους (Pike et al., 2006). Υπάρχουν κοινά μεγέθη που διέπουν τις δύο αυτές έννοιες όπως είναι η εργασία, το εισόδημα, η ευημερία και η ίδια η έννοια της ανάπτυξης (Armstrong & Taylor, 2000). Η μέτρηση της ανάπτυξης μεταβάλλεται στο χρόνο και κατά συνέπεια ενδέχεται να μεταβάλλονται και οι δείκτες που τη μετρούν (Πολύζος, 2011). Η περιφερειακή ανάπτυξη επικεντρώνεται στη μελέτη για τη μείωση των ανισοτήτων μεταξύ περιφερειών μέσα από τη μελέτη δεικτών με οικονομικό και κοινωνικό προσανατολισμό. Η περιφερειακή ανάπτυξη συνδέεται ευρέως με την έννοια της οικονομικής ανάπτυξης.

Η οικονομική ανάπτυξη δεν είναι ένα μέγεθος σταθερό. Αντίθετα μεταβάλλεται στο χώρο και στο χρόνο, σε κλίμακα και σε ταχύτητα αλλαγών των μεγεθών που τη μετρούν. Το γεγονός αυτό συμβαίνει διότι αλλάζει το παραγωγικό μοντέλο, η τεχνολογία, τα καταναλωτικά πρότυπα, η αγοραστική συμπεριφορά και δύναμη, οι ανάγκες. Κατά συνέπεια μπορεί να αλλάξει και η ισορροπία ανάμεσα στην προσφορά και στη ζήτηση για την κατανάλωση περιβαλλοντικών αγαθών και υπηρεσιών. Υποστηρικτικά, οι περιφερειακές ανισότητες όταν υπάρχουν και εντοπίζονται, θα πρέπει να προσδιοριστούν στη βάση των μοντέλων ανάπτυξης και των αντίστοιχων καθοριστικών παραγόντων της και των πιθανών χωρικών εξελικτικών παραμέτρων που τις υποστηρίζουν (Kallioras & Tsiara, 2015). Ίσως σε μια τέτοια περίπτωση η ενδυνάμωση της έννοιας της ενδογενούς ανάπτυξης αξιοποιώντας κάθε συγκριτικό πλεονέκτημα και αναδεικνύοντας τη μοναδικότητα της κάθε περιφέρειας να αποτελούσε μια πρακτική επίδραση στη μείωση πιθανών ανισοτήτων. Εξάλλου, τα δομικά χαρακτηριστικά της κάθε περιφερειακής οικονομίας, οι δυνάμεις της αγοράς, οι διαφορετικές χρονικές στιγμές μέσα από τις συντελούμενες αλλαγές στο ευρωπαϊκό και διεθνές στερέωμα και η ικανότητα τους να προσαρμοστούν και να ανταγωνιστούν αποτελούν παράγοντες ανάπτυξης (Kallioras & Petrakos, 2009). Ένα ερώτημα που απασχολεί τη διεθνή επιστημονική κοινότητα είναι ο ρόλος

του περιβάλλοντος και της αξιοποίησης του στην έννοια της περιφερειακής ανάπτυξης καθώς και η οικονομική διάσταση που αυτό φέρει στην προσπάθεια επίτευξής της.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, στην έννοια της ανάπτυξης, κυρίαρχο στοιχείο επιβάλλεται να αποτελεί η ορθολογική διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος καθώς και η μελέτη του κατά πόσο η οικονομία που αναπτύσσεται επηρεάζει την περιβαλλοντική ποιότητα μέσα στο θεωρητικό και οικονομετρικό υπόβαθρο της Οικονομικής των Φυσικών Πόρων (Haikos, 2003; 2013). Στη σχέση αυτή, ερευνητικές προσπάθειες μελετούν πως τα οικονομικά μεγέθη επηρεάζουν και σε πιο βαθμό την περιβαλλοντική ποιότητα. Για παράδειγμα, σε πολλές περιπτώσεις ερευνάται η οικονομική ανάπτυξη που συνυπολογίζει όχι μόνο το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν ως μέτρο εκτίμησης της οικονομικής μεγέθυνσης αλλά και μεγέθη που υπολογίζουν την περιβαλλοντική διάσταση κάθε οικονομίας (Menegaki & Tugcu, 2016; 2018). Όμως και εδώ, μια συγκρατημένη οπτική φέρνει στο προσκήνιο την έννοια της 'ισόρροπης ανάπτυξης' όχι μόνο μεταξύ περιφερειών αλλά και σε ενδοπεριφερειακή κλίμακα. Αποτελώντας αντικείμενο μελέτης της περιφερειακής επιστήμης, η 'ισόρροπη ανάπτυξη' σχετίζεται με το ρυθμό μεγέθυνσης ανεπτυγμένων περιφερειών σε σχέση με το ρυθμό ανάπτυξης λιγότερο ανεπτυγμένων περιφερειών (Πολύζος, 2011). Για παράδειγμα, προς την κατεύθυνση αυτή, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αποκτά ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον. Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αφορά τον τουρισμό που αναπτύσσεται ισόρροπα (π.χ., οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτισμικά) και ανατροφοδοτείται συνεχώς μέσα από την τεχνογνωσία και την εξέλιξη (π.χ., υπηρεσίες, υποδομές) (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001). Υποστηρικτικά μια προσέγγιση της ανάπτυξης προς την αειφορία ευεργετεί την απόδοση των προορισμών ('performance'). Παράλληλα συνδέεται με την αποδοτικότητα ('efficiency') και την αποτελεσματικότητα ('effectiveness') των πόρων που αξιοποιούνται (Niavis & Tsiotas, 2019).

Στην παρούσα ερευνητική εργασία οι προσπάθειες για την ενδυνάμωση της ενδογενούς ανάπτυξης επικεντρώνονται στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα, στην Περιφερειακή Ενότητα Φθιώτιδας, στην περιοχή των Καμένων Βούρλων και στον τομέα του τουρισμού ευεξίας όπως παρουσιάζεται στα επόμενα Κεφάλαια.

Μέσα από τη διάδραση των εννοιών που αναφέρθηκαν η ενδογενής περιφερειακή ανάπτυξη περιλαμβάνει την αξιοποίηση των φυσικών πόρων, του ανθρώπινου δυναμικού και της οικονομικής δραστηριότητας με μέσο και μακροπρόθεσμους στόχους. Πιο συγκεκριμένα για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας, αφορά:

- Την προστασία και τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος (π.χ., ιαματικό νερό).
- Την ενίσχυση οικονομικών δραστηριοτήτων υψηλής επίδρασης στο οικονομικό και παραγωγικό μοντέλο ανάπτυξης (π.χ., τουρισμός ευεξίας).
- Την ενδυνάμωση του κοινωνικού ιστού (π.χ., συγκράτηση πληθυσμού και αύξηση εισοδήματος στην περιοχή).
- Τη δημιουργία και την αξιοποίηση επενδυτικών ευκαιριών σε τομείς υψηλής ζήτησης (π.χ. υποδομή και εγκαταστάσεις τουρισμού ευεξίας).
- Τη δημιουργία νέων ερευνητικών ευκαιριών μέσα από την ήδη υπάρχουσα γνώση και εμπειρία (π.χ., επιστημονική έρευνα, ανθρώπινο δυναμικό).

Κατά συνέπεια, η επιχειρούμενη ενδογενής ανάπτυξη προσανατολίζεται στην εκτίμηση της τουριστικής ζήτησης αλλά και στη διαμόρφωση ενός προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος που θα έλκει την προτίμηση των δυνητικών επισκεπτών. Η προσέγγιση αυτή αφορά τόσο την προσφορά ('supply') όσο και τη ζήτηση ('demand') για μια εμπεριστατωμένη ολιστική προσέγγιση στον τομέα του τουρισμού ευεξίας. Με τον τρόπο αυτό δίνεται έμφαση και στις δύο πλευρές της μελέτης του τουριστικού φαινομένου με πρωταρχικό στόχο την αειφορία σε κάθε εγχείρημα που θα διακονεί την υγιή και ανθρωποκεντρική οικονομική δραστηριότητα και επιχειρηματικότητα.

Συνεπώς, αποτελεί αντικείμενο μελέτης και συνεχούς έρευνας η διερεύνηση των παραγόντων που θα ορθώσουν οικονομίες 'στυλοβάτες' στην έννοια της ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης φέρνοντας το ελπιδοφόρο αύριο πιο κοντά στη σημερινή πραγματικότητα με όρους ποιότητας και αειφορίας.

Σκοπός Έρευνας

Σε μια εποχή με αυξημένο ενδιαφέρον για την ανάπτυξη τρόπων προορισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν εξελίχθηκε και διαφοροποιήθηκε. Άλλαξε.

Εξελίχθηκε σε σχέση με τη μορφή και το χαρακτήρα του (π.χ., αειφορία, βιωσιμότητα). Διαφοροποιήθηκε σε σχέση με το περιεχόμενο και τα χαρακτηριστικά του (π.χ., κίνητρα, προτιμήσεις). Άλλαξε σε σχέση με την έκταση και την ένταση του φαινομένου (π.χ., περιβαλλοντικές πιέσεις και κίνδυνοι, φέρουσα ικανότητα του προς αξιοποίηση φυσικού πόρου).

Κατά συνέπεια, η διερεύνηση νέων τρόπων και διαφορετικών σε περιεχόμενο και συλλογιστική προσεγγίσεων για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί πρωταρχικής σημασίας πολιτική λόγω του παγκόσμιου ανταγωνισμού και της ελκυστικότητάς του σε επενδυτικό ενδιαφέρον (Fundeanu, 2015).

Άλλωστε, η Ευρωπαϊκή Ένωση ενισχύει πολιτικές και στρατηγικές προς την ισόρροπη και δίκαιη ανάπτυξη, ενδυναμώνοντας έτσι το επιχείρημα της συνδρομής και της σημαντικότητας του 'αειφορικού' τουρισμού στην προσπάθεια αυτή (Nicola et al., 2013).

Υποστηρικτικά, προτεραιότητα της Στρατηγικής για την Έρευνα και την Καινοτομία για την Έξυπνη Εξειδίκευση (Research and Innovation Smart Specialisation Strategy, RIS3) στις περιφέρειες αποτελεί η βιομηχανία της εμπειρίας με επίκεντρο τον τουρισμό, και η ενίσχυση της σχετικής οικονομικής δραστηριότητας με βιώσιμο τρόπο.

Οι έννοιες της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας αποτελούν ορόσημα στην πορεία προς την 'ισόρροπη ανάπτυξη' δεδομένου των ιδιαιτεροτήτων (π.χ., φυσικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά) και της δυναμικής (π.χ., ευκαιρίες και απειλές) που έχουν να αξιοποιήσουν, ή/και να συναγωνιστούν οι περιφέρειες μεταξύ τους.

Με την παρούσα ερευνητική πρόταση, επιχειρείται η διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού (EEMT), όπως είναι ο τουρισμός ευεξίας, στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, στοχεύοντας:

- στη διαφοροποίηση του προτύπου ανάπτυξης που προτείνεται μέσα από την ολοκληρωμένη ένταξη του τουρισμού στην εξέλιξη των περιφερειών,
- στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος και στη βελτίωση της ποιότητας της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας,
- στην υποστήριξη διαδικασιών λήψεως αποφάσεων που αποβλέπουν στη βιωσιμότητα των τόπων, στην κοινωνική και στην οικονομική ευημερία.

Πιο συγκεκριμένα, επιδιώκεται η διαμόρφωση νέων τουριστικών μοντέλων ανάπτυξης σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας, με ειδικότερη στόχευση:

- στη διαμόρφωση νέων τουριστικών προϊόντων (π.χ., περιεχόμενο, χαρακτηριστικά) ακολουθώντας τις σύγχρονες τάσεις της σχετικής αγοράς, διαφοροποιώντας τις τουριστικές δραστηριότητες έτσι ώστε να είναι λιγότερο εξαρτώμενες από τον εποχιακό τουρισμό,
- στην ανάδειξη του τουρισμού ως τομέα με υψηλή επενδυτική προτεραιότητα αναχαιτίζοντας την ανισότητα των τουριστικών ροών στο χώρο,
- στην αναβάθμιση της αλυσίδας τουριστικής αξίας στοχεύοντας σε υψηλότερα τμήματα της αγοράς.

Ως αντικείμενο και περιεχόμενο, οι EEMT περιλαμβάνουν ταξίδια που πραγματοποιούνται βάσει συγκεκριμένων, ειδικών, κινήτρων τα οποία μπορούν να ικανοποιηθούν σε συγκεκριμένη περιοχή (προορισμό) που διαθέτει συγκεκριμένες, εξειδικευμένες υποδομές (Κοκκώσης και Τσάρτας 2001; Λαγός 2005). Πρόκειται για έννοιες και μεγέθη που αποκτούν ιδιαίτερη σημασία στο σημείο συνάντησής τους με την έννοια της περιφερειακής ανάπτυξης, ως μεταβλητές για την ευημερία και την ποιότητα ζωής κατοίκων και επισκεπτών. Παρουσιάζεται έτσι μια ευκαιρία για την ταυτόχρονη αξιοποίηση της έννοιας της χωρικής διάστασης (σχεδιασμός) και της αναπτυξιακής προοπτικής (περιεχόμενο) που ενσωματώνονται στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι EEMT.

Ωστόσο, σε μια περίοδο που η διασύνδεση της ερευνητικής με την επιχειρηματική κοινότητα έχει ατονήσει η ανάγκη επαναπροσδιορισμού του μείγματος τομεακών πολιτικών που επηρεάζουν το χαρακτήρα και το περιεχόμενο της περιφερειακής ανάπτυξης φαντάζει ολοένα και πιο επίκαιρη.

Προς την κατεύθυνση αυτή, η πρωτοτυπία της έρευνας έγκειται στην ανάδειξη νέων, αναξιοποίητων και λιγότερο εμφανών παραμέτρων και μεταβλητών που επηρεάζουν τη σχέση τουριστικής προσφοράς (π.χ., προσφερόμενο τουριστικό προϊόν) και ζήτησης (π.χ., κατανάλωση, επισκεψιμότητα) και εμφανίζονται στο πεδίο μελέτης και τομής του τουριστικού τομέα με την περιφερειακή επιστήμη.

Η παρούσα ερευνητική πρόταση, στοχεύει στη διαμόρφωση ενός νέου, αναπτυξιακού τουριστικού μοντέλου σε περιφερειακό επίπεδο. Επιδιώκεται η ενίσχυση της θέσης της περιφερειακής ανάπτυξης στο χώρο της επιστήμης και της έρευνας μέσα από την πολύπλευρη διερεύνηση και μελέτη του τουριστικού φαινομένου ως θέμα που άπτεται πολλών γνωστικών αντικειμένων.

Ερευνητικά, επιδιώκεται μια περιφερειακή ανάπτυξη που οραματίζεται τη βιομηχανία της εμπειρίας να ξεπερνά, να υπερβαίνει τα 'στενά παραδοσιακά της σύνορα και να καινοτομεί στην ανάδειξη προτιμητέων τόπων προορισμού και στην εγκαθίδρυση ενός βιώσιμου και μοναδικού για τις περιοχές έρευνας τουριστικού προτύπου.

Με τρόπο διαθεματικό, προσφέρονται νέα δεδομένα, μελετάται μια άλλη οπτική, πραγματοποιείται μια ουσιαστικότερη ανάγνωση εννοιών και μεθόδων που αποδομούν μονοδιάστατες προσεγγίσεις του τουριστικού φαινομένου, εξετάζουν με ενδελεχή και ενιαιοποιημένο τρόπο θέματα και ζητήματα που άπτονται της περιφερειακής ανάπτυξης και ευνοούν την πολλαπλότητα και διασύνδεση διαφορετικών αντικειμένων στην προσέγγιση της ερευνητικής προσπάθειας.

Με τρόπο ολιστικό, επιχειρείται μια πολυδιάστατη και πολυπαραμετρική προσέγγιση που εγγυάται τη σφαιρική μελέτη των ερευνητικών αποτελεσμάτων και την ενσωμάτωση τους στη διεθνή βιβλιογραφία στοχεύοντας στη διεύρυνση της επιστημονικής γνώσης και στην εξέλιξη της επιστήμης με επίκεντρο την εμπειρική πραγματικότητα.

Παρουσιάζεται έτσι μια ευκαιρία για τη συλλογή γνώσης και εμπειριών μέσα από μια ενδελεχέστερη προσέγγιση, εξετάζοντας από διαφορετικές σκοπιές, μεθοδολογίες και τεχνικές ανάλυσης δεδομένων παράγοντες και μεταβλητές που συνδράμουν στη βελτιστοποίηση πόρων και διαδικασιών με στόχο την εγκαθίδρυση σύγχρονων και βιώσιμων τουριστικών προϊόντων σε περιοχές με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

Όμως, καθώς ο χρόνος προχωρά, ο κόσμος εξελίσσεται.

Οι ανάγκες διαφοροποιούνται. Οι απαιτήσεις ποικίλουν. Οι προσδοκίες μεγαλώνουν.

Παράλληλα, τα προβλήματα ενδέχεται να πυκνώνουν.

Προκύπτουν οικολογικά ζητήματα. Οι ενδοπεριφερειακές και διαπεριφερειακές ανισότητες ίσως να βρίσκουν έδαφος και να γιγαντώνονται.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σχετίζεται ολοένα και περισσότερο με την ικανότητα των περιφερειακών οικονομιών να ανταποκρίνονται στις σύγχρονες προκλήσεις και να βελτιώνουν τη συμβολή τους στην πρόοδο και στην εξέλιξη. Στην ποιότητα ζωής και περιβάλλοντος.

Κατά συνέπεια, βρισκόμαστε αντιμέτωποι με τη μεγάλη πρόκληση επαναπροσδιορισμού των στοιχείων της περιφερειακής πολιτικής και τη διερεύνηση των δυνατοτήτων εμπλουτισμού της με μακροχρόνιο ορίζοντα.

Μέσα από μια τέτοια ερευνητική προσέγγιση, δίνεται ένα ουσιαστικότερο κίνητρο και νέες δυνατότητες στην ερευνητική διαδικασία που αφορούν στα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης και την προβολή της στην περιφερειακή κλίμακα δημιουργώντας ισχυρές και συνεκτικές τοπικές κοινωνίες..

Συμπερασματικά, διερευνάται η δυνατότητα ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας με στόχο τη διαμόρφωση ενός προτιμητέου τουριστικού προϊόντος που θα ικανοποιεί τις ανάγκες των επισκεπτών. Τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα αποτέλεσαν αντικείμενο μεθοδολογιών έρευνας για την εκπλήρωση του σκοπού της παρούσας διδακτορικής διατριβής:

Διερεύνηση και ταυτοποίηση:

- Προτιμήσεων των επισκεπτών, που
 - συμπεριλαμβάνονται στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, και
 - ερμηνεύουν την ταξιδιωτική συμπεριφορά τους.

Διερεύνηση παραγόντων που επηρεάζουν/ενδυναμώνουν την τουριστική ζήτηση:

- Κατασκευή βέλτιστης δομής προτίμησης επισκεπτών.

Διερεύνηση της προθυμίας πληρωμής των επισκεπτών:

- Κατασκευή οικονομετρικού μοντέλου για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής μαζί με επιπρόσθετες επεξηγηματικές επιλογές.

Διερεύνηση της κοινωνικο-ψυχολογικής διάστασης στη συμπεριφορά των επισκεπτών:

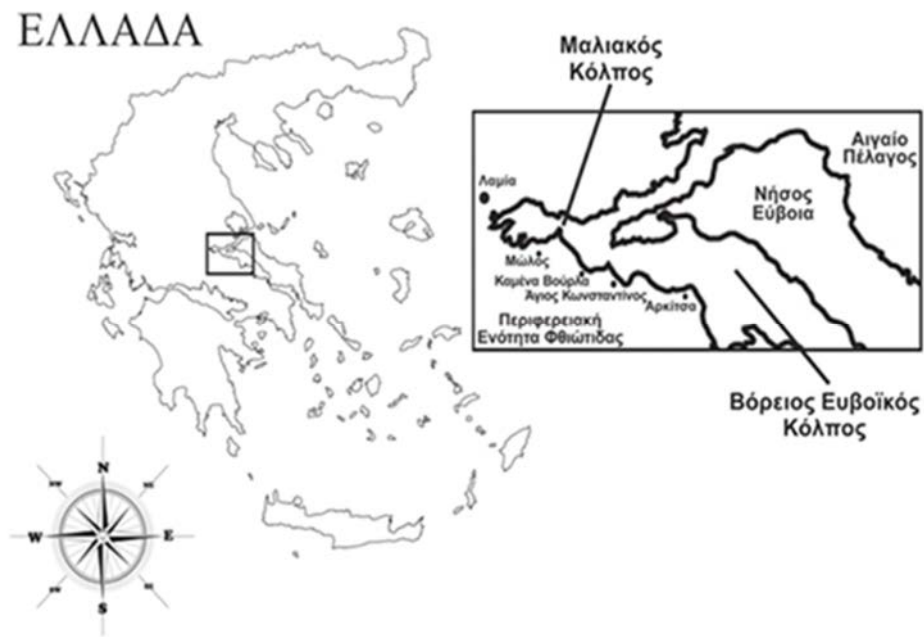
- Ταυτοποίηση σχέσεων που επηρεάζουν την πρόθεση για την εκδήλωση μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς.

Περιοχή Έρευνας

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε στην περιοχή των Καμένων Βούρλων στην Περιφερειακή Ενότητα Φθιώτιδας της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Πρόκειται για μια περιοχή που έχει τη χαρακτηριστική ονομασία 'λουτρόπολη' λόγω της παράδοσης της χρήσης του ιαματικού νερού για θερμαλισμό και ιατρικούς λόγους κατά τις περασμένες δεκαετίες.

Τα τελευταία όμως χρόνια, η ανάπτυξη της περιοχής δεν ακολούθησε ανοδική πορεία παραμένοντας στάσιμη στις μνήμες του παρελθόντος. Η χρήση των ιαματικών νερών δεν έτυχε μιας οργανωμένης και ολιστικής αξιοποίησης, όπως για παράδειγμα για λόγους ευεξίας. Οι ιαματικές πηγές (π.χ. πηγές 'Κονιαβίτη') είναι στοιχειωδώς ανεπτυγμένες με ελεύθερη πρόσβαση κυρίως από τοπικό πληθυσμό και χωρίς φύλαξη (Παράρτημα Β). Η επισκεψιμότητα είναι χαρακτηριστικά μικρή, δεν μπορεί να μετρηθεί λόγω έλλειψης οργάνωσης, ενώ δεν υπάρχουν ποιοτικές, υποστηρικτικές και βοηθητικές εγκαταστάσεις για τη διευκόλυνση και την ευεξία δυνητικών επισκεπτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ιαματικές αυτές πηγές είναι γνωστές σε πανελλήνια βάση. Όμως, συγκεντρώνουν χαρακτηριστικά περαιτέρω σημαντικής βελτίωσης. Επίσης, διακρίνονται επενδυτικές ευκαιρίες στην περιοχή που θα λάβουν χώρα στο άμεσο διάστημα. Να σημειωθεί ότι η ανάπτυξη στην περιοχή αφορά το πλαίσιο του τουρισμού ευεξίας μέσα από τη σύγχρονη πρακτική για σωματική, πνευματική και ψυχική υγεία και ανάταση. Κάλιστα όμως ο επισκέπτης μπορεί να δεχτεί και υπηρεσίες θερμαλισμού ανάλογα με το

σκοπό της επίσκεψής του. Ενδεικτικά, στην περιοχή υπάρχει αναγνωρισμένη ιαματική πηγή (πηγή 'Γεωργαλά') που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για θερμαλισμό. Παρόλα αυτά, υπάρχουν αναξιοποίητες πηγές και εγκαταλειμμένες στο χρόνο εγκαταστάσεις. Η βελτίωση των εγκαταστάσεων αυτών μπορεί να συνδράμει στη διαμόρφωση ενός τουριστικού προϊόντος ευεξίας. Το διαμορφούμενο αυτό προϊόν μέσα από την επιστημονική έρευνα, την εφαρμογή τεχνικών μάρκετινγκ και την έρευνα αγοράς μπορεί να καταστήσει την περιοχή έναν προτιμητέο τόπο προορισμού. Η περιοχή έρευνας αποκτά σημαντικό πλεονέκτημα με την πρότερη φήμη που έχει καθώς και το αναξιοποίητο υλικό που υπάρχει στην περιοχή. Κυρίως όμως σημειώνεται μεγάλο επενδυτικό ενδιαφέρον με ολοκληρωμένες και εφαρμόσιμες προτάσεις. Τα κλιματολογικά χαρακτηριστικά ευνοούν την τουριστική αξιοποίηση της παράκτιας ζώνης ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Το κλίμα στην περιοχή ευνοεί την προσέλκυση επισκεπτών όλο το χρόνο. Η γεωγραφική θέση, κέντρο της Ελλάδας, η γειτνίαση με την πρωτεύουσα και την Αττική, η διέλευση μεγάλου όγκου ταξιδιωτών από Βορρά προς Νότο και το αντίθετο λόγω των εθνικών αυτοκινητόδρομων, η φήμη και η φιλοξενία των κατοίκων, η φυσική ομορφιά και η γεωμορφολογία της περιοχής, προκρίνουν μια οργανωμένη προσπάθεια ανάπτυξης, αναζωογόνησης και ανάπτυξης της περιοχής με οφέλη για το περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία και τον ίδιο τον άνθρωπο με μακροχρόνιο ορίζοντα. Στην Εικόνα 1 παρουσιάζεται ο ευρύτερος χάρτης της περιοχής έρευνας. Στις Εικόνες 2 και 3 που ακολουθούν παρουσιάζονται ενδεικτικές φωτογραφίες από την υπάρχουσα κατάσταση για τις αναξιοποίητες πηγές με ιαματικό νερό.



Εικόνα 1: Ευρύτερος χάρτης περιοχής έρευνας.



Εικόνα 2. Περιοχή λουτρών 'Κονιαβίτη'¹.

¹ <https://www.hotelvioletta.com/AreaSights/SpaandSprings>;



Εικόνα 3. Λουτρά 'Κονιαβίτη'².

Δειγματοληψία Έρευνας

Για τη συλλογή των δεδομένων απαιτείται η χρήση αναγνωρισμένων και επιστημονικά αποδεκτών μεθοδολογιών από την εφαρμογή των οποίων θα προέλθει το δείγμα για τη διεξαγωγή της έρευνας. Στην παρούσα ερευνητική εργασία χρησιμοποιήθηκε η δειγματοληψία κατά ομάδες ή συστάδες ('cluster sampling technique') λόγω απουσίας δειγματοληπτικού πλαισίου που να περιέχει όλα τα στοιχεία του πληθυσμού έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η τυχαιότητα και η αντιπροσωπευτικότητα στο δείγμα. Σε τέτοιες περιπτώσεις ενδεδειγμένη μέθοδος αποτελεί η δειγματοληψία κατά ομάδες (Καλαματιανού 1997, Μάτης 1992). Η ανάλυση κατά ομάδες είναι μια απλή τυχαία δειγματοληψία (Ahmed, 2009). Σύμφωνα με τη μέθοδο αυτή η κάθε δειγματοληπτική μονάδα αποτελεί μια ομάδα στοιχείων του υπό έρευνα πληθυσμού (Χαρίσης και Κιόχος 1997). Για να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία της μεθόδου θα

² Πηγές: https://mwlosnews.blogspot.com/2017/03/blog-post_19.html ; https://www.google.gr/travel/hotels/entity/Chklp-jCwvHmorwJGg0vZy8xMWc4a3dxOGRwEAQ?utm_campaign=sharing&utm_medium=link&utm_source=htls&ved=0CAAQ5JsGahcKEwiQ1M7S58iEAXUAAAAAHQAAAAAQAw ; <https://stock.adobe.com/images/greece-kamena-vourla-koniavitis-thermal-springs/388510399>

πρέπει κάθε στοιχείο του πληθυσμού να ανήκει σε μια μόνο ομάδα. Δεν θα πρέπει δηλαδή να υπάρχουν επικαλυπτόμενες ομάδες (Σιάρδος, 1997). Παράλληλα, ο υπό έρευνα πληθυσμός χωρίζεται σε ομάδες και ακολουθεί απλή τυχαία δειγματοληψία με την επιλογή ενός τυχαίου δείγματος μέσα από το σύνολο των ομάδων που έχουν δημιουργηθεί (Πέτρου, 2001).

Η παρούσα έρευνα διενεργήθηκε από την 1^η Ιουνίου 2021 έως την 31^η Οκτωβρίου 2021. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο πεδίο, δηλαδή στην περιοχή των Καμένων Βούρλων στην Περιφερειακή Ενότητα Φθιώτιδας. Για την εφαρμογή της δειγματοληψίας κατά ομάδες, η κάθε ημέρα που ανήκει στο παραπάνω χρονικό διάστημα αποτελεί και μια ομάδα. Κατά συνέπεια, το παραπάνω χρονικό διάστημα αποτελείται από N=153 ημέρες από τις οποίες προέκυψε ο αριθμός των ημερών κατά τις οποίες πραγματοποιήθηκε η δειγματοληψία.

Πριν από την κύρια έρευνα, πραγματοποιήθηκε προκαταρτική έρευνα (προέρευνα) για την υλοποίηση της οποίας επιλέχθηκαν οκτώ ομάδες, δηλαδή οκτώ ημέρες, που αντιστοιχούν στο 5% των συνολικών ομάδων της έρευνας (N=153). Η ερώτηση της προέρευνας αφορούσε στην προθυμία πληρωμής των ερωτώμενων για την καταβολή ενός αντιτίμου ως εισιτήριο εισόδου ανά άτομο και ημέρα επίσκεψης για τη συμμετοχή τους σε οργανωμένες δραστηριότητες τουρισμού ευεξίας. Επίσης, οι ερωτώμενοι που απάντησαν ΝΑΙ στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής δήλωσαν και το ποσό που θα ήταν διατεθειμένοι να καταβάλλουν. Το γεγονός αυτό συνέδραμε στο να καθοριστεί το εύρος τιμών της ερώτησης της προθυμίας πληρωμής του ερωτηματολογίου της κύριας έρευνας (0€ - 50€).

Για τον υπολογισμό των n ημερών δειγματοληψίας της κύριας έρευνας, υπολογίστηκε το δείγμα που θα χρειαζόταν, εάν πραγματοποιούσαμε απλή τυχαία δειγματοληψία ('SRS – Simple Random Sampling') (Godden, 2004):

$$SS = \frac{z^2}{c^2} * \bar{p} * (1 - \bar{p}) \quad (1)$$

Στον τύπο (1) το μέγεθος (SS) συμβολίζει το μέγεθος του δείγματος, όταν ο πληθυσμός δεν είναι πεπερασμένος ('infinite population') ενώ με (C) συμβολίζεται το $+/-$ αποδεκτό όριο σφάλματος της δειγματοληψίας.

Στη συνέχεια υπολογίστηκε το δείγμα που θα χρειαζόταν, εάν ο πληθυσμός ήταν πεπερασμένος ('finite population') (Godden, 2004), ενώ υπολογίστηκε και το μέσο μέγεθος ($\bar{m}$) της ομάδας ('cluster') στο δείγμα (Ahmed, 2009; Glenn 2009):

$$\text{New } SS = \frac{SS}{\left[1 + \frac{(SS-1)}{Pop}\right]} \quad (2)$$

$$\bar{m} = \frac{z^2 * N * s^2}{[z^2 * s^2] + [(N-1) * (def f^2)]} \quad (3)$$

Στον τύπο (3) το μέγεθος (N) δηλώνει το διάστημα των 153 ημερών (153 ομάδες), ενώ η διακύμανση του δείγματος (s^2) προκύπτει από τις απαντήσεις της προέρευνας και δηλώνει τη διακύμανση της μεταβλητής «ποσοστό που απάντησαν ΝΑΙ» στην ερώτηση της προέρευνας στο σύνολο των ερωτώμενων της. Πρόκειται για τη δειγματική διακύμανση της εμφάνισης της ιδιότητας που ενδιαφέρει τον ερευνητή. Επιπρόσθετα, η ποσότητα $def f$ δηλώνει το συντελεστή σφάλματος σχεδίασης ('design effect'). Το μέγεθος $\text{New } SS$ αφορά το μέγεθος του δείγματος για πεπερασμένο πληθυσμό ('sample size for finite population').

Διαιρώντας το μέγεθος του δείγματος που προκύπτει από τον τύπο (2) με το μέγεθος των ομάδων ($\bar{m}$), προκύπτει το τελικό μέγεθος του δείγματος n :

$$n = \frac{\frac{SS}{\left[1 + \frac{(SS-1)}{Pop}\right]}}{\bar{m}} \quad (4)$$

Το μέγεθος n του δείγματος που προέκυψε από τον τύπο (4) ανέρχεται σε 45 ημέρες, θέτοντας: $s^2 = 0,001$, $N = 153$ ομάδες $C = 0,025$ (2,5%), $z = 1,96$, $\bar{p} = 0,87$, $1 - \bar{p} = 0,13$, $SS =$

708,17, NewSS = 187,14, $Pop = 254$ (πληθυσμός προέρευνας), $deff = 0,03$ (3%), $\bar{m} = 4,21$.

Η ποσότητα $\bar{p}$ δηλώνει το μέσο ποσοστό των απαντήσεων ΝΑΙ των ημερών της προέρευνας.

Από την εφαρμογή της δειγματοληψίας κατά ομάδες προέκυψε ο αριθμός των ημερών της δειγματοληψίας ($n=45$), δίνοντας απάντηση στο πόσες ημέρες θα διεξαχθεί η δειγματοληψία. Στη συνέχεια, από πίνακα τυχαίων αριθμών επιλέχθηκαν 45 τυχαίοι αριθμοί που αντιστοιχούν στις ημερολογιακές ημέρες που διεξήχθη η δειγματοληψία.

Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε δομημένο ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Α).

Επίσης, πραγματοποιήθηκε πιλοτική έρευνα για τον έλεγχο του περιεχομένου του ερωτηματολογίου και την εξακρίβωση πιθανών σημείων που ενδεχομένως να δημιουργούσαν σύγχυση στους ερωτώμενους. Οι συμμετέχοντες στην πιλοτική έρευνα διέθεταν όσο το δυνατό παρόμοια χαρακτηριστικά με τους δυνητικά ερωτώμενους της κυρίας έρευνας.

Η σύνταξη του ερωτηματολογίου προήλθε από βιβλιογραφική έρευνα καθώς και την παρούσα κατάσταση της περιοχής ενδιαφέροντος. Στη βιβλιογραφία εμπειρικές έρευνες χρησιμοποίησαν το ερωτηματολόγιο ως ερευνητικό εργαλείο. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου είναι προϊόν της βιβλιογραφικής έρευνας, εποικοδομητικών συζητήσεων με τα μέλη της συμβουλευτικής επιτροπής, των ιδιαιτεροτήτων της περιοχής έρευνας και της γνώσης που έχει συσσωρευθεί. Παράλληλα, οι ερωτήσεις επιλέχθηκαν με βάση το υπόβαθρο των μεθοδολογιών έρευνας που χρησιμοποιήθηκαν για την εκπλήρωση του σκοπού της. Επίσης, θα πρέπει να αναφερθεί ότι στο ερωτηματολόγιο λήφθηκαν υπόψη οι συζητήσεις με εξειδικευμένους επιστήμονες που διαθέτουν το αντίστοιχο υπόβαθρο σε θέματα μεθοδολογιών έρευνας, όπως και συζητήσεις με επισκέπτες, μόνιμους κατοίκους, επαγγελματικές ενώσεις και τοπικούς φορείς της περιοχής έρευνας. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι πραγματοποιήθηκε μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας για τη διαμόρφωση κριτικής άποψης. Για παράδειγμα, οι Dryglas & Salamaga (2018) ερεύνησαν τα κίνητρα των επισκεπτών σε ένα κέντρο ευεξίας, οι Anaya-Aguilar et al., (2021) ερεύνησαν θέματα κέντρων

ευεξίας χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογία Delphi με τη συμμετοχή 22 ειδικών ('experts'), οι Lovei-Kalmar et al. (2019) ερεύνησαν τις συνήθειες των επισκεπτών σε κέντρα ευεξίας, οι Hallab (2006) χρησιμοποίησαν τα κοινωνικο-δημογραφικά στοιχεία και τα ταξιδιωτικά κίνητρα και συμπεριφορικά χαρακτηριστικά, οι Sayili et al. (2007) ερεύνησαν τα κοινωνικο-οικονομικά στοιχεία και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών, οι Page et al. (2017) ερεύνησαν τη σύνδεση του τουρισμού ευεξίας με θέματα επιχειρηματικότητας, οι Sharma & Nayak (2018) εφάρμοσαν την επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων και χρησιμοποίησαν δομικά μοντέλα εξισώσεων στον τουρισμό ευεξίας και οι Chi et al. (2020) εξέτασαν τον τουρισμό ευεξίας από την πλευρά των εγκαταστάσεων διαμονής. Η ενδεικτική αυτή παράθεση της βιβλιογραφίας προσέφερε γόνιμη αναζήτηση και ιδέες, καθώς και πιθανά κενά, για τα χαρακτηριστικά του φαινομένου του τουρισμού ευεξίας υπό το πρίσμα της παρούσας ανάλυσης και τη δημιουργία του ερωτηματολογίου. Παράλληλα η βιβλιογραφική επισκόπηση θεμάτων που άπτονται των ερευνητικών ερωτήσεων της παρούσας διδακτορικής διατριβής και η οποία διενεργήθηκε κυρίως τον πρώτο χρόνο υλοποίησης της εργασίας αυτής, συνέθεσαν μια πλήρη αντίληψη του τουρισμού ευεξίας ενώ αξιοποιήθηκαν στην κατασκευή του ερωτηματολογίου.

Στο ερωτηματολόγιο το πρώτο τμήμα αφορούσε ερωτήσεις που σχετιζόταν με την επισκεψιμότητα των ερωτώμενων, τη διάρκεια διαμονής τους και την κρίση τους για θέματα περιβάλλοντος και βελτίωσης των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Το δεύτερο τμήμα αφορούσε την παρουσίαση στους ερωτώμενους συνδυασμούς χαρακτηριστικών του προτεινόμενου (υποθετικού) τουριστικού προϊόντος, Με βάση τις απαντήσεις τους σχηματίστηκε η βέλτιστη δομή προτίμησής τους για τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος τουρισμού ευεξίας. Στο τρίτο τμήμα οι ερωτώμενοι απάντησαν στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής για το τουριστικό προϊόν που προτίμησαν στο δεύτερο τμήμα του ερωτηματολογίου. Το τέταρτο τμήμα αφορούσε τη διερεύνηση κοινωνικο-ψυχολογικών παραγόντων για τη διερεύνηση της πρόθεσης των ερωτώμενων να εκδηλώσουν μια συγκεκριμένη συμπεριφορά. Το τελευταίο

τμήμα του ερωτηματολογίου αναφέρθηκε στα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Τουρισμός Ευεξίας: Ορισμοί και Περιεχόμενο

Για να αναδειχθεί μια περιοχή σε έναν τόπο προορισμού προέχει η ταυτοποίηση των κινήτρων των επισκεπτών και η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο τα κίνητρα αυτά επηρεάζουν τη διαδικασία επιλογής των δραστηριοτήτων τους (López-Sanz et al., 2021). Ιδιαίτερα μια τέτοια προσέγγιση μπορεί να βρει εφαρμογή σε περιοχές της ενδοχώρας, ή αγροτικές περιοχές ('rural areas') οι οποίες αναζητούν τρόπους να αντιμετωπίσουν τη φυγή του τοπικού πληθυσμού μέσα από μια δύσκολη οικονομική πραγματικότητα. Μέσα στο πλαίσιο αυτό, μια επιλογή αποτελεί η αναζήτηση τρόπων εγκαθίδρυσης του τουρισμού ως μια υποσχόμενη οικονομική δραστηριότητα που θα αναζωογονήσει την τοπική κοινωνία και θα έχει ως μέριμνα τη διατήρηση και αναμόρφωση της κοινωνικο-πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς (Aparicio, 2004). Για παράδειγμα, οι περιοχές, στις οποίες διαπιστώνεται μια πληθυσμιακή μείωση, μπορούν να δουν τον τουρισμό ως μια ευκαιρία ανάπτυξης που μπορεί να παράξει πλούτο προσφέροντας μια μοναδική εμπειρία στους επισκέπτες (López-Sanz et al., 2021). Οι περιοχές αυτές μπορούν να αξιοποιήσουν τους φυσικούς πόρους (π.χ. ιαματικό νερό, φυσικά οικοσυστήματα) και να προσφέρουν μοναδικές υπηρεσίες τουρισμού (π.χ. τουρισμός ευεξίας). Παράλληλα, οι προσφερόμενες αυτές υπηρεσίες θα μπορούσαν να συνδυαστούν με άλλες υπάρχουσες τουριστικές υπηρεσίες για να παράξουν αξία μέσα στην κοινωνία (Loehr et al., 2020) δημιουργώντας μια επιτυχημένη τουριστική αγορά (Vukovic, 2015). Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου σε προορισμούς δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης και ευκαιρίες αύξησης του εισοδήματος στις τοπικές κοινωνίες βελτιώνοντας το βιοτικό επίπεδο με υλιστικούς όρους ('material standard of living') (Dwyer, 2020). Άλλωστε, πολλές έρευνες στη βιβλιογραφία τεκμηριώνουν τη σχέση μεταξύ περιφερειακής οικονομίας, υγείας και ευημερίας (Hospers & Reverda, 2015).

Με γνώμονα τα παραπάνω, διαγράφεται μια ερευνητική ευκαιρία για τη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας με επίκεντρο τον τουρισμό ευεξίας μπορεί να συνδράμει στην αναζωογόνηση τόπων προορισμού ('revive tourism wellness destinations').

Η δυναμική του τουρισμού ευεξίας στη σχετική αγορά είναι διαπιστωμένη και διαχρονική. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι σε παγκόσμιο επίπεδο, η βιομηχανία του τουρισμού ευεξίας μέχρι το 2030 προβλέπεται να αξίζει 1,02 τρισεκατομμύρια δολάρια (US), σημειώνοντας μια σημαντική αύξηση σε σχέση με τα 476,1 δισεκατομμύρια δολάρια (US) που άξιζε το 2022 (Statista, Gough, 2024).

Στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει ένας κοινός ορισμός σχετικά με τον τουρισμό ευεξίας με αποτέλεσμα ο προσδιορισμός της έννοιας του τουρισμού ευεξίας να διαφέρει (αποκλίνει) σημαντικά (Smith, 2006). Οι προορισμοί τουρισμού ευεξίας προσφέρουν στον επισκέπτη ένα άνετο και φιλικό φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον για να διατηρήσει ή και να βελτιώσει την υγεία του (Mueller & Kaufmann, 2001; Devereux & Carnegie, 2006) χωρίς την ύπαρξη κάποιας ιατρικής παρέμβασης κατά τη διάρκεια παραμονής του στον προορισμό (Jolliffe & Cave, 2012). Η διαφορά αυτή διαφοροποιεί τον τουρισμό ευεξίας από τον τουρισμό υγείας και τον θερμαλισμό με την παραδοσιακή έννοια των λουτρών καθαρά για ιατρικούς σκοπούς, που συχνά συνέβαινε με τη χορήγηση εισιτηρίων από το κράτος για την επίσκεψη σε ιαματικά λουτρά. Οι Bushell & Sheldon (2009) και Steiner & Reisinger (2006) προσεγγίζουν την έννοια του τουρισμού ευεξίας ως μια ολιστική διαδικασία που ενέχει ευθέως την ανθρώπινη ανάγκη για φυσική υγεία, ομορφιά, μακροζωία, ενσυναίσθηση, ψυχική ευαισθησία, και σύνδεση με την κοινότητα, το περιβάλλον και τη θρησκεία. Αντιλαμβανόμενοι την πολυπλοκότητα και τη σημαντικότητα των προσεγγίσεων για έναν κοινό ορισμό, στο Παγκόσμιο Συνέδριο για την Αναζωογόνηση και την Ευημερία ('Global Spa & Wellness Summit'), ο τουρισμός ευεξίας ορίστηκε ως ένα ταξίδι αναζήτησης για τη διατήρηση ή την ενδυνάμωση της ευεξίας του

ατόμου (Global Spa and Wellness Summit, 2017). Οι Huang & Xu (2018) αναφέρουν ότι ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς που προωθεί ένα υγιεινό και φιλικό στο περιβάλλον τρόπο ζωής. Οι Kelly (2010), Page et al. (2017) και Rodrigues et al. (2017) αναφέρουν ότι ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί μια παγκόσμια εξειδικευμένη αγορά ('niche market') που προσφέρει επαγγελματικές ευκαιρίες μέσα από προϊόντα που προάγουν ή διατηρούν την υγεία. Με τον όρο ευεξία ('wellness'), περιγράφεται μια κατάσταση ισορροπίας ανάμεσα στο πνεύμα, το σώμα και το μυαλό (νους, λογική), ως θεμελιακά στοιχεία μιας ολιστικής προσέγγισης περί αυτοευθύνης/υπευθυνότητας, φυσικής ομορφιάς, φυσικής φροντίδας, υγιεινού τρόπου διατροφής, χαλάρωσης, πνευματικής δραστηριότητας και περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης (Messerli & Oyama 2004).

Οι Huang & Hu (2018) παραθέτουν ότι η υπάρχουσα βιβλιογραφία είναι στοχευμένη σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν ένα προϊόν τουρισμού ευεξίας σε σχέση με την αντίστοιχη προσφορά (Huijbens, 2011; Pyke et al., 2016; Heung & Kucukusta, 2013) και ζήτηση (Mak et al., 2009; Medina-Munoz & Medina-Munoz, 2010; Voigt et al., 2010). Η συζήτηση γύρω από τις τάσεις της τουριστικής ζήτησης επικεντρώνεται στον τουρίστα - καταναλωτή και τις επιθυμίες του σε σχέση με τις υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας. Η τουριστική προσφορά αναφέρεται στην ικανοποίηση της διαγραφόμενης τουριστικής ζήτησης από τους παρόχους των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας ('demand side expectations') (Hamed, 2015). Οι Wang et al. (2020) αναφέρουν ότι από την πλευρά της προσφοράς, οι ερευνητές έχουν επικεντρώσει το ενδιαφέρον τους στα χαρακτηριστικά του προορισμού και στη δυνατότητα ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας (Supapol et al., 2007; Lee & King, 2008; Kucukusta & Heung, 2012; Heung & Kucukusta, 2013; Goodarzi et al., 2016). Από την πλευρά της ζήτησης οι έρευνες σε πολλές περιπτώσεις επικεντρώνονται σε κοινωνικά, δημογραφικά και συμπεριφορικά χαρακτηριστικά (Williams et al., 1996; Sayadi et al., 2005; Hallab, 2006), στα κίνητρα (Kelly, 2010; Lim et al., 2016; Kim et al., 2017) και στην αποκομιζόμενη εμπειρία (Luo et al., 2018). Στο

επίπεδο της ζήτησης η ερμηνεία της συμπεριφοράς των ατόμων (π.χ., επισκεπτών-καταναλωτών) μπορεί να διερευνηθεί με βάση τις πεποιθήσεις, τον περίγυρο και τον έλεγχο που ασκεί το άτομο στις ίδιες του τις αποφάσεις για την πρόθεσή του να εκδηλώσει μια συγκεκριμένη συμπεριφορά (Ajzen, 1988; 1991). Προς την κατεύθυνση αυτή, η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς, (ΘΣΣ) δίνει έμφαση στην ψυχο-κοινωνική διάσταση της διαμορφούμενης ή επιδιωκόμενης ζήτησης στην αγορά που διερευνάται (Ajzen, 1991).

Στη βιβλιογραφία ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί βασικό στοιχείο της επιστημονικής έρευνας μέσα από ποικίλες προσεγγίσεις, οι περισσότερες των οποίων χρησιμοποιούν εμπειρικά δεδομένα για την εκπλήρωση του σκοπού τους. Από τη φύση του και το περιεχόμενό του ο τουρισμός ευεξίας ανήκει στις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (ΕΕΜΤ). Οι ΕΕΜΤ αναφέρονται σε εκείνη την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων που σχετίζεται με δυναμική ζήτηση και ανταποκρίνεται σε ειδικούς σκοπούς κινήτρων από μεριάς επισκεπτών. Για παράδειγμα, η ανάδειξη και η ενδυνάμωση προορισμών που διαθέτουν ιαματικούς φυσικούς πόρους, όπως οι παραδοσιακές λουτροπόλεις, μπορεί να αφορά την παροχή ολοκληρωμένων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με επίκεντρο τον τουρισμό ευεξίας. Οι μορφές τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος μπορούν να οριστούν ως εκείνες οι μορφές που η ανάπτυξη τους στηρίζεται σε ειδικά κίνητρα-ενδιαφέροντα για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Τα ειδικά αυτά κίνητρα-ενδιαφέροντα ικανοποιούνται σε συγκεκριμένους προορισμούς που μπορούν να τα υποστηρίξουν μέσα από κατάλληλες υποδομές – εγκαταστάσεις (Κοκκώσης και Τσιάρτας, 2001; Λαγός, 2005). Σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσιάρτα (2001) οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μια κατηγορία, ένα τμήμα, των ειδικών μορφών τουρισμού, ενώ και στην περίπτωση αυτή εντοπίζεται κάποιο ειδικό κίνητρο με κυρίαρχο ρόλο για την επίσκεψη σε έναν τόπο προορισμού. Κοινή συνισταμένη των ΕΕΜΤ αποτελεί η ήπια τουριστική ανάπτυξη, ο σεβασμός στο περιβάλλον και στα χαρακτηριστικά της τοπικής κοινωνίας του τόπου προορισμού. Η ήπια τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει να λαμβάνει σοβαρά και υπεύθυνα υπόψη

ενδεχόμενες περιβαλλοντικές πιέσεις που μπορούν να παρατηρηθούν λόγω της δυναμικής της ζήτησης που χαρακτηρίζει τις ΕΕΜΤ. Ο σεβασμός στο περιβάλλον μπορεί να αφορά τη συνετή επέμβαση στη φύση για τη δημιουργία υποδομών ή την αποφυγή αλόγιστης χρήσης των φυσικών πόρων. Παράλληλα, έμφαση δίνεται στην ενσωμάτωση των τοπικών χαρακτηριστικών (π.χ., τοπικές παραδόσεις) στην προσφερόμενη εμπειρία καθιστώντας τα τουριστικά προϊόντα μοναδικά για κάθε περιοχή. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι κατά την ανάπτυξη τόπων προορισμού που βασίζονται στις ΕΕΜΤ είναι επιβεβλημένο να ακολουθούνται οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης έτσι ώστε να προστατεύεται το φυσικό περιβάλλον και να μεγιστοποιούνται τα οφέλη, όχι μόνο με οικονομικούς, αλλά και με κοινωνικούς όρους. Ο τουρισμός ευεξίας ανήκει στην κατηγορία των ΕΕΜΤ προσφέροντας δυνατότητες βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σε αντίστοιχους προορισμούς. Ο τουρισμός ευεξίας ξεκίνησε να κινητροδοτεί τους ταξιδιώτες και να θεωρείται τμήμα της τουριστικής αγοράς στις αρχές τις δεκαετίας του 1990 (Pechlaner & Fisher, 2006).

Σε πολλές περιπτώσεις, η έρευνα σχετικά με την ανάπτυξη τουρισμού ευεξίας είναι πολυπαραμετρική και 'συ-σχετιζόμενη' με θέματα επιχειρηματικότητας (π.χ., σύνδεση με την αγορά και την πραγματική οικονομία), επισκεψιμότητας (π.χ., ικανοποίησης πελατών-επισκεπτών) και περιβάλλοντος (π.χ., βιώσιμης ανάπτυξης και διαχείρισης φυσικών πόρων όπως οι δασικές περιοχές). Όπως αναφέρεται από τους Wang et al. (2020) δημοφιλείς προορισμοί τουρισμού ευεξίας μπορεί να είναι οι αγροτικές περιοχές (Hjalager et al., 2016), τα δάση (Ohe et al. 2017), τα βουνά ('alpine wellness') (Pechlaner & Fisher, 2006), τα θέρετρα με θερμές πηγές (Jorpe, 2010), οι τόποι που προσφέρουν πνευματική ανάταση – αναστήλωση ('sacred sites providing spiritual restoration') (Devereux & Carnegie, 2006) καθώς και οι προορισμοί που προσφέρουν εναλλακτικές υπηρεσίες όπως γιόγκα ('yoga') και πνευματική απόδραση ('mediation' & spiritual retreat') (Kelly, 2010; Lehto et al., 2006; Voigt et al., 2011).

Ο τουρισμός ευεξίας προσφέρει ευκαιρίες επιχειρηματικής ανάπτυξης μέσα από προϊόντα που προάγουν και προστατεύουν την υγεία (Rodrigues et al., 2010; Kelly, 2010) ενώ αποτελεί σημαντικό παράγοντα τουριστικής ανάπτυξης σε σχέση με την ολιστική προσέγγιση που προσφέρει μέσα από την έννοια και το περιεχόμενό του, όπως η σωματική υγεία, η ομορφιά, η μακροζωία, η ενδυνάμωση της συνείδησης, η πνευματική ευαισθητοποίηση, η σύνδεση με την κοινότητα, το περιβάλλον και τη θρησκεία (Steiner & Reisinger, 2006; Bushell & Sheldon, 2009). Η ολιστική αυτή διάσταση του τουρισμού ευεξίας προσφέρει ερευνητικά κίνητρα σε μια ευρεία κλίμακα εφαρμογών. Η κατάσταση αυτή επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι οι επισκέπτες προορισμών τουρισμού ευεξίας έλκονται από υγιή φυσικά περιβάλλοντα, από πολιτισμούς, από κοινότητες που χαρακτηρίζονται από τοπικές παραδόσεις καθώς και από εναλλακτικές υπηρεσίες ευεξίας (Gonzales et al., 2001; Smith, 2007).

Οι Page et al. (2017) διερεύνησαν τη σχέση τουρισμού ευεξίας και την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας ('small business development') σε μελέτη περίπτωσης σε έναν παράκτιο προορισμό στη Μεγάλη Βρετανία (Bournemouth, UK). Στη μελέτη τους συνυπολόγισαν τη συμβολή της δημόσιας εμπλοκής ('public engagement') στην ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας. Στόχος των συγγραφέων ήταν η διάδοση της συγκεκριμένης περίπτωσης ως ένα παράδειγμα για μια ευρύτερη και γενικότερη εφαρμογή (π.χ., σε εθνικό επίπεδο). Οι Shokri Garjan et al. (2023) εξέτασαν τη δυναμική ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας σε σχέση με την εφοδιαστική αλυσίδα ('supply chain'). Κύριο μέλημα της έρευνας αποτέλεσε η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ θεμάτων που σχετίζονται με τη βιώσιμη ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα αφορούσε στη μεγιστοποίηση του οφέλους στην εφοδιαστική αλυσίδα αλλά και θέματα μεγιστοποίησης της ικανοποίησης των πελατών σε σχέση με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδράσεις. Η υλοποίηση της έρευνας πραγματοποιήθηκε με βάση μαθηματικά μοντέλα ('multi-choice goal programming method') με τη χρήση πραγματικών δεδομένων από κέντρο τουρισμού ευεξίας. Οι Li & Wen (2024) διενήργησαν εμπειρική έρευνα για την ταυτοποίηση του ψυχολογικού

μηχανισμού ('psychological mechanism') σε σχέση με τον τουρισμό ευεξίας που αναπτύσσεται σε δασικές περιοχές ('forest-based wellness tourism'). Στόχος της εργασίας ήταν η ενδυνάμωση της προθυμίας των καταναλωτών για τον τουρισμό ευεξίας σε δασικές περιοχές και τη βιώσιμη και σταθερή ανάπτυξή του ιδιαίτερα στην εποχή του COVID-19. Για την έρευνά τους χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο και χρήση δομικών μοντέλων εξισώσεων. Οι Yao et al. (2023) υλοποίησαν έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά των τουριστών ('tourist citizenship behaviour') σε προορισμούς τουρισμού ευεξίας. Η έρευνα υλοποιήθηκε σε δύο δημοφιλείς προορισμούς στην Κίνα με τη χρήση ερωτηματολογίου. Το εμπειρικό τμήμα της έρευνας πραγματοποιήθηκε με τη χρήση δομικών μοντέλων εξισώσεων. Οι Mihardja et al. (2023) διεξήγαγαν ποιοτική έρευνα ('case study') σχετικά με τον τουρισμό ευεξίας σε δασικές περιοχές ('forest wellness tourism destination branding') για να αμβλύνουν πιθανές καταστροφές ('disaster mitigation'). Η έρευνα έδειξε ότι μια σειρά ωφελειών προσφέρονται στους επισκέπτες και στην τοπική κοινότητα ως μέρος άμβλυνσης κινδύνων ('landslide') στο γεοπάρκο ενδιαφέροντος. Οι ωφέλειες μπορούν να αφορούν στην προστασία των δασών, στην ευημερία της κοινότητας ('community welfare') και στην ανθρώπινη υγεία. Οι Ciobanu & Luches (2018) μελέτησαν την επίδραση της περιπλοκότητας των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας ('complexity of wellness services') σε σχέση με τους οργανισμούς διαχείρισης προορισμών τουρισμού ευεξίας στη Ρουμανία. Από την πλευρά των οργανισμών αυτών εξετάστηκαν ο κύκλος εργασιών ('turnover'), η αποστολή ('mission'), οι διαδικασίες ελέγχου ('control procedure') και η εκπαίδευση προσωπικού ('employee training'). Η έρευνα έδειξε ότι η περιπλοκότητα των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας επηρεάζει ευθέως τα παραπάνω χαρακτηριστικά που εξετάστηκαν. Οι Dinkoksung et al. (2023) διερεύνησαν τη δυνατότητα μεγιστοποίησης του κέρδους ('optimizing profitability') στην εφοδιαστική αλυσίδα του ιατρικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας με τη χρήση μαθηματικών μοντέλων. Στόχος αποτέλεσε η προσπάθεια ενίσχυσης της οικονομικής βιωσιμότητας του κλάδου. Η έρευνα αφορούσε κάποια σημεία

ενδιαφέροντος όπως είναι η κατανομή των πόρων ('resource efficiency allocation'), η ενίσχυση της επιχειρησιακής αποδοτικότητας ('operational efficiency enhancement'), και η βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη ('sustainable economic growth'). Σύμφωνα με τους Csirmaz & Peto (2015) τα δεδομένα ('data') σχετικά με τον τουρισμό ευεξίας μετρούνται σε διαφορετικές κλίμακες ('no uniform measurement systems'). Για παράδειγμα, διαφορές στην ορολογία σε πολλές χώρες μπορεί να 'δυσκολέψει' τη σύγκριση τους. Κατά συνέπεια, ο τομέας του τουρισμού ευεξίας και οι πελάτες χρειάζονται περισσότερες πληροφορίες, δεδομένα και πόρους έτσι ώστε οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές. Οι Hunt & Harbor (2019) σημειώνουν ότι ο τουρισμός ευεξίας συγκαταλέγεται σε εκείνους τους τομείς του τουριστικού φαινομένου, μαζί με τον τουρισμό περιπέτειας και τον οικοτουρισμό, που αναπτύσσεται ταχύτατα σε σχέση με τον παγκόσμιο ρυθμό ανάπτυξης του τουρισμού. Το γεγονός αυτό δείχνει την ευρεία εφαρμογή υπηρεσιών ευεξίας σε μια πλειάδα τουριστικών δραστηριοτήτων. Για παράδειγμα στη βιβλιογραφία πραγματοποιείται σύνδεση του τουρισμού ευεξίας με βάση τους φυσικούς πόρους ('nature based tourism') αναδεικνύοντας τη σχέση φύσης και ευεξίας, όπως για παράδειγμα η επίσκεψη σε πάρκα και προστατευόμενες περιοχές (Ferrari & Gilli, 2016; Voigt & Pforr, 2014). Όπως παρατίθεται από τους Hunt & Harbor (2019), η επίγνωση και η ενσυνειδητότητα ('mindfulness') καθώς και η σκέψη ('reflection') ενισχύονται από ασκήσεις 'yoga' και τον τουρισμό ευεξίας, ενώ συνδέονται και με την ανάπτυξη φιλικής συμπεριφοράς προς το περιβάλλον ('pro environmental behaviour') (Jacob et al., 2009; Barbaro & Pickett, 2016). Προκύπτει λοιπόν μια καθαρή σχέση ενίσχυσης και ενδυνάμωσης ('clear upward trend') της χρήσης φυσικών πόρων στην πραγματοποίηση ταξιδιών που επικεντρώνονται στον τουρισμό ευεξίας (Voigt & Pforr, 2014; Smith & Puczko, 2016). Υποστηρικτικά, οι Shokri Garjan et al. (2023) αναφέρουν ότι η επιτυχία ενός κέντρου τουρισμού ευεξίας συναρτάται με την έννοια της αειφορίας, και το σχηματισμό αναμνήσεων από τον επισκέπτη σε σχέση με την ποιότητα και τις λογικές τιμές.

Συνολική Οικονομική Αξία

Ο καθορισμός των προτιμήσεων που δείχνουν οι επισκέπτες σε έναν προορισμό τουρισμού ευεξίας είναι λιγότερο ορατός στην υπάρχουσα βιβλιογραφία και μπορεί να συγκεντρώσει το ενδιαφέρον των ερευνητών. Η μελέτη των σύγχρονων τουριστικών τάσεων προϋποθέτει την τμηματοποίηση της σχετικής τουριστικής αγοράς, απαιτεί ευελιξία και ολοκληρωμένες προσεγγίσεις βλέποντας τον τουρίστα ως καταναλωτή (Vukonic et al., 2015) για τον καθορισμό των προτιμήσεων τους που μπορούν να επηρεάσουν τη σχετική τουριστική ζήτηση (Mueller & Kaufmann, 2001). Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό να διερευνήσουμε και να ενσωματώσουμε τις προτιμήσεις των επισκεπτών σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων έτσι ώστε να προσφερθούν ανάλογα προϊόντα και υπηρεσίες και να αναπτυχθούν αντίστοιχες πολιτικές με μέσο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Παράλληλα, η μελέτη των προτιμήσεων των επισκεπτών θα αποτελέσει μια ισχυρή ερμηνευτική διάσταση και υποστηρικτική δράση στην προσπάθεια συνεχούς βελτίωσης του σχεδιασμού και της εφαρμογής διαχειριστικών σχεδίων σε μια βιομηχανία που αναπτύσσεται ραγδαίως σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι Suh & Gartner (2004) υποστηρίζουν ότι οι προτιμήσεις των επισκεπτών αποτελούν θεμελιώδη ερμηνευτικό παράγοντα της ταξιδιωτικής τους συμπεριφοράς σε έναν τόπο προορισμού. Παράλληλα, με βάση τις προτιμήσεις των επισκεπτών είναι δυνατή η διαμόρφωση μιας ετερογενούς τουριστικής αγοράς μέσα από τις διαφορετικές ανάγκες των επισκεπτών ('heterogenous pool of consumers') (Vukonic et al., 2015). Η προσέγγιση αυτή μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται την τουριστική εμπειρία και την αξία που προσδίδουν σε αυτή μέσα από την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους. Ο προσδιορισμός των προτιμήσεων των επισκεπτών και της οικονομικής αποτίμησής τους συνδράμει στην εφαρμογή τεχνικών μάρκετινγκ έτσι ώστε να αυξηθεί το επίπεδο ικανοποίησης των επισκεπτών και η αφοσίωσή τους (Tripathi & Siddiqui, 2010) δημιουργώντας τις προϋποθέσεις για την οικονομική ανάπτυξη του προορισμού (Oh, et al., 1994), με την αναμενόμενη αύξηση της επισκεψιμότητας.

Υποστηρικτικά, οι Alegre & Cladera (2006) αναφέρουν ότι οι επισκέπτες δείχνουν μια ευθεία τάση να ζήσουν διαφορετικές εμπειρίες που στηρίζεται στην ποικιλομορφία και στη διαφορετικότητα των προτιμήσεών τους δεδομένου ότι η τουριστική πρακτική εστιάζει στην ικανοποίηση των αναγκών και προτιμήσεων των επισκεπτών (Pearce & Lee, 2005).

Διαφαίνεται λοιπόν η ανάγκη για την ενσωμάτωση μεθοδολογιών που αναφέρονται στη διαμόρφωση των προτιμήσεων των επισκεπτών και στην οικονομική αποτίμησή τους με στόχο την ολιστική τους μελέτη και την εφαρμογή αντίστοιχων αναπτυξιακών σχεδίων. Κατά συνέπεια, η Οικονομική των Φυσικών Πόρων μπορεί να συνδράμει προς την κατεύθυνση αυτή. Η Οικονομική των Φυσικών Πόρων εξετάζει τη σχέση οικονομίας και περιβάλλοντος, μέσα από αλληλεπιδράσεις και αλληλεξαρτήσεις μεταξύ πόρων (π.χ., φυσικών, ανθρώπινων, επιχειρησιακών), διαδικασιών και συντελεστών παραγωγής (Χάλκος, 2021). Η κατανόηση και η ροή τεκμηριωμένων πληροφοριών μπορεί να αξιοποιηθεί για το σχεδιασμό πολιτικών για την εναρμόνιση των σχέσεων μεταξύ οικονομίας και περιβάλλοντος (Tietenberg & Lewis, 2010). Ιδιαίτερα, η προσέγγιση αυτή αποκτά σημασία όταν τα αγαθά και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον άνθρωπο δεν ανταλλάσσονται ή αγοράζονται σε μια πραγματική αγορά όπως άλλα καταναλωτικά προϊόντα ή υπηρεσίες (π.χ., η αναψυχή και ο υπολογισμός της αξίας της σε χρηματικές μονάδες) ('recreational value'). Κατά συνέπεια, η απόδοση χρηματικών μονάδων σε οφέλη που προσφέρονται στον άνθρωπο από το φυσικό περιβάλλον (π.χ. οι οικοσυστημικές υπηρεσίες) ('ecosystem services') αποτελεί κύριο αντικείμενο της οικονομικής των φυσικών πόρων. Με τον τρόπο αυτό μπορεί διερευνηθεί η μεγιστοποίηση της ευημερίας μέσα από τη χρήση (αξιοποίηση) του φυσικού περιβάλλοντος (Μπίθας, 2003).

Ο υπολογισμός της Συνολικής Οικονομικής Αξίας (Total Economic Value, TEV), χρησιμοποιείται για την απόδοση χρηματικών μονάδων σε αγαθά ή υπηρεσίες μέσα από την αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος. Όπως διαπιστώνεται από τον μαθηματικό τύπο που την υπολογίζει (Τύπος 5) κύριο ρόλο στον σχηματισμό της διαδραματίζουν οι δύο κύριες κατηγορίες χρήσεων

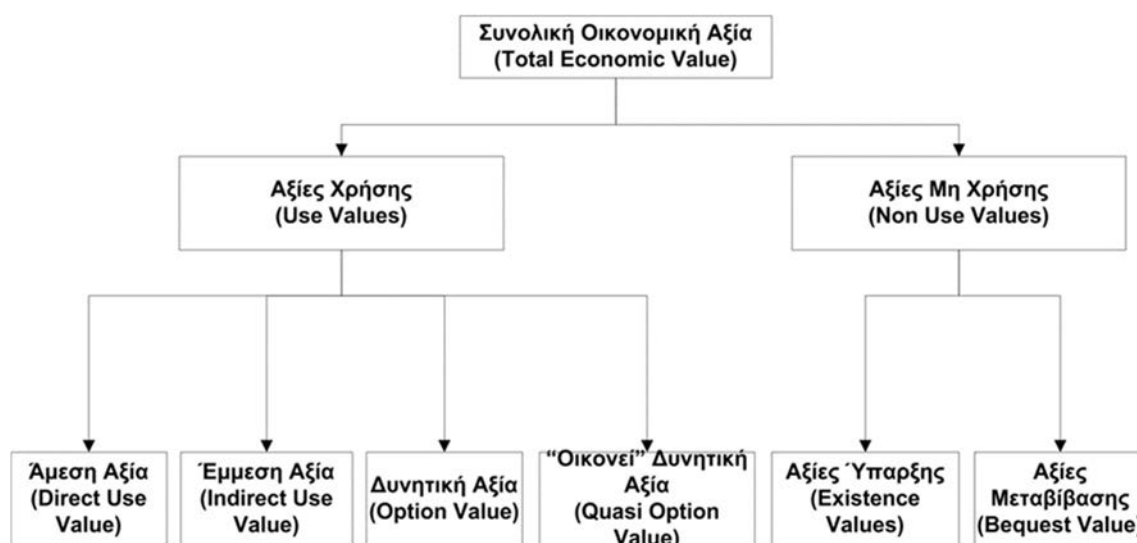
των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος, οι Αξίες Χρήσης ('Use Values') και οι Αξίες Μη Χρήσης ('Non Use Values').

$$\text{Συνολική Οικονομική Αξία} = \text{Αξίες Χρήσης} + \text{Αξίες Μη Χρήσης} \quad (5)$$

Στο Σχήμα 1 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι κατηγορίες χρήσεων που συνθέτουν τη Συνολική Οικονομική Αξία (Bateman & Turner 1993; Pearce & Warford, 1993; Barbier, 1994; Turner et al., 1994; Dixon & Pagiola, 1998; Sourisseau et al., 2017; Χάλκος, 2021). Οι αξίες χρήσης απορρέουν από την πραγματική χρήση ('κατανάλωση') του αγαθού ή υπηρεσίας προς εκτίμηση. Οι αξίες χρήσης διακρίνονται περαιτέρω στην άμεση χρήση ('use value'), στην έμμεση χρήση ('indirect use'), στη δυνητική αξία για μελλοντική χρήση των πόρων ('option value') και στην «οιονεί» δυνητική αξία ('quasi option value'). Η «οιονεί» δυνητική αξία αφορά την πιθανότητα κάποιος περιβαλλοντικός πόρος να αποκτήσει μελλοντική αξία για τον άνθρωπο ως τροφή, γενετικό υλικό ή άλλη πρώτη ύλη. Επίσης, σχετίζεται με τα πιθανά ευρήματα της επιστήμης, με την έρευνα και ανάπτυξη ή και με διαδικασίες που είναι άγνωστες ως τώρα.

Οι αξίες μη χρήσης περιλαμβάνουν την αξία ύπαρξης ('existence value') και την αξία μεταβίβασης ('bequest value'). Η αξία ύπαρξης εκτιμά την προθυμία πληρωμής των ατόμων για την προστασία και διατήρηση των περιβαλλοντικών πόρων, η οποία δεν σχετίζεται με την τρέχουσα ή ενδεχόμενη χρήση του. Στην περίπτωση αυτή, το άτομο αποδίδει αξία μόνο γνωρίζοντας ότι ο πόρος αυτός υπάρχει ('exists') έστω και αν δεν τον χρησιμοποιήσει-αξιοποιήσει στη ζωή του. Η αξία μεταβίβασης εκφράζει την προθυμία πληρωμής, ώστε να διατηρηθούν οι περιβαλλοντικοί πόροι με σκοπό να μεταβιβαστούν ('κληροδοτηθούν') στις επερχόμενες γενεές οι οποίες έχουν το δικαίωμα να αντλήσουν οφέλη από αυτούς.

Οι έρευνες που αφορούν στην Συνολική Οικονομική Αξία, οικονομετρικά υποστηρίζονται από δύο κύριες κατηγορίες μεθοδολογιών. Η πρώτη αφορά τις μεθόδους δεδηλωμένης προτίμησης ('stated preference methods'). Η δεύτερη κατηγορία αφορά στις μεθόδους αποκαλυπτόμενης προτίμησης ('revealed preference methods'). Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν μεθοδολογίες όπως η Ανάλυση Σύζευξης ('Conjoint Analysis') και η Μέθοδος της Υποθετικής Αξιολόγησης ('Contingent Valuation Method'). Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν μεθοδολογίες όπως η Μέθοδος του Κόστους Ταξιδιού ('Travel Cost Method') και η Ηδονική Τιμολόγηση ('Hedonic Price Method'). Οι μέθοδοι δεδηλωμένης προτίμησης εκτιμούν την οικονομική αξία με άμεσο τρόπο μέσα από τη 'δήλωση' ('state') των ατόμων για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν. Οι μέθοδοι αποκαλυπτόμενης προτίμησης εκτιμούν την αξία μέσα από την παρατηρούμενη συμπεριφορά ('observe') των ατόμων. Οι μέθοδοι δεδηλωμένης προτίμησης χρησιμοποιούν υποθετικά σενάρια ή αγορές για την αποτίμηση της αξίας του περιβαλλοντικού αγαθού ή υπηρεσίας (Χάλκος, 2021). Στην περίπτωση των αποκλυπτόμενων προτιμήσεων ο ερευνητής αξιοποιεί τις πραγματικές τιμές και την τρέχουσα ποσότητα του αγαθού προς εκτίμηση (Gonzalez et al., 2008). Μια διαφορά μεταξύ των μεθοδολογιών που συναντώνται στη βιβλιογραφία είναι ότι η Μέθοδος της Υποθετικής Αξιολόγησης μπορεί να εκτιμήσει τόσο αξίες χρήσης όσο και αξίες μη χρήσης, ενώ η Μέθοδος του Κόστους Ταξιδιού, ως μέθοδος αποκαλυπτόμενης προτίμησης, χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό των αξιών χρήσης. Επίσης, σε αντίστοιχες έρευνες, συχνή είναι η σύγκριση των αποτελεσμάτων που αφορούν τις μεθόδους αυτές. Για παράδειγμα, μπορεί να συγκριθεί το αποτέλεσμα μιας έρευνας που εκτιμά την προθυμία πληρωμής για την εκτίμηση της αξίας αναψυχής με τη μέθοδο της ενδεχόμενης αξίας σε σχέση με τον υπολογισμό του κόστους ταξιδιού για το ίδιο ερευνητικό αντικείμενο.



Σχήμα 1. Συνολική Οικονομική Αξία και οι κατηγορίες χρήσης που τη συνθέτουν.

Οι μεθοδολογίες αυτές προσφέρουν το επιστημονικό υπόβαθρο για την οικονομική αποτίμηση των περιβαλλοντικών πόρων μέσα από διαφορετικές οικονομετρικές προσεγγίσεις προσφέροντας αξιοποιήσιμα συμπεράσματα. Υιοθετούνται σε μεγάλη κλίμακα από τη διεθνή επιστημονική κοινότητα για τον υπολογισμό της αξίας των ωφελειών ('benefits') και των απωλειών ('losses') με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη και την αειφορία κατά την αξιοποίηση και διαχείριση των φυσικών οικοσυστημάτων και περιβάλλοντος (Sternier 2003; Brander et al. 2007; Dixon 2008; Wang, 2014).

Ο Τουρισμός Ευεξίας στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο τουρισμός ευεξίας ανάγεται κυρίως σε ξενοδοχειακές μονάδες, συνήθως 5 αστέρων, που προσφέρουν αντίστοιχες υπηρεσίες (π.χ., θαλασσοθεραπεία, χρήση ιαματικού νερού για ευεξία, όπως αναζωογόνηση, χαλάρωση και αναψυχή). Η αγορά του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα έχει περιθώρια ανάπτυξης μιας και υπάρχουν οι αντίστοιχες προϋποθέσεις. Για παράδειγμα, οι λουτροπόλεις και τα ιαματικά κέντρα που χρησιμοποιούν ιαματικό νερό από επίσημα αναγνωρισμένες πηγές μπορούν να 'δανείσουν' την ευεργετική δράση τους για λόγους ευεξίας πέραν των θεραπευτικών ιδιοτήτων που έχουν τα ιαματικά νερά

και οι θερμές πηγές ('thermal springs'). Επίσης, το κλίμα και η φήμη της Ελλάδας μπορούν να βοηθήσουν προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης με γνώμονα τον τουρισμό ευεξίας, δεδομένου της παρουσίας και της χρησιμότητας των λουτροπόλεων στην ελληνική επικράτεια. Η Ελλάδα δεν διαθέτει προορισμούς που να προσφέρουν με ολιστικό τρόπο υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας, ενώ η ιδιωτική πρωτοβουλία μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στο να προσφέρει ένα ανταγωνιστικό, διαφοροποιημένο και εμπλουτισμένο προϊόν (Vasileiou & Tsartas, 2009).

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η δυναμική παρουσία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην αγορά του τουρισμού ευεξίας, κυρίως μέσα από κέντρα ευεξίας 'spa', αποτελεί ένα σημαντικό σημείο εκκίνησης για την περαιτέρω οργανωμένη ανάπτυξη ενός ολιστικού προϊόντος τουρισμού ευεξίας (Vasileiou & Tsartas, 2009). Σε έρευνα που διεξήχθη από τους Tavlikou & Asimakopoulos (2018) σε δέκα κέντρα ευεξίας στην Ελλάδα (Κρήτη, Κως, Λευκάδα, Θεσσαλονίκη) διαπιστώθηκε η θετική πρόθεση των ερωτώμενων να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας ανεξαρτήτου εισοδήματος. Η έρευνα έδειξε ότι οι ερωτώμενοι που ανήκαν στα υψηλότερα εισοδηματικά επίπεδα φάνηκε να συγκλίνουν περισσότερο στο να αυξήσουν τη συχνότητα ('frequency') και την ένταση ('intensity') χρήσης υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας σε σχέση με τους ερωτώμενους που ανήκαν σε χαμηλότερα εισοδηματικά επίπεδα.

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Τουρισμού, υπάρχουν 84 αναγνωρισμένες ιαματικές πηγές στην Ελλάδα, γεγονός που φανερώνει τις δυνατότητες ανάπτυξης ενός ολοκληρωμένου προϊόντος τουρισμού ευεξίας χρησιμοποιώντας για παράδειγμα το ιαματικό νερό για παροχή αντίστοιχων υπηρεσιών ευεξίας. Παράλληλα, απαιτείται ένα συγκεκριμένο πλαίσιο που να καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις με σαφή τρόπο σε σχέση με την έννοια και το περιεχόμενο του τουρισμού ευεξίας βοηθώντας στην ανάπτυξη του στην Ελλάδα. Το εγχείρημα αυτό είναι απαιτητικό μιας και δεν υπάρχει στη διεθνή βιβλιογραφία ένας σαφής ορισμός σε σχέση με τον τουρισμό ευεξίας. Επιπρόσθετα,

στον Ελλαδικό χώρο, η επιτυχία ανάδειξης του τουρισμού ευεξίας διέρχεται μέσα από τον συνδυασμό ποιότητας και καινοτομίας στην παροχή υπηρεσιών σε σχέση με τα τοπικά χαρακτηριστικά των περιοχών που λειτουργούν οι αντίστοιχες επιχειρήσεις ('wellness resorts') (Skoumpi et al. 2021).

Πλεονέκτημα στην ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας αποτελεί η χρήση θαλασσινού νερού (π.χ., θαλασσοθεραπεία και αναψυχή) αξιοποιώντας την παράκτια ζώνη και τα χιλιόμετρα ακτογραμμής που συνθέτουν το γεωμορφολογικό πεδίο της Ελλάδας. Επίσης η αξιοποίηση του υγρού στοιχείου μέσα από τη δημιουργία 'wet areas' αποτελεί μια ενδεδειγμένη λύση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας (π.χ., κέντρα θαλασσοθεραπείας, σάουνα, jacuzzi).

Η χρήση του ιαματικού και του θαλασσινού νερού με αντίστοιχες δραστηριότητες μπορούν να περιφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες δυσεύρετες σε άλλες περιοχές και Χώρες, αυξάνοντας κατακόρυφα την ικανοποίηση του επισκέπτη-καταναλωτή. Προσθέτοντας και τα μοναδικής ομορφιάς φυσικά τοπία με την παραδοσιακή και 'ξακουστή' φιλοξενία και γαστρονομία της Ελλάδας υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την προώθηση του τουρισμού ευεξίας με ολιστικό τρόπο (π.χ., σε συνδυασμό με την ιστορία και τον πολιτισμό).

Επιπρόσθετα, η σύνδεση των ταξιδιωτών ('demand') με τους παρόχους προγραμμάτων τουρισμού ευεξίας ('supply') στην Ελλάδα, απαιτεί στοχευμένη στρατηγική μάρκετινγκ και επικοινωνίας σε αγορές στόχους προκαλώντας το αντίστοιχο ενδιαφέρον. Η πολύχρονη εμπειρία των επιχειρήσεων και του προσωπικού που απασχολείται στην Ελληνική τουριστική βιομηχανία δρα ως 'εγγυητής' για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας με όρους αειφορίας.

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι σύμφωνα με την εταιρεία Aegeo Spas αναδείχτηκαν 23 ξενοδοχεία στην Ελλάδα (Κρήτη, Ρόδο, Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ζάκυνθο, Κέρκυρα, Κω, Σαντορίνη, Χαλκιδική) ως τα καλύτερα 'spas' στην Ευρώπη και στον κόσμο στο πλαίσιο αριστείας που απονέμονται από τα διεθνούς φήμης βραβεία World Luxury Spa Awards για το έτος 2023. Τα βραβεία αυτά

αποτελούν τη διεθνή αναγνώριση για την αριστεία στον τουρισμό ευεξίας. Επίσης, η εταιρεία Aegeo Spas έχει εξειδίκευση στην προσφορά ολιστικών υπηρεσιών ευεξίας και αναζωογόνησης ('holistic spa specialists').

Θα μπορούσε να λεχθεί ότι υπάρχει πεδίο ανάπτυξης και βελτίωσης των ήδη παρεχόμενων υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Μία τέτοια προσέγγιση θέλει την εξειδίκευση, την έρευνα και την επιχειρηματική δράση σε πρώτο πλάνο συνοδεύοντας την παρουσία αντίστοιχων εγκαταστάσεων και ποικίλων δραστηριοτήτων τουρισμού ευεξίας.

Συμπερασματικά και αξιοσημείωτα, η σύνδεση της επιστημονικής έρευνας με την πραγματική οικονομία και την επιχειρηματικότητα μπορεί να διαμορφώσει σχέσεις αμοιβαίων ωφελειών στην εγκαθίδρυση και 'μακροημέρευση' προτιμητέων προϊόντων τουρισμού ευεξίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την εκπλήρωση του ερευνητικού σκοπού της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι έρευνας που αναφέρονται στη δεδηλωμένη προτίμηση των συμμετεχόντων. Πιο συγκεκριμένα, εφαρμόστηκε η Ανάλυση Σύζευξης και η Μέθοδος της Υποθετικής Αξιολόγησης σχετικά με την ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας στην περιοχή έρευνας. Επίσης, εφαρμόστηκε η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς που αναφέρεται στην κοινωνικο-ψυχολογική διάσταση της πρόθεσης των ερωτώμενων να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας.

Η Ανάλυση Σύζευξης

Η Ανάλυση Σύζευξης ή Conjoint Analysis (‘CA’) ως μέθοδος δεδηλωμένης προτίμησης χρησιμοποιείται για την κατασκευή της βέλτιστης δομής προτίμησης των ερωτώμενων σε σχέση με ένα υποθετικό προϊόν που τους παρουσιάζεται (Hair et al. 1998; Sayadi et al., 2009; Tripathi 2010; Rao 2014). Οι Hair et al., (2009) ορίζουν την ‘CA’ ως μια πολυπαραμετρική μέθοδο η οποία στοχεύει στην κατανόηση του ‘πώς’ (με ποιο τρόπο) οι ερωτώμενοι αναπτύσσουν τις προτιμήσεις τους για ένα αντικείμενο, μια υπηρεσία ή ιδέα. Η ανάλυση δεν χρησιμοποιείται για τον έλεγχο θεωριών (‘theory testing’) αλλά μπορεί να θεωρηθεί ως μια διερευνητική τεχνική (Hair et al., 2009; Kuhfeld, 2010). Πρόκειται για μια ανάλυση που στηρίζεται στη διαδικασία της ‘από-σύνθεσης’ (‘decompositional approach’) αφού υποθέτει ότι η συνολική προτίμηση για ένα αγαθό προέρχεται από την προτίμηση που δείχνουν τα άτομα σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του (Heck et al., 2024).

Κάθε προϊόν αποτελείται από χαρακτηριστικά ή ιδιότητες (‘attributes’ ή ‘factors’), ενώ τα χαρακτηριστικά αυτά μπορεί να αποτελούνται από επίπεδα (‘attribute levels’) (Harpman, 2008). Στόχος είναι ο καθορισμός της βέλτιστης δομής προτίμησης των ερωτώμενων. Η βέλτιστη δομή προτίμησης παρέχει πληροφορίες για τη σημαντικότητα του κάθε χαρακτηριστικού του προϊόντος στη δεδηλωμένη κρίση των ερωτώμενων. Παράλληλα, αφορά

τον τρόπο με τον οποίο τα καθορισμένα από πριν επίπεδα των χαρακτηριστικών συμβάλλουν στο σχηματισμό της συνολικής προτίμησης των ατόμων (Σιώμκος και Βασιλικοπούλου, 2005). Η 'CA' μπορεί να προβλέψει τις επιδράσεις ενός συνδυασμού χαρακτηριστικών (π.χ., χαρακτηριστικά ενός τόπου προορισμού) σε σχέση με τις προτιμήσεις των ατόμων (Lyu et al., 2021).

Μια 'CA' καθορίζει τον συνδυασμό των χαρακτηριστικών που μεγιστοποιεί την προτίμηση των ερωτώμενων. Μέσα από τη δήλωση της προτίμησής τους οι καταναλωτές δηλώνουν ουσιαστικά τη χρησιμότητα που αντλούν από ένα προϊόν ή υπηρεσία. Η χρησιμότητα ('utility') αφορά την αξία ('value') που προσδίδει ο ερωτώμενος σε ένα συνδυασμό χαρακτηριστικών ('product attributes') του υπό διερεύνηση προϊόντος ή υπηρεσίας (π.χ., χαρακτηριστικά ή υπηρεσίες τουριστικών προϊόντων ευεξίας). Η ανάλυση στοχεύει στον καθορισμό των επιμέρους χρησιμοτήτων ('part worth utilities') που αντλεί ο ερωτώμενος από τους συνδυασμούς των χαρακτηριστικών που του παρουσιάζονται ώστε να εκτιμηθεί η συνολική προτίμηση του. Πρακτικά, όπως αναφέρθηκε, η ανάλυση στηρίζεται στην αρχή ότι η συνολική χρησιμότητα ενός προϊόντος μπορεί να αποσυντεθεί σε επιμέρους χρησιμότητες που αντιπροσωπεύονται από τα επιμέρους χαρακτηριστικά του προϊόντος (Louviere, 1994). Η συνολική αυτή χρησιμότητα αντανakλά τη μέγιστη προτίμηση, τη μέγιστη αξία, που ο ερωτώμενος αποδίδει σε σχέση με τους υπόλοιπους συνδυασμούς χαρακτηριστικών του υπό διερεύνηση προϊόντος ή υπηρεσίας. Όσο μεγαλύτερες είναι οι τιμές των 'σκορ' χρησιμότητας των επιπέδων τόσο μεγαλύτερη είναι και η προτίμηση των ατόμων (Hong Min, 2011; Kucukusta & Guillet, 2014). Οι τιμές αυτές χρησιμοποιούνται για τον καθορισμό της βέλτιστης δομής προτίμησης, αφού λαμβάνονται υπόψη οι μέγιστες τιμές των επιπέδων σε κάθε χαρακτηριστικό (Orme, 2010). Παράλληλα, η σημαντικότητα των παραγόντων στην κρίση του ερωτώμενου αποτυπώνεται από τα αντίστοιχα 'σκορ' (ως ποσοστό, %), ('relative importance'),

ενώ το χαρακτηριστικό με τη μεγαλύτερη τιμή συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη προτίμηση του ερωτώμενου (Veitch et al., 2021).

Σε μια ανάλυση σύζευξης, η μέθοδος του ολοκληρωμένου προφίλ ('full profile') για τη δήλωση της προτίμησης από τα άτομα είναι αυτή που επιλέγεται περισσότερο (Orme, 2003; Rao, 2013), ενώ αποτελεί και την ενδεδειγμένη επιλογή όταν το υπό διερεύνηση προϊόν ή υπηρεσία αποτελείται έως έξι χαρακτηριστικά (Orme, 2003). Σε μια CA η παρουσίαση προς κρίση όλων των συνδυασμών των χαρακτηριστικών με τα επίπεδά τους θα προκαλούσε πιθανώς σύγχυση και άρνηση συμμετοχής από τους ερωτώμενους. Για το λόγο αυτό λαμβάνονται υπόψη μόνο οι κύριες επιδράσεις μεταξύ των χαρακτηριστικών και των επιπέδων τους ('main effects', 'orthogonal design') δίνοντας ένα μικρότερο συνδυασμό προς κρίση από τους ερωτώμενους (Σιώμκος και Βασιλικοπούλου, 2005). Η χρήση των 'orthogonal designs' είναι αποτελεσματική ('efficient'), σε αναλύσεις σύζευξης με γραμμικά μοντέλα (Agarwal, et al., 2015), ενώ πρακτικά σημαίνει ότι οι συσχετίσεις ('correlations') μεταξύ των χαρακτηριστικών ('attributes') είναι μηδενικές (Johnson et al., 2013). Η επιλογή αυτή υιοθετείται ευρέως στην εφαρμογή της ανάλυσης σύζευξης για την έρευνα αγοράς (Σιώμκος και Βασιλικοπούλου, 2005). Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν την πλήρη ανεξαρτησία των διερευνητικών επιπέδων των χαρακτηριστικών (μηδενική συσχέτιση μεταξύ τους) με τη χρήση orthogonal designs αφού επιστρέφουν ακριβή αποτελέσματα ('strictly independent variation of levels across attributes'). Η επιλογή αυτή δείχνει καλά καθορισμένες έρευνες (Kuhfeld, 2010). Για ερευνητικούς σκοπούς άλλοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι μπορεί να επιτραπεί η συσχέτιση των παραγόντων παρόλο που η πρώτη περίπτωση δίνει ικανοποιητικά αποτελέσματα (Louviere & Woodworth, 1988). Σύμφωνα με τους Σιώμκο και Βασιλικοπούλου (2005) ή ανάλυση σύζευξης μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην έρευνα αγοράς για την ανάπτυξη προϊόντων ή υπηρεσιών, δεδομένου ότι μελετά: τη δομή προτίμησης τους, από ποιο συνδυασμό χαρακτηριστικών οι ερωτώμενοι αντλούν τη μέγιστη ικανοποίησή τους, τη σύγκριση μεταξύ προϊόντων με βάση τα προτιμητέα

χαρακτηριστικά τους και την πρόβλεψη της συμπεριφοράς των ατόμων σε προϊόντα και υπηρεσίες που δεν βρίσκονται στην αγορά (π.χ., νέα προϊόντα). Η 'CA' αποτελεί μια μέθοδο που επιλέγεται ευρέως σε έρευνες μάρκετινγκ (Rao, 2014).

Η αποτελεσματικότητά ('effectiveness') της 'CA' στην επιλογή τόπων προορισμού με διαφορετικά χαρακτηριστικά και περιεχόμενο έχει αναγνωριστεί στη σχετική βιβλιογραφία (Hung et al., 2018; Pai & Ananthakumar, 2017), ενώ έχει χρησιμοποιηθεί σε θέματα που αφορούν στη βιώσιμη ανάπτυξη (Heck et al., 2024; Bengart & Vogt, 2021; Kalkbrenner et al., 2017; Linzenich et al., 2019). Στο πλαίσιο του τουρισμού αποτελεί μια προτιμητέα για τους ερευνητές μέθοδο. Η 'CA' ή παραλλαγές της εφαρμόστηκαν από τους: Zhang et al. (2021) στην περίπτωση της αγοραστικής συμπεριφοράς σε ένα ταξίδι, Nuraeni et al. (2015) στη λήψη της απόφασης απο νεαρά άτομα για την επιλογή ενός τόπου προορισμού, Fei et al. (2024) για την βιώσιμη ανάπτυξη στον τομέα της ξενοδοχείας, Lyu et al. (2021) για τη διάρκεια διαμονής σε τόπους προορισμού, Haugom et al. (2021) στην περίπτωση του χειμερινού τουρισμού ('ski'), Kucukusta & Denizci Guillet (2014) στην περίπτωση του τουρισμού αναζωογόνησης ('spa'), Suh & Mc Anoy (2005) για τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ των προτιμήσεων και των εξόδων από διεθνείς τουρίστες σε έναν τόπο προορισμού, Thynea et al. (2006) σε θέματα που αφορούν στον πολιτισμό μελετώντας τη σχέση μεταξύ τουριστών και τοπικής κοινωνίας, Arenoe et al. (2015) στη διαχείριση εσόδων στον τομέα της ξενοδοχείας, Hatzinger & Mazanec (2007) σε θέματα μεταφοράς σε ένα ταξιδιωτικό πακέτο, Huertas-Garcia et al. (2012) για τον καθορισμό των προτιμήσεων σε χαρακτηριστικά ξενοδοχείων μέσα από φυλλάδια ταξιδιωτικών πρακτόρων (brochures), Jin & Park (2019) σε έρευνα για την ικανοποίηση επισκεπτών στο πλαίσιο του αγροτικού τουρισμού ('rural tourism') και Pröbstl-Haider et al. (2015) για την επίδραση της κλιματικής αλλαγής στο βαθμό ελκυστικότητας ενός καλοκαιρινού προορισμού.

Η Μέθοδος Υποθετικής Αξιολόγησης

Η Μέθοδος της Υποθετικής Αξιολόγησης ή Contingent Valuation Method (‘CVM’) ανήκει στις μεθόδους δεδηλωμένης προτίμησης με αποτέλεσμα να υπολογίζει με άμεσο τρόπο τη μέγιστη προθυμία πληρωμής των ερωτώμενων (Mitchell & Carson 1989; Small et al., 2017). Το μεθοδολογικό υπόβαθρο της ‘CVM’ περιλαμβάνει τη διαμόρφωση της υποθετικής αγοράς ή του σεναρίου που θα παρουσιαστεί στους ερωτώμενους (Haab et al., 2020; Vasquez, 2022). Με βάση την υπόθεση αυτή οι ερωτώμενοι θα κληθούν να δηλώσουν την προθυμία πληρωμής τους για την αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Το σενάριο θα πρέπει να είναι ρεαλιστικό και αξιόπιστο και να πληροφορεί τον ερωτώμενο επαρκώς σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας (Dribek & Voltaire, 2017).

Η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής των ερωτώμενων σε μια ‘CVM’ ανάλυση μπορεί να αφορά μη αγοραία αγαθά στο πλαίσιο βελτίωσης του περιβάλλοντος (π.χ. ποιότητα περιβάλλοντος, αναβάθμιση υπηρεσιών αναψυχής) ή τη διατήρηση του περιβάλλοντος ή την αποτίμηση των επιπτώσεων πιθανής ρύπανσης (Bedate et al., 2004; Gonzalez-Gomez et al., 2016; Jeong et al., 2016a). Η μέθοδος μπορεί να εκτιμήσει την προθυμία αποδοχής (‘willingness to accept’) από πλευράς ερωτώμενων που αφορά σε κάποια περιβαλλοντική υποβάθμιση ή και την πλήρη απώλεια ενός περιβαλλοντικού αγαθού ή υπηρεσίας (‘compensated for the loss of’) (Jeong et al., 2017). Σε μια ανάλυση ‘CVM’ που αφορά την βελτίωση της ποιότητας του περιβάλλοντος οι ερωτώμενοι καλούνται να δηλώσουν το μέγιστο ποσό που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν. Σε μια ερώτηση για την προθυμία αποδοχής οι ερωτώμενοι καλούνται να δηλώσουν το ελάχιστο ποσό που είναι πρόθυμοι να αποδεχθούν.

Με τη μέθοδο αυτή αποδίδονται χρηματικές μονάδες σε ένα μη αγοραίο αγαθό ή υπηρεσία (Shan et al., 2023). Η ‘CVM’ χρησιμοποιείται ευρύτατα για την εκτίμηση της συνολικής οικονομικής αξίας ενός περιβαλλοντικού αγαθού ή υπηρεσίας. Η οικονομική αξία που

προκύπτει μπορεί να αποδοθεί ως ένα μέτρο ευημερίας που εισπράττουν (απολαμβάνουν) τα άτομα από τα υπό διερεύνηση αγαθά (Μπίθας, 2003).

Στη 'CVM', θα πρέπει να καθοριστεί και να διαμορφωθεί η υποθετική αγορά ή το υποθετικό σενάριο που θα πληροφορεί τους ερωτώμενους με ακρίβεια για το περιεχόμενό του. Καθοριστικής σημασίας είναι η διατύπωση τη ερώτησης της προθυμίας πληρωμής με βάση την υποθετική αγορά ή το σενάριο που παρουσιάστηκε στους ερωτώμενους (Whitehead & Haab, 2023).

Στη συνέχεια λαμβάνει χώρα η εκμείωση (η απόδοση) της αξίας του υπό διερεύνηση αγαθού ή υπηρεσίας ('elicitation method'). Πιο εγκεκριμένα, στο στάδιο αυτό, οι ερωτώμενοι καλούνται να δηλώσουν το ποσό που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν. Μια σειρά από μεθόδους είναι διαθέσιμες για την εφαρμογή της ανάλυσης (Bateman & Willis 1999; Ahmad 2009; Armbricht, 2014):

- **Παιχνίδι προσφορών ('bidding game').** Στην περίπτωση αυτή ο ερωτώμενος δέχεται μια σειρά από προσφορές μέχρι να δηλώσει το μέγιστο ποσό που είναι πρόθυμος να πληρώσει. Με βάση την απάντηση που δίνει ο ερωτώμενος, ο ερευνητής αυξάνει ή μειώνει το ποσό σε σχέση με την προηγούμενη απάντηση μέχρι να εκμειώσει (αποσπάσει) τη μέγιστη προθυμία πληρωμής του ερωτώμενου.
- **Σε ελεύθερη μορφή ή ανοιχτού τύπου ('open-ended question').** Εδώ το ποσό της προθυμίας πληρωμής καθορίζεται από τον ερωτώμενο αφού ο ίδιος το δηλώνει ελεύθερα χωρίς προσφορά. Στην περίπτωση αυτή, ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει σε μια ερώτηση της μορφής: «Πόσα χρήματα είστε πρόθυμος να διαθέσετε για ...;». Ως απάντηση, αναμένεται ο ερωτώμενος να δηλώσει το μέγιστο ποσό που τον αντιπροσωπεύει. Σύμφωνα με τους Mitchell & Carson (1989), οι ανοιχτού τύπου ερωτήσεις είναι περισσότερο κατάλληλες στην περίπτωση που οι ερωτώμενοι είναι εξοικειωμένοι με το προς εκτίμηση αγαθό ή υπηρεσία.

- **Σε μορφή κάρτας πληρωμής ('payment card').** Στην κάρτα πληρωμής, αναγράφεται ένα εύρος τιμών καθορισμένο από τον ερευνητή. Στη συνέχεια δίνεται η κάρτα αυτή στον ερωτώμενο ο οποίος επιλέγει το μέγιστο ποσό που επιθυμεί.
- **Σε απλή προκαθορισμένη επιλογή ('single-bound dichotomous-choice').** Σε μια τέτοια περίπτωση ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει σε μια ερώτηση του τύπου: «Προτίθεστε να πληρώσετε το Χ (€) ποσό για ...». Η ερώτηση αυτή μπορεί να έχει μόνο δύο πιθανές απαντήσεις: ΝΑΙ ή ΟΧΙ. Το ποσό των Χ (€) επιβάλλεται να διαβαθμίζεται μέσα στο δείγμα με τυχαίο τρόπο, έτσι ώστε οι απαντήσεις των ερωτώμενων να ελεγχθούν σε πολλαπλά επίπεδα ποσών για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής (Hosmer & Lemeshow, 2000) . Στην περίπτωση αυτή η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής πραγματοποιείται με τη χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης ('binary logistic regression'). Ως εξαρτημένη μεταβλητή θα χρησιμοποιηθεί η διχοτομική μεταβλητή ΝΑΙ/ΟΧΙ και ως διερευνητική μεταβλητή το ποσό της προθυμίας πληρωμής. Επίσης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν και επιπρόσθετες μεταβλητές όπως το εισόδημα ή το επίπεδο μόρφωσης των ερωτώμενων ή μεταβλητές που αφορούν το ίδιο το υπο διερεύνηση αγαθό ή υπηρεσία ανάλογα με το σκοπό και τη χρησιμότητά τους στην έρευνα.
- **Σε διπλή προκαθορισμένη επιλογή ('double-bound dichotomous-choice').** Στην περίπτωση αυτή ο ερωτώμενος, καλείται να απαντήσει σε μια ερώτηση της μορφής: «Προτίθεστε να πληρώσετε το Χ (€) ποσό για ...;». Εάν απαντήσει θετικά στην αρχική αυτή ερώτηση, ερωτάται εάν είναι πρόθυμος να καταβάλλει ένα υψηλότερο και προκαθορισμένο ποσό Υ(€). Το ποσό αυτό ενδέχεται να είναι διπλάσιο σε σχέση με το ποσό της αρχικής προσφοράς στο ακριβώς προηγούμενο βήμα (Χ(€)). Εάν ο ερωτώμενος απαντήσει αρνητικά για το ποσό Υ(€) ερωτάται αν είναι πρόθυμος να πληρώσει ένα ποσό Ζ(€). Το νέο προσφερόμενο ποσό Ζ(€) θα πρέπει να είναι μικρότερο

από το ποσό $X(\epsilon)$. Το ποσό αυτό $Z(\epsilon)$ μπορεί να αφορά τη μισή αξία του αρχικού προσφερόμενου ποσού $X(\epsilon)$ (Hanemann et al., 1991).

- **Σε τριπλή προκαθορισμένη επιλογή (triple-bound dichotomous-choice).** Η περίπτωση αυτή ακολουθεί τη διαδικασία της διπλής προκαθορισμένης επιλογής, αυξημένη κατά ένα γύρο.
- **Σε επαναληπτική προσφορά ('iterative bidding').** Στην περίπτωση αυτή υπάρχουν προκαθορισμένες απαντήσεις σε σχέση με το ποσό πληρωμής. Στη συνέχεια υπάρχει ερώτηση διχοτομικής επιλογής (ΝΑΙ/ΟΧΙ). Κατόπιν, η ερώτηση με το ποσό της προθυμίας πληρωμής επεκτείνεται με μία τελική επιπρόσθετη ερώτηση ανοιχτού τύπου που ο ερωτώμενος απαντά με το ποσό που είναι πρόθυμος να πληρώσει (Nguyen et al., 2015).

Μετά τον καθορισμό του ποσού από τον ερωτώμενο, το επόμενο βήμα αφορά στο μηχανισμό καταβολής του ποσού που δήλωσε ('vehicle payment'). Οι πιο διαδεδομένοι μηχανισμοί που συναντώνται στη βιβλιογραφία είναι μέσω της φορολογίας, μέσω εισιτηρίου εισόδου, μέσα από λογαριασμούς δημοσίων οργανισμών ή με τη μορφή δωρεάς σε έναν φορέα ή οργανισμό (ενδεικτικά, Brookshire et al., 1990; Bateman et al., 1995b; Jakobsson & Dragun, 2001; Kontoleon et al., 2005; Campos et al., 2007).

Κατά τον υπολογισμό της προθυμίας πληρωμής, οι αρνητικές ψήφοι διαμαρτυρίας ('protest votes') θα πρέπει να διαχωριστούν από τις πραγματικές αρνήσεις ('clear no answers' ή 'true no answers' ή 'genuine no answers'). Στη βιβλιογραφία δεν υπάρχουν ξεκάθαρα συμφωνημένα και καθορισμένα κριτήρια για το διαχωρισμό αυτό. Διαχρονικά, οι απαντήσεις διαμαρτυρίας εξαιρούνται από την ανάλυση και δεν υπολογίζονται στην εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής (Mitchell & Carson, 1989; Bowker & Didychuk, 1994; Bennett et al., 1998; Meyerhoff & Liebe, 2008; Ahmad, 2009; Frey & Pirscher, 2019). Σύμφωνα με μια εκδοχή, οι ψήφοι διαμαρτυρίας μπορεί να ερμηνευτούν ως διαμαρτυρία των ερωτώμενων σε σχέση με την κατανομή του

κόστους των προτεινόμενων λύσεων αλλά και την ίδια την απόρριψη του προτεινόμενου υποθετικού σεναρίου και της κατάστασης που αυτό περιγράφει (Meyerhoff & Liebe 2006). Σύμφωνα με τους Kotchen & Reiling (2000) και Bateman et al. (2002) οι ψήφοι διαμαρτυρίας δεν αντανakλούν την πραγματική αξία που οι ερωτώμενοι αποδίδουν στο μη αγοραίο αγαθό. Όμως με τη ψήφο αυτή θέλουν να δηλώσουν τη διαμαρτυρία τους για κάποιο τμήμα ή κάποια διαδικασία που παρουσιάστηκε στην υποθετική αγορά ή στο σενάριο. Επίσης, οι ψήφοι διαμαρτυρίας μπορεί να μην αφορούν κάποια οικονομική αδυναμία από πλευράς ερωτώμενων για την καταβολή του ποσού στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής (Kotchen & Reiling, 2000). Σε σχέση με τις πραγματικές ψήφους διαμαρτυρίας των ερωτώμενων, αυτές μπορούν να αφορούν απαντήσεις που σχετίζονται με τη μη άντληση κάποιας χρησιμότητας από την υποθετική αγορά ή έναν εισοδηματικό περιορισμό (Lo & Jim, 2015).

Κατά την εφαρμογή της 'CVM' θα πρέπει να ληφθούν υπόψη μια σειρά από μεροληπτικότητες ή στρεβλώσεις ('biases') (Pearce & Turner, 1990; Carson et al., 1996; Cummings et al. 1997; Venkatachalam, 2004; Armbrrecht, 2014; Louviere et al., 2000; Hanley et al., 2001; Bateman et al., 2002; Andreopoulos et al., 2015; Damigos et al., 2016; Damigos et al., 2017). Οι μεροληπτικότητες αυτές μπορούν επηρεάσουν περισσότερο ή λιγότερο την ορθή εφαρμογή της μεθόδου ενώ ταξινομούνται σύμφωνα με τις παρακάτω κατηγορίες:

- **Μεροληπτικότητες στρατηγικής ('Strategic biases')**

Στην περίπτωση αυτή ο συμμετέχων στην έρευνα απαντά στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής με μη αντικειμενικό ή ειλικρινή τρόπο. Δηλαδή, μπορεί να δηλώσει συνειδητά ένα μεγαλύτερο ή μικρότερο ποσό από αυτό που πραγματικά θα ήταν διατεθειμένος να πληρώσει. Συνέπεια της στρατηγικής μεροληπτικότητας μπορεί να είναι η ύπαρξη ακραίων τιμών, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν με τη σειρά τους την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής. Μια τέτοια συμπεριφορά των ερωτώμενων μπορεί να αποδοθεί στην υποθετική φύση της ερώτησης της προθυμίας πληρωμής αφού αυτή παρουσιάζει ένα σενάριο ή μια υποθετική

αγορά. Σε αυτή την περίπτωση ο ερωτώμενος μπορεί να μην κληθεί να πληρώσει το ποσό που δήλωσε ότι επιθυμεί. Ή εάν το πράξει τότε είναι πιθανό να πληρώσει ένα ποσό που να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και το οποίο μπορεί να διαφέρει σε σχέση με αυτό που δήλωσε κατά τη διεξαγωγή της έρευνας. Επίσης, ο ερωτώμενος μπορεί να θεωρήσει ότι κάποια άλλα άτομα θα είναι πρόθυμα να πληρώσουν σύμφωνα με το υποθετικό σενάριο. Αποτέλεσμα είναι να δηλώσει μικρότερο ποσό στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής ('free rider'). Πολλές φορές το φαινόμενο αυτό εμφανίζεται όταν το εισόδημα του ερωτώμενου δεν ανταποκρίνεται στο ύψος του ποσού που δήλωσε στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής (Spash, 2008). Η 'CVM' αφορά την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής σε περιπτώσεις αναβάθμισης της περιβαλλοντικής ποιότητας ή στην προθυμία αποδοχής ('willingness to accept') σε περιπτώσεις υποβάθμισης της περιβαλλοντικής ποιότητας. Οι Pearce & Moran (1994) εστιάζουν στη συμπεριφορά (προθυμία) των ερωτώμενων πριν και μετά την αλλαγή. Δηλαδή, αναφέρονται στο εάν η δηλωθείσα συμπεριφορά θα εξακολουθήσει να ισχύει και μετά την αλλαγή στην ποιότητα ή και στην ποσότητα του υπό διερεύνηση αγαθού ή υπηρεσίας. Κατά συνέπεια, εάν οι ερωτώμενοι είναι πρόθυμοι να δείξουν την ίδια συμπεριφορά, τότε η μεροληψία αυτή μπορεί να έχει μηδενική αρνητική επίδραση στην εφαρμογή της μεθόδου.

- **Μεροληπτικότητες σχεδιασμού ('Design biases')**

Οι μεροληπτικότητες αυτές προκύπτουν από τον φτωχό ή ανοργάνωτο σχεδιασμό της έρευνας. Ενδεικτικά, μπορεί να προκύψουν από το ίδιο το ερωτηματολόγιο (π.χ., δομή), τη διατύπωση της ερώτησης της προθυμίας πληρωμής, από το μέγεθος του δείγματος. Η μεροληπτικότητα στο σχεδιασμό διακρίνεται στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- **Σφάλματα του σημείου εκκίνησης ('Starting point biases').** Η περίπτωση αυτή αφορά το ύψος του ποσού που παρουσιάζεται στους ερωτώμενους. Ένα υψηλό ποσό εκκίνησης μπορεί να προκαλέσει σχεδιαστική στρέβλωση της έρευνας. Το γεγονός αυτό, μπορεί να συμπαρασύρει τον ερωτώμενο να δηλώσει με τη

σειρά του ένα μεγαλύτερο ποσό στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Άμεση συνέπεια είναι η εκτίμηση μιας μέσης τιμής προθυμίας πληρωμής που να μην αντικατοπτρίζει την πραγματική προθυμία πληρωμής των ερωτώμενων. Εάν αυτό ισχύει, τότε έχει υπερ-εκτιμηθεί η περιβαλλοντική αξία του υπό διερεύνηση αγαθού ή υπηρεσία. Αντίστοιχα, μια χαμηλή τιμή εκκίνησης στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής, μπορεί να συμπαρασύρει τον ερωτώμενο με αποτέλεσμα μια χαμηλότερη μέση τιμή προθυμίας πληρωμής. Στην περίπτωση αυτή έχει υπό-εκτιμηθεί η περιβαλλοντική αξία του υπό διερεύνηση αγαθού ή υπηρεσία.

- **Σφάλματα του μέσου πληρωμής ('Vehicle' or 'Payment biases').** Εδώ, το μέσο πληρωμής ('vehicle payment') ενδέχεται να επηρεάσει το ποσό που δηλώνει ο ερωτώμενος ότι είναι πρόθυμος να πληρώσει. Δημοφιλείς τρόποι πληρωμής σε έρευνες 'CVM' αποτελούν ή άμεση πληρωμή, η πληρωμή μέσω φορολογίας, ένα εισιτήριο εισόδου. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι ο τρόπος πληρωμής μέσω φορολογίας αποφεύγεται σε αντίστοιχες έρευνες αφού είναι πιθανό να 'φοβίσουν' ή να αποθαρρύνουν ή να εκνευρίσουν τον ερωτώμενο. Αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα την πιθανή συμπλήρωση μικρού αριθμού ερωτηματολογίων και περιορισμένη δυνατότητα στατιστικής επεξεργασίας των δεδομένων της έρευνας.
- **Σφάλματα πληροφόρησης ('Information biases').** Η περίπτωση αυτή αφορά τη μη επαρκή παροχή πληροφοριών έτσι ώστε ο ερωτώμενος να αντιληφθεί επαρκώς και με ακρίβεια το αντικείμενο της έρευνας και την αντίστοιχη ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Σε πολλές περιπτώσεις, ιδιαίτερα σε έρευνες πεδίου, οι ερωτώμενοι δεν έχουν εξειδικευμένες γνώσεις ή εξοικείωση με επιστημονικούς όρους και έννοιες ή πρότερη εμπειρία στη συμπλήρωση

ερωτηματολογίων για επιστημονική έρευνα. Κατά συνέπεια, ενδέχεται να εκτιμηθεί μια προθυμία πληρωμής λιγότερο αξιόπιστη.

- **Μεροληπτικότητες υπόθεσης ('Hypothetical biases')**

Οι έρευνες που αφορούν την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής προσπαθούν να προσομοιώσουν μια υποθετική αγορά σε μη εμπορεύσιμα, μη αγοραία αγαθά ή υπηρεσίες. Για να το επιτύχουν αυτό, δημιουργούν μια υποθετική αγορά ή παρουσιάζουν ένα υποθετικό σενάριο που να προσομοιάζει πραγματικές συνθήκες όπως αυτές που χαρακτηρίζουν το υπό διερεύνηση αγαθό ή υπηρεσία, δηλαδή σαν να υπήρχε σε μια κανονική αγορά και μπορούσε να πουληθεί ή να αγοραστεί. Η υποθετική φύση της μεθόδου μπορεί να συμπαρασύρει τον ερωτώμενο και να δηλώσει άλλη προθυμία πληρωμής σε σχέση με αυτή που θα δήλωνε εάν το αγαθό ή η υπηρεσία υπήρχε σε μια πραγματική αγορά. Μέσα από την ερώτηση της προθυμίας πληρωμής διερευνάται και εκτιμάται η δεδηλωμένη προθυμία του ερωτώμενου που ιδανικά θα ήταν η ίδια με αυτή που θα έδειχνε σε πραγματικές συνθήκες. Μια επιλογή για την εξακρίβωση της 'ρεαλιστικότητας' των δεδηλωμένων απαντήσεων είναι η σύγκρισή τους με αντίστοιχες σε αντικείμενο και θεματικό πεδίο έρευνες που αναφέρονται στην πραγματική συμπεριφορά των ερωτώμενων. Μια τέτοια μέθοδος μπορεί να είναι η μέθοδος του κόστους ταξιδιού. Επίσης, ο τρόπος εκμαίευσης της προθυμίας πληρωμής και η ερώτηση της προθυμίας πληρωμής θα πρέπει να φέρνουν την πραγματικότητα όσο πιο κοντά επιτρέπεται στο σενάριο ή στην υποθετική αγορά που παρουσιάζεται στον ερωτώμενο.

- **Μεροληπτικότητες εφαρμογής ('Operational biases').**

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα θα πρέπει να νιώσουν άνετα με το ερωτηματολόγιο, το σκοπό του και κυρίως με την ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Ο χειρισμός και η εφαρμογή της μεθόδου έχουν ιδιαίτερη σημασία στην αντικειμενικότητα των απαντήσεων και στην επίτευξη όσο το δυνατό μεγαλύτερου βαθμού αμεροληψίας. Η ληφθείσα δεδηλωμένη απάντηση θα πρέπει να αντιπροσωπεύει καθαρά τον ίδιο τον ερωτώμενο και να ανταποκρίνεται σε μια

συμπεριφορά που θα έδειχνε σε μια πραγματική αγορά. Για την αντιμετώπιση τέτοιων πιθανών στρεβλώσεων θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στη διενέργει της έρευνας.

- **Εναντίωση στη μέθοδο.** Εδώ οι ερωτώμενοι μπορεί να δηλώσουν μια αρνητική απάντηση στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Ενδεχομένως ο ερωτώμενος με αυτόν τον τρόπο να εκφράσει τη δυσαρέσκειά του στη μέθοδο. Η αρνητική του απάντηση μπορεί να εκληφθεί ως ψήφος διαμαρτυρίας. Μια άλλη περίπτωση είναι ο ερωτώμενος να εκφράσει το μικρό ενδιαφέρον του για την έρευνα και τη συγκεκριμένη μέθοδο ή την ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Σε κάθε περίπτωση ο διαχωρισμός των αρνητικών απαντήσεων περιορίζει σε μεγάλο βαθμό μια τέτοια στρέβλωση.
- **Σφάλματα θέσης.** Σχετίζεται με τη σειρά των ερωτήσεων του δείγματος και τη συμπλήρωσή τους. Όταν είναι εφικτό και οι συνθήκες το επιτρέπουν, μπορεί να πραγματοποιηθεί διαχωρισμός του δείγματος με τις ίδιες ερωτήσεις αλλά με διαφορετική σειρά ερωτήσεων. Στη συνέχεια, μπορεί να συγκριθούν τα αποτελέσματα με τις ίδιες μεθόδους ανάλυσης δεδομένων.
- **Σφάλματα συνέντευξης.** Σχετίζεται με τη διαδικασία κατά τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Ο ερευνητής δεν θα πρέπει να επηρεάσει με κανέναν τρόπο την απάντηση κατά τη διαδικασία της συνέντευξης. Στόχος κάθε έρευνας είναι η τυχαιότητα στη επιλογή των ερωτώμενων (δείγμα) και η αντικειμενικότητα των απαντήσεων για την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων.
- **Σφάλματα κατάρτισης του δείγματος.** Το δείγμα που έχει επιλεγεί για την πραγματοποίηση της έρευνας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επιτυχή και επιστημονικά ορθή ολοκλήρωσή της. Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, το δείγμα θα πρέπει να είναι τυχαίο για την αντικειμενικότητα της έρευνας σε σχέση με την επιλογή των δυνητικών ερωτώμενων.

- **Σφάλματα μη απαντήσεων.** Εδώ σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η συμμετοχή των ερωτώμενων και ο αριθμός των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων κατάλληλων για στατιστική επεξεργασία. Οι παράγοντες που συνδράμουν στην αποφυγή τέτοιων σφαλμάτων μπορεί να είναι ο τύπος και η το είδος των ερωτήσεων, τα χαρακτηριστικά (π.χ., μορφωτικό επίπεδο, προηγούμενη εμπειρία κ.α.) και η διάθεση των ερωτώμενων (π.χ. προσωπικό ενδιαφέρον, ελκυστικότητα αντικείμενου προς διερεύνηση, χρονική στιγμή της έρευνας κ.α.). Πρακτικά, έρευνες που παρουσιάζουν μικρά ποσοστά μη συμμετοχής αυξάνουν σημαντικά τις πιθανότητες για αξιόπιστα ερευνητικά αποτελέσματα ικανοποιώντας την ανάγκη για μεγάλα δείγματα κατά την εφαρμογή οικονομετρικών μοντέλων ανάλυσης δεδομένων.

Οι παραπάνω μεροληπτικότητες ή στρεβλώσεις αποτελούν και την κριτική της μεθόδου για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής. Σε κάθε περίπτωση η εμπειρική έρευνα μέσα από καλό σχεδιασμό, τήρηση των επιστημονικών κριτηρίων και την ταυτοποίηση παραγόντων που μπορούν να επηρεάσουν σε μικρό ή μεγάλο βαθμό την εφαρμογή της μπορεί να δώσει σημαντικά και ερμηνεύσιμα αποτελέσματα. Μέσα από τα χρόνια εφαρμογής της σε μια πληθώρα επιστημονικών ερευνών η μέθοδος της υποθετικής αξιολόγησης έχει βελτιωθεί. Σημαντικά πλεονεκτήματα της μεθόδου είναι ότι μπορεί να εκτιμήσει την προθυμία πληρωμής τόσο για αξίες χρήσης όσο και για αξίες μη χρήσης προσφέροντας διαχρονικά πλήρη, εμπειριστατωμένη και τεκμηριωμένη απάντηση για τη συνολική οικονομική αξία ενός περιβαλλοντικού αγαθού ή υπηρεσίας ενώ χρησιμοποιείται για αγοραία και μη αγοραία αγαθά (Opschoor 1987, Jones 2000; Venkatachalam, 2004). Στην ίδια κατεύθυνση, οι Bookshire & Crocker (1981), Hanemann (1984), Pearce & Turner (1990), Shavell (1993), Ndebele (2009) αναφέρουν ότι η μέθοδος είναι ευέλικτη στην εφαρμογή της για προβλέψεις ('ex-ante predictions') μέσα από μεταβολές στην ποιότητα και στην ποσότητα περιβαλλοντικών αγαθών,

εκτιμά τη δεδηλωμένη προτίμηση των ερωτώμενων για μια ευρεία κατηγορία μη εμπορεύσιμων αγαθών, ενώ έχοντας βελτιωθεί τεχνικά επιστρέφει αξιόπιστα και έγκυρα αποτελέσματα από την ορθή υλοποίησή της στο πεδίο.

Μια πλειάδα εφαρμογών της εμφανίζεται στη σχετική βιβλιογραφία. Ενδεικτικά, οι Duran-Roman et al. (2021) διερεύνησαν παράγοντες που συσχετίζονται με την προθυμία πληρωμής με γνώμονα την αειφορία και την ενίσχυση της τουριστικής εμπειρίας σε έναν τόπο προορισμού. Ο Ruijgrok (2006) υπολόγισε την αξία αναψυχής και την αξία μεταβίβασης ('bequest value') για την πολιτιστική κληρονομιά, ενώ οι Pappa & Kaliampakos (2022) εκτίμησαν τις εξωτερικότητες σε ένα χειμερινό θέρετρο ('ski'). Πολλές ερευνητικές εργασίες αφορούσαν τον υπολογισμό της αξίας των προσφερόμενων οικοσυστημικών υπηρεσιών στην περίπτωση των δασών (Kniivila, 2006; Tao et al., 2012; Molina et al., 2016; Voltaire et al., 2017). Οι Andersson et al. (2012), Choi (2015) και Snowball (2005), χρησιμοποίησαν τη 'CVM' σε σχέση με φεστιβάλ και γεγονότα ('events'). Επιπρόσθετά, οι Lee & Han (2002) και Rathnayake (2016) εφάρμοσαν τη μέθοδο στην περίπτωση εθνικών πάρκων. Η μέθοδος εφαρμόστηκε επίσης και σε περιπτώσεις περιβαλλοντικών φυσικών πόρων (Jin et al., 2019; Hwang et al., 2019; Jin et al., 2019), ενώ οι Rolfe & Windle (2003) υπολόγισαν την προθυμία πληρωμής για ιστορικούς τόπους. Επίσης, η μέθοδος εφαρμόστηκε σε περιπτώσεις μνημείων και αξιοθέατων (Powe & Willis, 1996; Kling et al., 2004), μουσείων (Bedate et al., 2019), και τοποθεσίες παγκόσμιας κληρονομιάς (Del Saz Salazar et al., 2005; Kim, et al., 2007; Maddison & Mourato, 2001; Tuan & Navrud, 2008).

Στο πλαίσιο του τουρισμού η 'CVM' έχει χρησιμοποιηθεί σε μια ευρεία κλίμακα σε διαφορετικά θεματικά αντικείμενα. Ενδεικτικά, εφαρμόστηκε στην περίπτωση του τουρισμού σε ηφαίστεια Platania et al. (2022), στην εκτίμηση της αξίας αναψυχής από την παρατήρηση θαλάσσιων ειδών (Cook et al., 2020), για την εκτίμηση αξιών χρήσης σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς με έμφαση στην τουριστική διάστασή τους (Armbrecht, 2014), για την εκτίμηση της αξίας σε

τόπους προορισμού με παραδοσιακή αρχιτεκτονική (Giannakopoulou et al., 2017), για την εκτίμηση της αξίας του νερού σε σχέση με την αξία αναψυχής στην περίπτωση λιμναίων οικοσυστημάτων (Nandagiri, 2015), στην περίπτωση αστικών δασών (Majumdar, et al., 2011) και στην εκτίμηση ωφελειών από καταδύσεις σε κοραλλιογενείς υφάλους (Asafu-Adjaye & Tapsuwan, 2008).

Στην παρούσα εργασία η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής στηρίχθηκε στην υποθετική αγορά που προέκυψε από την ανάλυση σύζευξης, ενώ εφαρμόστηκε ως μέθοδος εκμαίευσης του ποσού η απλή προκαθορισμένη επιλογή, με τη μορφή εισιτηρίου εισόδου κατά άτομο και ημέρα επίσκεψης έχοντας εξαιρέσει τις ψήφους διαμαρτυρίας. Για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής εφαρμόστηκε η λογιστική παλινδρόμηση. Το ποσό της προθυμίας πληρωμής ανήλθε σε 47,33€ όπως παρουσιάζεται στο Κεφάλαιο Αποτελέσματα Έρευνας.

Η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς

Η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (ΘΣΣ) ή Theory of Planned Behaviour (‘TPB’) χρησιμοποιείται για τη διερεύνηση της εκδήλωσης μιας συμπεριφοράς για ένα αντικείμενο ή θεματικό πεδίο. Η ΘΣΣ αποτελεί συνέχεια της Θεωρίας της Αιτιολογημένης Δράσης ενώ εξελίχθηκε μέσα από ερευνητικές προσεγγίσεις και προσθήκη παραγόντων που ερμηνεύουν την πρόθεση εκδήλωσης μιας συμπεριφοράς (Ajzen, 1988; Ajzen, 1991). Η ΘΣΣ συσχετίζεται με τη συμπεριφορική επιστήμη και αποτελεί αξιόπιστη λύση στην έρευνα της πρόθεσης για την εκδήλωση μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (ενδεικτικά, Ajzen, 1991; Armitage & Conner, 1999; Chaulagain et al., 2020). Η ΘΣΣ προσπαθεί να ερμηνεύσει μια συμπεριφορά σύμφωνα με τις μεταβολές (αλλαγές) της στάσης των ανθρώπων απέναντι σε ένα αντικείμενο (Chu & Chu, 2013). Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση της πρόθεσης συμπεριφοράς σε σχέση με τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Η διερεύνηση της συμπεριφοράς σε σχέση με την τουριστική κατανάλωση αποτελεί σημαντικό πεδίο έρευνας (Dolnicar, 2015). Υποστηρικτικά, η ΘΣΣ κυριαρχεί ως μέθοδος στην ερμηνεία της συμπεριφοράς στον τομέα της

ξενοδοχείας, αναψυχής και του τουρισμού με βάση την εφαρμοσιμότητα της ('feasibility'), τη δεκτικότητα της σε διενέργεια ελέγχων ('testability'), στην καταλληλότητα της για το σκοπό χρήσης της από μεθοδολογική άποψη ('methodological suitability') και την εγκυρότητά της ('validity') (Ulker-Demirel & Ciftci, 2020).

Η διερεύνηση της συμπεριφοράς των ερωτώμενων μπορεί να πραγματοποιηθεί με βάση τους παράγοντες που επηρεάζουν το άτομο να την εκδηλώσει. Η ανάλυση των παραγόντων που τη διαμορφώνουν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη βελτίωση και την αναβάθμιση των υπηρεσιών σε έναν τόπο προορισμού. Η ΘΣΣ μελετά ενδελεχώς την ψυχολογικό-κοινωνική πλευρά της συμπεριφοράς ενός ατόμου (Armitage & Conner, 2001; Han & Stoel, 2017).

Πιο συγκεκριμένα, η πρόθεση εκδήλωσης της συμπεριφοράς, σύμφωνα με το θεωρητικό υπόβαθρο της ΘΣΣ, καθορίζονται από τη 'Στάση', τα 'Υποκειμενικά Πρότυπα' και την 'Αντίληψη του Ελέγχου της Συμπεριφοράς'. Οι τρεις αυτοί παράγοντες ασκούν επιρροή (θετική ή αρνητική) ερευνώντας την πρόθεση για την εκδήλωση ή μη μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς. Το εννοιολογικό τους περιεχόμενο ερμηνεύεται από τον Ajzen (1991). Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Ajzen (1988) ο παράγοντας 'Στάση' του ατόμου απέναντι στη συμπεριφορά αφορά στην πεποίθησή του (θετική ή αρνητική) σε σχέση με την πρόθεσή του να εκδηλώσει μια συμπεριφορά για το αντικείμενο που ερωτάται. Εάν η στάση απέναντι στη συμπεριφορά είναι θετική, τότε αναμένεται και η πρόθεση για να την εκδηλώσει να είναι ακόμη πιο θετική (Chen & Tung, 2014). Το άτομο εδώ δέχεται επιρροές από τα 'συμπεριφορικά πιστεύω' του ('behavioural beliefs').

Τα 'Υποκειμενικά Πρότυπα' αφορούν τη συμμόρφωση του ατόμου σε σχέση με τη γνώμη «σημαντικών» άλλων ανθρώπων για την πρόθεση εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (κοινωνικά πρότυπα). Οι άνθρωποι αυτοί μπορεί να αλληλοεπιδρούν με το άτομο-ερωτώμενο (κοινωνική επίδραση) ευρισκόμενοι για παράδειγμα στον περίγυρό του (π.χ. οικογενειακός ή φιλικός περίγυρος). Κατά συνέπεια, η διερεύνηση της πρόθεσης εκδήλωσης

μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς μπορεί να επηρεαστεί (θετικά ή αρνητικά) από την πεποίθηση των 'σημαντικών' αυτών άλλων ανθρώπων που βρίσκονται στον περίγυρο του ατόμου που ερωτάται (Dzewaltowski et al., 1990). Επίσης, οι πεποιθήσεις του ατόμου-ερωτώμενου μπορούν να σχετίζονται με τα πιθανά οφέλη που θα έχει από την εκδήλωση αυτής της συμπεριφοράς. Ο παράγοντας 'Υποκειμενικά Πρότυπα' του ατόμου συνδέεται με τις προσδοκίες άλλων ανθρώπων του κοινωνικού περιγύρου (τα 'σημαντικά πρόσωπα') για την πρόθεση εκδήλωσης μιας συμπεριφοράς (Tesser & Shaffer, 1990). Για παράδειγμα αναφέρεται στο τι θέλουν οι άλλοι σχετικά με την πρόθεση αλλά και την εκδήλωση της ίδιας της συμπεριφοράς του ατόμου και κατά πόσο το άτομο αυτό είναι πρόθυμο να συμμορφωθεί με τις προσδοκίες των άλλων (ενδεικτικά, οικογένεια, φίλοι, δάσκαλοι, συνάδελφοι). Δηλαδή ο παράγοντας αυτός εννοιολογικά συνδέεται με την ενδεχόμενη κοινωνική πίεση που αντιλαμβάνεται το άτομο στο να εκδηλώσει ή όχι μια συγκεκριμένη συμπεριφορά ('social pressure of execution or non-execution') (Ajen, 1991; John et al., 2010; Khan et al., 2019). Το άτομο εδώ δέχεται επιρροές από τα 'κανονιστικά πιστεύω' του ('normative beliefs'). Άτομα που συνδέονται θετικά με τον παράγοντα αυτό δείχνουν θετική πρόθεση για μια συγκεκριμένη συμπεριφορά (Han et al., 2010).

Η 'Αντίληψη του Ελέγχου της Συμπεριφοράς' σχετίζεται με τον έλεγχο που ασκεί το ίδιο το άτομο στην πρόθεση εκδήλωσης της συμπεριφοράς. Εδώ, προσμετρώνται πιθανοί καθοριστικοί παράγοντες που επιδρούν στην πρόθεση εκδήλωσης μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς. Οι παράγοντες αυτοί ασκούν επιρροή διευκολύνοντας ή παρεμποδίζοντας την πρόθεση του ατόμου. Στον παράγοντα αυτό, κυριαρχεί η ικανότητα του ατόμου να αντιληφθεί και να ασκήσει έλεγχο σε πιθανά εμπόδια ή περιορισμούς πόρων στην πρόθεση προς την εκδήλωση μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς. Αλλά αφορά και το κατά πόσο είναι δυνατό να ξεπεραστούν τα εμπόδια αυτά ώστε να υπάρχει επάρκεια πόρων στο να εκδηλώσει το άτομο τη συμπεριφορά (Castillo et al., 2020). Άτομα με μεγαλύτερη αντίληψη ελέγχου δείχνουν

ισχυρότερη πρόθεση για την εκδήλωση μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς (Lopez-Mosquera & Sanchez, 2012). Το άτομο εδώ δέχεται επιρροές από τα 'ελεγκτικά πιστεύω' του ('control beliefs').

Όπως παρατίθεται από την Αποστολάκη (2007), στη ΘΣΣ ο παράγοντας 'Αντίληψη του Ελέγχου της Συμπεριφοράς' φαίνεται να διαδραματίζει τον ισχυρότερο ρόλο στην πρόθεση εκδήλωσης τη συμπεριφοράς και στην ίδια τη συμπεριφορά (Armitage et al. 1999, 2001), ενώ ο παράγοντας 'Υποκειμενικά Πρότυπα' σε πολλές έρευνες θεωρείται ο πιο αδύναμος προβλεπτικός παράγοντας της πρόθεσης (Armitage & Conner, 2001). Αξίζει να αναφερθεί ότι η Θεωρία της Αιτιολογημένης Δράσης εξελίχθηκε με την προσθήκη του παράγοντα 'Αντίληψη του Ελέγχου της Συμπεριφοράς' δίνοντας μια πληρέστερη εικόνα στην μελέτη της συμπεριφορικής επιστήμης (Ajzen, 1991; Shee & Wu, 2008).

Τέλος, η 'Πρόθεση' για την συμπεριφορά έγκειται στη διερεύνηση της πιθανότητας εκδήλωσής της και αποτελεί το τελευταίο στάδιο πριν την εκδήλωση της ίδιας της συμπεριφοράς. Όσο πιο ισχυρή είναι η πρόθεση ενός ατόμου, τόσο αυξάνεται η πιθανότητα εκδήλωσης της πραγματικής συμπεριφοράς (Ajzen & Fishbein, 1980). Παράλληλα, σύμφωνα με τη ΘΣΣ όταν τα άτομα πιστεύουν ότι έχουν μικρό ατομικό έλεγχο πάνω στην εκδήλωση της συμπεριφοράς, τότε θα δείξουν λιγότερο ισχυρή πρόθεση απέναντι στη συμπεριφορά ακόμη και στην περίπτωση που οι 'Στάσεις' και τα 'Υποκειμενικά Πρότυπα' είναι θετικά απέναντι στην πρόθεση (Madden et al., 1992).

Η ερμηνευτική δύναμη των παραγόντων που τη συνθέτουν, η δυνατότητα επέκτασής της, ο συνδυασμός με άλλες ερευνητικές μεθόδους, καθώς και η διαχρονικότητά της σε πλήθος θεματικών πεδίων επέτρεψε την εφαρμογή της σε ένα μεγάλο εύρος ερευνών με διαφορετικό αντικείμενο (Mathieson, 1991; Fishbein & Ajzen, 2010; Steinmetz et al., 2016). Αναφέρονται ενδεικτικά οι Chatzisarantis et al. (2005) και η Αποστολάκη (2007) σε σχέση με τις παραμέτρους μιας φυσικής άσκησης, οι Xu et al. (2024) και Shan et al. (2019) στην εκτίμηση της προθυμίας

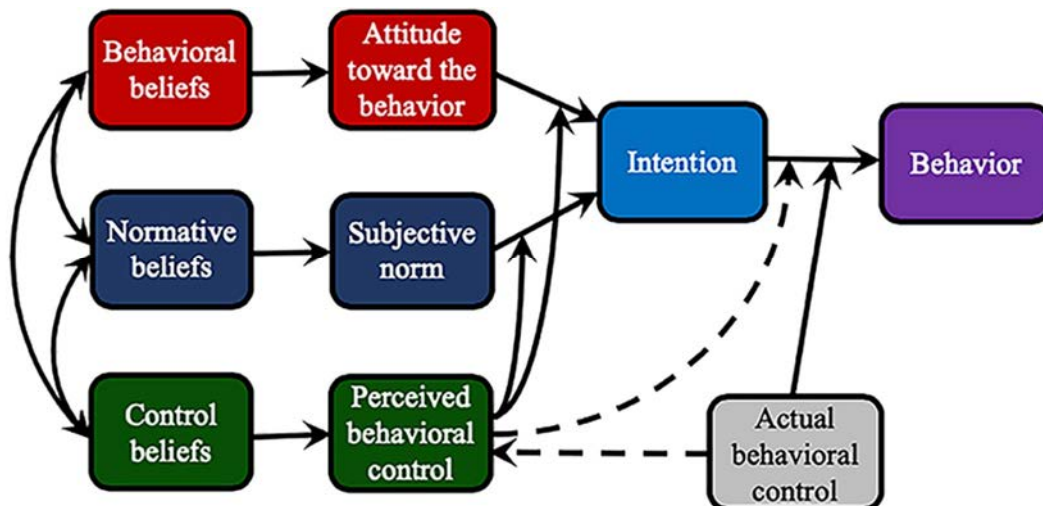
πληρωμής για τη διαχείριση φυσικών οικοσυστημάτων, οι Du et al. (2023) στην εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής για τη συμμετοχή σε δραστηριότητες για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, οι Harland et al. (1999) στη συμπεριφορά σε σχέση με τη χρήση της ενέργειας, οι Aparna et al. (2024) στον τομέα της υγείας, οι Li et al. (2024) σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς, ο Fu (2024) στη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον ταξιδιωτικών μέσων, οι Samus et al. (2023) σε πρακτικές διατήρησης της βιοποικιλότητας, οι Lee et al. (2023) στη χρήση ηλεκτροκίνητων οχημάτων, οι Ali et al. (2023) στη χρήση μαζικών μέσων μεταφοράς, οι Carasso et al. (2024) στη λήψη εμβολίου για την αντιμετώπιση της λοίμωξης COVID-19, οι Wang et al. (2023) για τη διερεύνηση της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, οι Rastegari et al. (2023) για τη διαχείριση απορριμμάτων στον τομέα των τροφίμων, οι Shi et al. (2017a) και οι Shi et al. (2017b) στη διερεύνηση της συμπεριφοράς για τη μείωση της ρύπανσης του αέρα, οι Kurata et al. (2022) στην ετοιμότητα για την πρόληψη πυρκαγιών, οι Kureshi & Thomas (2019) για τη διαδικτυακή λιανική πώληση τροφίμων και οι Norman et al. (1999) για τη διακοπή του καπνίσματος.

Η ΘΣΣ έχει εφαρμοστεί σε περιπτώσεις που αφορούν στη διερεύνηση της πρόθεσης προς μια συμπεριφορά ή στην εκδήλωση της ίδιας της συμπεριφοράς στην εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Πιο συγκεκριμένα, η ΘΣΣ έχει εφαρμοστεί για την πρόβλεψη της επανεπίσκεψης ('revisit intention/actual behaviour') σε τουριστικό προορισμό (Al Ziadat, 2015; Soliman, 2019), για την επιλογή τόπων προορισμού (Phetvaroon, 2006; Lam & Hsu, 2005), για τη διερεύνηση της ευχαρίστησης και της ικανοποίησης στις διακοπές (Bigne et al., 2005) για τη συμμετοχή σε προγράμματα πιστοποίησης βιώσιμου τουρισμού (Schultz, 2014), σε θέματα ιατρικού τουρισμού (Boguszewicz-Kreft et al., 2020), για τη συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής (Ajzen & Driver, 1991), για το διεθνή τουρισμού (Lam & Hsu, 2004), στη διαχείριση κινδύνου σε τουριστικές περιοχές (Gstaettner et al., 2017), στον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς (Zhang et al., 2020), στη διερεύνηση της πρόθεσης για επίσκεψη σε ξενοδοχεία φιλικά στο περιβάλλον

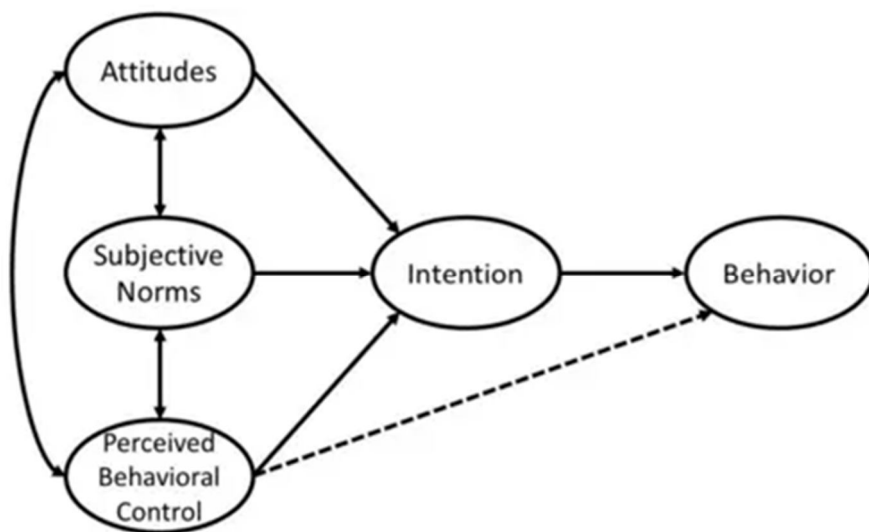
(Han et al., 2010; Wu et al., 2024) και στην πρόθεση των τουριστών να επισκεφθούν έναν τόπο προορισμού στη μέτα COVID-19 εποχή (Pahrudin et al., 2021), για την επίσκεψη σε έναν προορισμό κατά τη διάρκεια της 'έξαρσης της πανδημίας με τη λοίμωξη COVID-19 (Sánchez-Cañizares et al., 2021) και τον κίνδυνο και την αβεβαιότητα στη λήψη της απόφασης για ένα ταξίδι (Quintal et al., 2010).

Παρόλο που το ευρύ πεδίο δράσης της ΘΣΣ έχει δεχτεί γόνιμη και δημιουργική κριτική που συνέβαλε στην εξέλιξή της, η ΘΣΣ ασχολείται με τους παράγοντες που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την πρόθεση ή την εκδήλωση (πράξη) μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς. Η πρόθεση προηγείται της εκδήλωσης της συμπεριφοράς αφού αποτελεί τον κυρίαρχο παράγοντα πρόβλεψής της. Σύμφωνα με τους Sniehotta et al. (2014) η ΘΣΣ υλοποιείται στη βάση μιας λογικής αιτιολόγησης ('rational reasoning'), ενώ απουσιάζουν από την εφαρμογή της ο υποσυνείδητος παράγοντας, άλλες μεταβλητές που συνδέονται με τον συνειρμό και τον παρορμητισμό, τα αισθήματα του ατόμου, και τα ιδιωτικά πρότυπα ('individual standards'). Επίσης, οι Yuzhanin & Fisher (2016) σημειώνουν ότι η μέθοδος δεν συμπεριλαμβάνει κίνητρα που ταυτίζονται με το υποσυνείδητο ('unconscious motives') και τις αυθόρμητες επιλογές, ενώ οι Perugini & Bagozzi (2001) σημειώνουν ότι η ΘΣΣ δεν λαμβάνει υπόψη τις επιθυμίες των ατόμων. Σύμφωνα με τους Ajzen & Driver (1992) και Lam & Hsu (2004), στην ερμηνεία της ανθρώπινης συμπεριφοράς οι επιθυμίες μπορούν να συνδέονται με την προηγούμενη συμπεριφορά που έχει εκδηλώσει ένα άτομο ή να εκφράζουν τα κίνητρά του μέσα από την κατάσταση που βρίσκεται το μυαλό του. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι για την υλοποίηση της ΘΣΣ δεν απαιτείται η προσθήκη και άλλων διερευνητικών παραγόντων για την πρόβλεψη με ακρίβεια της πιθανότητας ή για την εκδήλωση της ίδιας της συμπεριφοράς ('assumption of sufficiency') (Ajzen, 1988; Ajzen, 2020).

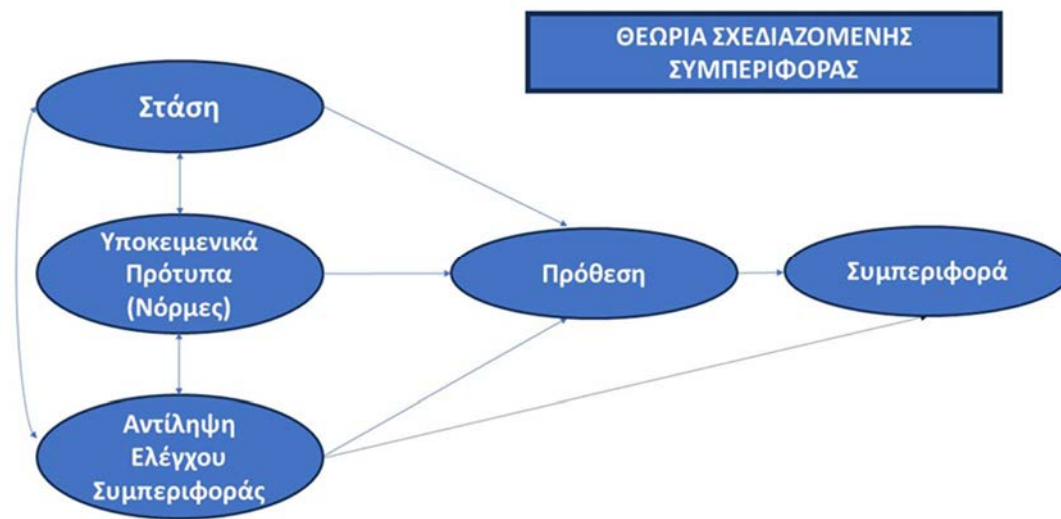
Στα Σχήματα 2, 3, και 4 παρουσιάζονται διαγραμματικά η σύνδεση των παραγόντων που σχετίζονται με την πραγματική εκδήλωση της συμπεριφοράς.



Σχήμα 2. Διαγραμματική αποτύπωση της Θεωρίας της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (Πηγή: Ajzen (2019)).



Σχήμα 3. Θεωρία Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (Πηγή: Ajzen (1991))



Σχήμα 4. Θεωρία Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (Πηγή: Ajzen (1991), ίδια επεξεργασία)

Με βάση τη ΘΣΣ όπως διατυπώθηκε από τον Ajzen (1991) η παρούσα εργασία εξετάζει την πρόθεση των επισκεπτών στην περιοχή έρευνας για να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας. Για το λόγο αυτό κατασκευάστηκε δομικό μοντέλο ανάλυσης λαμβάνοντας υπόψη τη συν - διακύμανση ('Covariance Based Structural Equation Modelling', CB-SEM) των επεξηγηματικών μεταβλητών 'Στάσεις', 'Υποκειμενικά Πρότυπα' και 'Αντίληψη του Ελέγχου της Συμπεριφοράς'. Οι παράγοντες αυτοί ελέγχονται για τη θετική ή αρνητική τους σχέση με την 'Πρόθεση' για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Στην περίπτωση αυτή διενεργείται πρώτα Επιβεβαιωτική Ανάλυση Παραγόντων ('Confirmatory Factor Analysis', CFA) και στη συνέχεια ακολουθεί η Ανάλυση Μονοπατιού ('Path Analysis'). Τα βήματα αυτά χρησιμοποιούνται για την επιβεβαίωση ή μη της ΘΣΣ ('testing theory') όπως αυτή διατυπώνεται για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, οι υποθέσεις που καλούνται να επιβεβαιωθούν ή όχι είναι οι ακόλουθες:

Υπόθεση 1 – H1: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ της 'Στάσης' απέναντι στη συμπεριφορά και την 'Πρόθεση Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς'

Υπόθεση 2 – H2: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ του 'Υποκειμενικού Προτύπου' και την 'Πρόθεση Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς'

Υπόθεση 3 – H3: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ του 'Αντιλαμβανόμενου Ελέγχου της Συμπεριφοράς' και τη 'Πρόθεση Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς'

Τα δομικά αυτά μοντέλα εξισώσεων αποτελούν μια διαδεδομένη και ευέλικτη επιλογή για την εφαρμογή τους σε εμπειρικά δεδομένα για μια πλειάδα επιστημονικών πεδίων (Mueller & Hancock, 2018; Ullman & Bentler, 2003). Χρησιμοποιούνται για την κατανόηση 'λανθανουσών' παραγόντων ('constructs' ή 'factors' ή 'latent variables' ή 'unobserved variables') οι οποίοι προκύπτουν από μια σειρά άλλων επιμέρους μεταβλητών ('measures' ή 'observed indicators' ή 'observed variables'), χρησιμοποιώντας μια επιβεβαιωτική ('confirmatory') αντί για μια εξηγηματική ('explanatory') προσέγγιση στο σχηματισμό των παραγόντων (Dash & Paul, 2021). Πρακτικά, μπορεί να θεωρηθεί ως μια ανάλυση που στηρίζεται στο συνδυασμό της ανάλυσης παραγόντων και στην πολλαπλή παλινδρόμηση ('multiple regression analysis') ταυτόχρονα (Hair Jr et al., 2017a; Haenlein & Kaplan, 2004). Ουσιαστικά αυτά τα μοντέλα εξισώσεων εξετάζουν τις σχέσεις μεταξύ των διερευνητικών 'λανθανουσών' μεταβλητών μέσα από την ανάλυση μονοπατιού. Ένα ελάχιστο μέγεθος δείγματος πρέπει να περιέχει 200 παρατηρήσεις (Dash & Paul, 2021). Πριν την ανάλυση μονοπατιού, τα μοντέλα μέτρησης των 'λανθανουσών' μεταβλητών ('measurement models') πρέπει να ελεγχθούν ως προς την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους μέσα από την επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων που πάντα προηγείται (Mueller & Hancock, 2018; Hair Jr et al., 2017b; Malhotra et al., 2006; Dash & Paul, 2021).

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ένας επιμέρους στόχος της παρούσας εργασίας είναι η ενσωμάτωση της κοινωνικο-ψυχολογικής διάστασης στην επιβεβαίωση ή μη των παραπάνω υποθέσεων μέσα από το θεωρητικό υπόβαθρο που προσφέρει η ΘΣΣ ('theory testing & confirmation').

Για το λόγο αυτό επιλέχθηκε η συν-διακύμανση των παραγόντων στα δομικά μοντέλα εξισώσεων σε σχέση με άλλες επιλογές όπως η ανάλυση μέσω Μερικών Ελαχίστων Τετραγώνων ('Partial Least Square Structural Equation Modelling', PLS SEM) με τη χρήση δομικών μοντέλων εξισώσεων ('SEM'). Η μέθοδος 'PLS SEM' εστιάζει στην πρόβλεψη και στην ανάπτυξη θεωριών ('prediction & theory development') (Hair et al., 2017a).

Οι δύο αυτές επιλογές δεν δρουν ανταγωνιστικά αλλά συμπληρωματικά ανάλογα με το σκοπό της ανάλυσης. Για παράδειγμα, εάν η υπάρχουσα θεωρία χρειάζεται να ελεγχθεί και να επιβεβαιωθεί, τότε κατάλληλη είναι η μέθοδος 'CB SEM'.

Εάν ο ερευνητικός σκοπός είναι κυρίως η πρόβλεψη ή η ανάπτυξη της θεωρίας, τότε προτιμότερη είναι η μέθοδος 'PLS SEM' (Hair et al., 2017a). Ιδιαίτερα, η εκτεταμένη χρήση των μοντέλων 'CB SEM' συντέλεσε στη βελτίωσή τους και στη λήψη αξιόπιστων αποτελεσμάτων (Hair et al., 2014).

Ενδεικτικά, η επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων στη μέθοδο 'CB SEM', επιτρέπει την αμοιβαία συνδυακύμανση των 'λανθανουσών' μεταβλητών με αποτέλεσμα τη λήψη ποσοτικών μετρήσεων ('quantitative assessments') για την αξιολόγηση της συγκλίνουσας και διακρίνουσας εγκυρότητας του υπό διερεύνηση μοντέλου (Hair et al., 2014). Επίσης, η συνδυακύμανση αυτή ('congeneric covariance') επιτρέπει τη λήψη βέλτιστων τιμών συσχετίσεων ('correlations') μεταξύ των 'λανθανουσών' μεταβλητών ταυτόχρονα (Bagozzi & Yi, 2012; Hair et al., 2010; Wang & Wang, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Εφαρμογή της Ανάλυσης Σύζευξης

Η Ανάλυση Σύζευξης χρησιμοποιήθηκε για τον καθορισμό εκείνων των χαρακτηριστικών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος που μεγιστοποιούν την προτίμηση του ερωτώμενου. Τα χαρακτηριστικά αυτά και τα αντίστοιχα επίπεδά τους συνθέτουν ένα υποθετικό τουριστικό προϊόν ευεξίας για το οποίο οι ερωτώμενοι εξέφρασαν την προτίμησή τους με βάση την προσωπική τους κρίση.

Στην παρούσα ερευνητική εργασία το προτεινόμενο τουριστικό προϊόν συγκροτήθηκε από τέσσερεις παράγοντες: 'Χρόνος Επίσκεψης', 'Διάρκεια Επίσκεψης', 'Σκοπός Επίσκεψης' και 'Τύπος Δραστηριοτήτων'. Στον Πίνακα 1 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά και τα αντίστοιχα επίπεδά τους.

Πίνακας 1. Χαρακτηριστικά υποθετικού τουριστικού προϊόντος.

Χαρακτηριστικά - Παράγοντες (Factors/Attributes)	Επίπεδα (Levels)
Χρόνος Επίσκεψης	1. Νοέμβριος – Μάρτιος
	2. Απρίλιος – Ιούνιος
	3. Ιούλιος - Αύγουστος
	4. Σεπτέμβριος – Οκτώβριος
Διάρκεια Επίσκεψης	1. 1-7 ημέρες
	2. 8-14 ημέρες
	3. 15+ ημέρες
Σκοπός Επίσκεψης	1. Κύριος σκοπός, το κίνητρο της επίσκεψης, είναι ο τουρισμός ευεξίας

Τύπος Δραστηριοτήτων	2. Δευτερεύον σκοπός ο τουρισμός
	ευεξίας ενώ πραγματοποιώ ένα
	ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού
	(π.χ. τουρισμός αναψυχής,
	επιχειρηματικός τουρισμός)
	1. Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	2. Ψυχική & πνευματική ανάταση –
	Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και
	καθημερινότητα)
	3. Φυσική δραστηριότητα και
	Ψυχική/πνευματική ανάταση

Για την υλοποίησή της ανάλυσης δημιουργήθηκε ένα σχέδιο ορθογώνιων κυρίων επιδράσεων ('orthogonal main-effect plan') με τη χρήση του στατιστικού πακέτου IBM SPSS 29. Η προσέγγιση αυτή επέτρεψε την εισαγωγή στην ανάλυση μόνο των κύριων επιδράσεων μεταξύ των χαρακτηριστικών και των επιπέδων τους που συνέθεσαν το προτεινόμενο τουριστικό προϊόν (Kuhfeld et al., 1994; Green et al., 2001; Hair et al., 2006; Σιώμκος & Βασιλικοπούλου, 2005). Συνεπώς, στην παρούσα ανάλυση παρουσιάστηκαν στους ερωτώμενους δεκαέξι (16) συνδυασμοί χαρακτηριστικών (προφίλ) (Πίνακας 2). Εάν δεν είχε ακολουθηθεί η προσέγγιση αυτή, οι πιθανοί συνδυασμοί των χαρακτηριστικών με βάση τα επίπεδα που συνθέτουν το κάθε ένα χαρακτηριστικό θα ήταν $4 \times 3 \times 2 \times 3 = 72$ συνδυασμοί για να εκδηλώσουν οι ερωτώμενοι την προτίμησή τους. Ένας τέτοιος μεγάλος αριθμός θα προκαλούσε σύγχυση, εκνευρισμό και πιθανή άρνηση συμμετοχής στην έρευνα. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, σε μια

ανάλυση σύζευξης τα άτομα δυσκολεύονται να απαντήσουν αξιόπιστα σε περισσότερες από δεκαέξι ερωτήσεις (Permain et al., 1991).

Πίνακας 2. Συνδυασμοί χαρακτηριστικών που παρουσιάστηκαν στους ερωτώμενους.

	Χρόνος επίσκεψης	Διάρκεια Επίσκεψης (ημέρες)	Σκοπός επίσκεψης	Τύπος Δραστηριοτήτων Τουρισμού Ευεξίας
1	Ιούλιος - Αύγουστος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
2	Νοέμβριος – Μάρτιος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση
3	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση

4	Απρίλιος – Ιούνιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί	
			δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση
5	Ιούλιος - Αύγουστος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί	
			δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
6	Απρίλιος – Ιούνιος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο	Ψυχική & πνευματική ανάταση
			κύριος λόγος επίσκεψης	– Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και καθημερινότητα)
7	Νοέμβριος – Μάρτιος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί	
			δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση

			πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	
8	Νοέμβριος – Μάρτιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
9	Απρίλιος – Ιούνιος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
			Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
10	Απρίλιος – Ιούνιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
			Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Ψυχική & πνευματική ανάταση – Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και καθημερινότητα)
11	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα και
12	Ιούλιος - Αύγουστος	15+		

				Ψυχική/πνευματική ανάταση
			Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί	Ψυχική &
			δευτερεύοντα σκοπό	πνευματική ανάταση
			επίσκεψης, πραγματοποιώ	– Αποφόρτιση από
13	Ιούλιος - Αύγουστος	1-7	ένα ταξίδι άλλου	στρες/άγχος (π.χ.,
			πρωταρχικού σκοπού (π.χ.	από ευθύνες,
			τουρισμός αναψυχής,	εργασία και
			επιχειρηματικός τουρισμός)	καθημερινότητα)
				Φυσική
14	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο	δραστηριότητα –
			κύριος λόγος επίσκεψης	Σωματική άσκηση
				Ψυχική &
				πνευματική ανάταση
				– Αποφόρτιση από
15	Νοέμβριος – Μάρτιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο	στρες/άγχος (π.χ.,
			κύριος λόγος επίσκεψης	από ευθύνες,
				εργασία και
				καθημερινότητα)
				Φυσική
16	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο	δραστηριότητα και
			κύριος λόγος επίσκεψης	Ψυχική/πνευματική
				ανάταση

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ιεράρχησαν από το 1 έως το 16 τους συνδυασμούς που τους παρουσιάστηκαν. Με τον αριθμό 1 δηλώθηκε από τους ερωτώμενους ο συνδυασμός που αντιπροσώπευσε την περισσότερο προτιμητέα για αυτούς επιλογή. Με τον αριθμό 16 δηλώθηκε από τους ερωτώμενους ο συνδυασμός που αντιπροσώπευσε τη λιγότερο προτιμητέα για αυτούς επιλογή. Τα χαρακτηριστικά του προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος μπορούν να συγκριθούν μεταξύ τους με γνώμονα τη μέση σημαντικότητά τους. Μεγαλύτερες τιμές μέσης σημαντικότητας αντιστοιχούν σε μεγαλύτερη δεδηλωμένη προτίμηση. Η συνολική χρησιμότητα του συνδυασμού των χαρακτηριστικών του προτεινόμενου προϊόντος που μεγιστοποιεί την προτίμηση των ερωτώμενων προκύπτει από τον άθροισμα της χρησιμότητας εκείνου του επιπέδου του κάθε χαρακτηριστικού με τη μεγαλύτερη τιμή. Στον υπολογισμό της χρησιμότητας δεν αντιστοιχεί κάποιο όριο που να χαρακτηρίζει ως υψηλή ή χαμηλή την τιμή που υπολογίστηκε. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός που υπολογίζεται, τόσο μεγαλύτερη είναι και η συνολική χρησιμότητα που αποδίδεται από τους ερωτώμενους.

Εφαρμογή της Μεθόδου της Υποθετικής Αξιολόγησης

Η Μέθοδος Υποθετικής Αξιολόγησης χρησιμοποιήθηκε για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής ('willingness to pay') των ερωτώμενων για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Στη 'CVM', η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής πραγματοποιείται με άμεσο τρόπο. Στην παρούσα εργασία, η 'CVM' χρησιμοποιήθηκε για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής των ερωτώμενων για τον συνδυασμό εκείνων των χαρακτηριστικών του προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος που προέκυψε από τις προτιμήσεις τους, όπως δηλώθηκαν από τους ίδιους, στην ανάλυση σύζευξης.

Για το σκοπό αυτό οι ερωτώμενοι απάντησαν σε μια διχοτομική ερώτηση για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής με 'ΝΑΙ' ή 'ΟΧΙ' ('single bound dichotomous choice'). Το 'ΝΑΙ' δηλώνει την προθυμία του ερωτώμενου να καταβάλει χρηματικό αντίτιμο για την ανάπτυξη υπηρεσιών

τουρισμού ευεξίας. Το 'ΟΧΙ' δηλώνει την άρνηση του ερωτώμενου να πληρώσει για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας.

Με βάση τη διχοτομική φύση της ερώτησης της προθυμίας πληρωμής κατασκευάστηκε ένα μοντέλο λογιστικής παλινδρόμησης. Κατά συνέπεια, η εξαρτημένη μεταβλητή του μοντέλου είναι διχοτομική ('ΝΑΙ'/'ΟΧΙ'). Το 'ΝΑΙ' της κατάφασης στην προθυμία πληρωμής κωδικοποιήθηκε με 1. Το 'ΟΧΙ' της άρνησης στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής κωδικοποιήθηκε με 0.

Στη βιβλιογραφία συναντάται ευρέως η παρακάτω εξίσωση της λογιστικής παλινδρόμησης (Εξίσωση 6):

$$\ln(odds) = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots b_k X_k \quad (6)$$

όπου, α: είναι ο σταθερός όρος

$b_1, b_2, \dots b_k$: οι συντελεστές των ανεξάρτητων μεταβλητών $X_1, X_2 \dots X_k$

Η ποσότητα $\ln(odds)$ περιέχει τις τιμές της εξαρτημένης μεταβλητής με τη μορφή του λογαρίθμου των odds, δηλαδή του λογαρίθμου που προκύπτει από τη σχέση:

$$odds = \frac{Pr\ ob}{1-Pr\ ob} \quad (7)$$

Στον Τύπο 7, η ποσότητα 'Prob' φανερώνει την πιθανότητα ('probability') εμφάνισης του χαρακτηριστικού που μετρά η ανάλυση. Αντίθετα, η ποσότητα '1-Prob' δείχνει την πιθανότητα απουσίας του χαρακτηριστικού που ενδιαφέρει την ανάλυση. Στην παρούσα έρευνα η πιθανότητα εμφάνισης του χαρακτηριστικού ισοδυναμεί με την 'εμφάνιση' της θετικής προθυμίας πληρωμής στο δείγμα. Δηλαδή, πρακτικά ισοδυναμεί με τις απαντήσεις 'ΝΑΙ' των ερωτώμενων στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Οι διερευνητικές μεταβλητές στην εξίσωση της λογιστικής παλινδρόμησης μπορεί να είναι συνεχείς, κατηγορικές ή συνδυασμός τους.

Η εξαρτημένη μεταβλητή κωδικοποιήθηκε ως 'WTP' ('Willingness to Pay'). Οι διερευνητικές μεταβλητές του μοντέλου της λογιστικής παλινδρόμησης κωδικοποιήθηκαν ως εξής:

- ‘bid’: το προσφερόμενο ποσό για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας σε Euro (€).
- ‘edu’: τα χρόνια εκπαίδευσης του ερωτώμενου.
- ‘income’: το εισόδημα του ερωτώμενου σε Euro (€).
- ‘age’: η ηλικία των ερωτώμενων σε χρόνια.

Πιστεύετε ότι ο τουρισμός ευεξίας μπορεί να μεταφέρει στον επισκέπτη ένα μήνυμα:

- για την προστασία της περιοχής μέσα από τη δική του υπεύθυνη συμπεριφορά (για παράδειγμα ρύπανση & καθαριότητα).
 - ‘envirovar1’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ
- για τη σημασία της αειφορίας μέσα από την αξιοποίηση των φυσικών πόρων.
 - ‘envirovar2’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.

Πιστεύετε ότι ο τουρισμός ευεξίας θα μπορούσε να συνδράμει:

- στην ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων από πλευράς προσωπικού.
 - ‘skills’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.
- στη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης τουριστικής εμπειρίας.
 - ‘quality’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.
- στον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος (σε σχέση με άλλες μορφές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή, όπως αλιευτικός τουρισμός).
 - ‘tourproduct’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.
- στη δημιουργία νέων υποδομών (όπως μαρίνα για σκάφη αναψυχής/γιωτ).
 - ‘facilities’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.
- στην ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων όπως επισιτιστικές επιχειρήσεις με τοπικά προϊόντα (γαστρονομία).
 - ‘entrepreneurship’: Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.

Έχετε επισκεφτεί ξανά την περιοχή;

- εάν ο ερωτώμενος έχει επισκεφθεί την περιοχή έρευνας ξανά:

- 'loyal': Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.

Έχετε επισκεφθεί και χρησιμοποιήσει στο παρελθόν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας, όπως υπηρεσίες φυσικής ενδυνάμωσης (fitness) ή ψυχικής ανάτασης/αποφόρτισης από στρες και άγχος (σε οποιαδήποτε περιοχή);

- εάν ο ερωτώμενος έχει επισκεφθεί και χρησιμοποιήσει στο παρελθόν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας σε οποιαδήποτε περιοχή.

- 'welltour': Διχοτομική μεταβλητή με 1: ΝΑΙ, 2: ΟΧΙ.

Ποια είναι η διάρκεια της επίσκεψής σας στην περιοχή έρευνας;

- 'stay': ημέρες διανυκτερεύσεων

Κατά την στατιστική ανάλυση των δεδομένων για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής, οι απαντήσεις των ερωτώμενων που εξέφρασαν άρνηση ('ΟΧΙ') στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής διαχωρίστηκαν σε πραγματικές αρνητικές ψήφους ('clear no answers' ή 'genuine no responses') και σε ψήφους διαμαρτυρίας ('protest votes'). Ο διαχωρισμός των αρνητικών απαντήσεων σε πραγματικές αρνητικές ψήφους και σε ψήφους διαμαρτυρίας είναι επιβεβλημένος για τον ορθό υπολογισμό της προθυμίας πληρωμής (Hanley et al., 2006).

Εφαρμογή της Θεωρίας Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς

Αναγκαία για την εκπλήρωση του ερευνητικού σκοπού της παρούσας εργασίας, η Θεωρία της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς (ΘΣΣ) προσέφερε ερμηνεύσιμα αποτελέσματα που αφορούν στη συμπεριφορά του ατόμου σε σχέση με τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας.

Για την εφαρμογή της ΘΣΣ εφαρμόστηκε η Επιβεβαιωτική Ανάλυση Παραγόντων ('Confirmatory Factor Analysis', CFA) και στη συνέχεια η Ανάλυση Μονοπατιού ('Path Analysis', PA). Ο συνδυασμός των δύο αυτών αναλύσεων συνιστά την κατασκευή ενός Δομικού Μοντέλου Εξισώσεων ('Structural Equation Modelling', SEM) για τον έλεγχο (επιβεβαίωση ή απόρριψη) των υποθέσεων που ακολουθούν:

Υπόθεση 1 – H1: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ της ‘Στάσης’ απέναντι στη συμπεριφορά και της ‘Πρόθεσης Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς’

Υπόθεση 2 – H2: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ του ‘Υποκειμενικού Προτύπου’ και της ‘Πρόθεσης Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς’

Υπόθεση 3 – H3: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ του ‘Αντιλαμβανόμενου Ελέγχου της Συμπεριφοράς’ και της ‘Πρόθεσης Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς’

Η συλλογή των δεδομένων από τις προσωπικές συνεντεύξεις στο πεδίο της έρευνας και η υλοποίηση της ανάλυσης πραγματοποιήθηκε με βάση την επταβάθμια κλίμακα Likert, όπου 1=Διαφωνώ ισχυρά και 7=Συμφωνώ ισχυρά (Παράρτημα Α, Μέρος Δ ερωτηματολογίου, ερωτήσεις από Δ1 έως Δ13).

Αρχικά εφαρμόστηκε η ‘CFA’ για την επαλήθευση των μοντέλων μέτρησης (‘measurement models’) και των αντίστοιχων ‘λανθανουσών’ ή μη παρατηρούμενων μεταβλητών (‘latent’ ή ‘unobserved’ variables) που σχηματίστηκαν από τις επιμέρους μεταβλητές του ερωτηματολογίου που μετρήθηκαν κατά τη συλλογή των δεδομένων στην έρευνα.

Η επαλήθευση της ‘CFA’ πραγματοποιήθηκε με βάση τους ελέγχους για την αξιοπιστία (‘reliability’) και την εγκυρότητα της (‘validity’) (He & Yusop, 2020). Παράλληλα, μια σειρά από δείκτες κατά την εφαρμογή της ανάλυσης χρησιμοποιήθηκαν για την ερμηνεία της στατιστικής σημαντικότητας των αποτελεσμάτων και της καλής προσαρμογής του μοντέλου.

Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε η ανάλυση μονοπατιού για την επαλήθευση ή την απόρριψη των υποθέσεων H1, H2 και H3 όπως περιγράφηκαν πιο πάνω. Στην ‘ΡΑ’ χρησιμοποιήθηκαν η ‘Στάση’ απέναντι στη Συμπεριφορά, τα ‘Υποκειμενικά Πρότυπα’ και η ‘Αντίληψη Ελέγχου της Συμπεριφοράς’ ως ανεξάρτητες διερευνητικές μεταβλητές (‘exogenous variables’) για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Ως εξαρτημένη μεταβλητή χρησιμοποιήθηκε η ‘Πρόθεση

Εκδήλωσης Συμπεριφοράς' του ερωτώμενου ('endogenous variable') για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας.

Η σχηματιζόμενη μεταβλητή 'Στάσεις' απέναντι στη συμπεριφορά συντίθεται από τις επιμέρους μεταβλητές *'Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια ευχάριστη εμπειρία', 'Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια επωφελή εμπειρία', και 'Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια ασφαλή εμπειρία'.*

Η σχηματιζόμενη μεταβλητή 'Υποκειμενικά Πρότυπα' αποτελείται από τις επιμέρους μεταβλητές *'Σημαντικοί άνθρωποι για μένα πιστεύουν ότι θα έπρεπε να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας', 'Σημαντικοί άνθρωποι για μένα με ενθαρρύνουν να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας', και 'Σημαντικοί άνθρωποι για μένα αναμένουν ότι θα χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας'.*

Τη σχηματιζόμενη μεταβλητή 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς' απαρτίζουν οι επιμέρους μεταβλητές *'Αν θα χρησιμοποιήσω ή όχι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας εξαρτάται αποκλειστικά από εμένα', 'Έχω την ευκαιρία να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας', 'Έχω την οικονομική δυνατότητα να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας', και 'Έχω το χρόνο να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας'.*

Η σχηματιζόμενη μεταβλητή 'Πρόθεση Συμπεριφοράς' αποτελείται από τις επιμέρους μεταβλητές *'Προτίθεται να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας', 'Θέλω να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας', και 'Σχεδιάζω να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας'.*

Οι μεταβλητές αυτές χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή δομικών μοντέλων εξισώσεων για την εκπλήρωση του ερευνητικού σκοπού της παρούσας εργασίας. Οι αναλύσεις που αφορούν στη 'CFA' και στην 'PA' πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση του στατιστικού πακέτου IBM SPSS Analysis of Moment Structures (AMOS) 29 Graphics.

Περιορισμοί Έρευνας και Νέες Ερευνητικές Ευκαιρίες

Κάθε εμπειρική έρευνα συχνά δημιουργεί ευκαιρίες για νέες ερευνητικές προσπάθειες αλλά εναπόκειται και σε περιορισμούς.

Η παρούσα ερευνητική εργασία θα μπορούσε να αποτελέσει ένα ενδεικτικό παράδειγμα για την εφαρμογή των μεθοδολογιών της και σε άλλες μορφές τουρισμού όπως είναι ο τουρισμός κρουαζιέρας, ο αγροτουρισμός και ο θαλάσσιος τουρισμός. Επίσης, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ερευνητικά σε τόπους προορισμού με παρόμοια χαρακτηριστικά, εντός ή εκτός της Ελλάδας. Παράλληλα, η χρήση των διερευνητικών μεταβλητών και των χαρακτηριστικών του προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων και εμπλουτισμού κάθε σχετικής αναπτυξιακής προσπάθειας.

Επιπρόσθετα, παρόλο που η παρούσα εργασία δεν στοχεύει άμεσα στη διερεύνηση πιθανών ανισοτήτων στην περιοχή αναφοράς ή και στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, τα αποτελέσματα θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε εξειδικευμένες έρευνες της οικονομικής και περιφερειακής επιστήμης για το σκοπό αυτό.

Η παρούσα ερευνητική εργασία πραγματοποιήθηκε από τον Ιούνιο έως και τον Οκτώβριο του έτους 2021. Η κρίση της πανδημίας λόγω του ιού SARS-COV-2 και οι περιορισμοί ή/και η επιφυλακτικότητα των ταξιδιωτών λόγω της λοίμωξης COVID-19 αποτέλεσε μια αντικειμενική παράμετρος στη διεξαγωγή της έρευνας στο πεδίο και στη συλλογή όσο το δυνατό μεγαλύτερου αριθμού πλήρως συμπληρωμένων ερωτηματολογίων.

Παράλληλα, λόγω των συνθηκών η έρευνα απευθύνθηκε σε Έλληνες πολίτες και σε επισκέπτες που διανυκτέρευσαν για μία ή περισσότερες βραδιές στην περιοχή. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η εμπειρία προηγούμενων ετών δείχνει ότι οι αλλοδαποί επισκέπτες είναι περιορισμένοι. Η κατάσταση αυτή ενισχύθηκε από την έξαρση της πανδημίας. Επίσης, η έρευνα δεν

απευθύνθηκε σε άτομα των οποίων η κατοικία βρίσκεται στα διοικητικά όρια της Περιφερειακής Ενότητας Φθιώτιδας.

Θα ήταν σκόπιμο να αναφερθεί ότι τα χαρακτηριστικά και οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν θα μπορούσαν να διαφοροποιηθούν ανάλογα με τη μοναδικότητα και την ιδιαιτερότητα κάθε περιοχής έρευνας, το θεματικό πεδίο και τα ερευνητικά ενδιαφέροντα, την υφιστάμενη κατάσταση, το χρονικό διάστημα της έρευνας, τα ερωτηματολόγια και τον τύπο των ερωτήσεων τους, την επιστημονική κρίση του ερευνητή, την ακολουθούμενη μεθοδολογία και στατιστική-οικονομετρική ανάλυση, καθώς και τη σχετική βιβλιογραφία.

Για το λόγο αυτό τα χαρακτηριστικά, οι ιδιότητες και οι μεταβλητές που υιοθετούνται δημιουργούν μια ποικιλομορφία ερευνητικών αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων. Με τον τρόπο αυτό, τα υπό διερεύνηση μεγέθη και τα αντίστοιχα αποτελέσματα, προσδίδουν μια μοναδικότητα σε σχέση με τα φαινόμενα ή τις υποθέσεις που εξετάζονται. Προάγεται έτσι η επιστημονική έρευνα και γνώση καθώς και η ολιστική προσέγγιση των μεθοδολογιών που χρησιμοποιούνται. Παράλληλα, δημιουργούνται νέα ερευνητικά ερωτήματα που χρήζουν νέας ερευνητικής προσέγγισης με διαφορετικές μεθοδολογίες και μοντέλα ανάλυσης δημιουργώντας έτσι τη διάθεση για μια διαρκή ερευνητική αναζήτηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

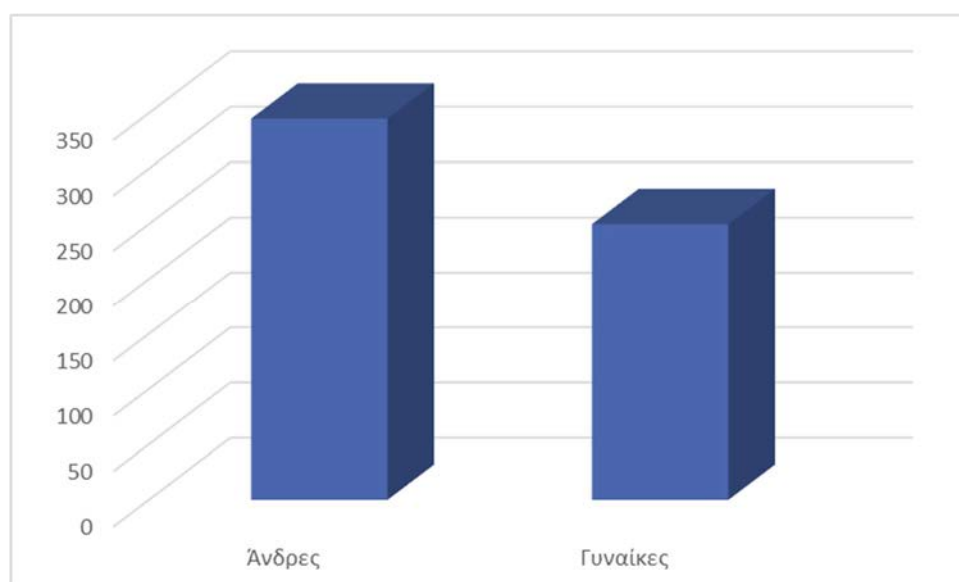
Κοινωνικο-δημογραφικά Στατιστικά

Τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά της παρούσας ανάλυσης αφορούσαν το φύλο, την ηλικία, το επίπεδο μόρφωσης, το εισόδημα και την απασχόληση. Από την επεξεργασία των δεδομένων προέκυψε ότι στην έρευνα συμμετείχαν 345 άνδρες και 250 γυναίκες. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι (311) ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα των 31 - 40 ετών. Η αμέσως συχνότερη ηλικιακή ομάδα είναι αυτή μεταξύ 41-50 ετών με 154 ερωτώμενους. Πτυχιούχοι Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (ΑΕΙ) δήλωσαν ότι είναι 183 από τους 595 ερωτώμενους. Επίσης, το εισόδημα 212 ερωτώμενων κυμάνθηκε μεταξύ 1501€ και 2000€ ενώ η αμέσως μεγαλύτερη συχνότητα απαντήσεων σημειώθηκε στην εισοδηματική κατηγορία των 1001-1500€ με 165 συμμετέχοντες. Στην έρευνα, 182 συμμετέχοντες δήλωσαν ότι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες ενώ η αμέσως πολυπληθέστερη κατηγορία ήταν αυτή των ιδιωτικών υπαλλήλων με 165 συμμετέχοντες. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι κατοικούν μόνιμα στη Βοιωτία (131). Ακολουθεί η Αττική με 111 ερωτώμενους, ενώ μόνιμη κατοικία στην Εύβοια δήλωσαν 97 άτομα.

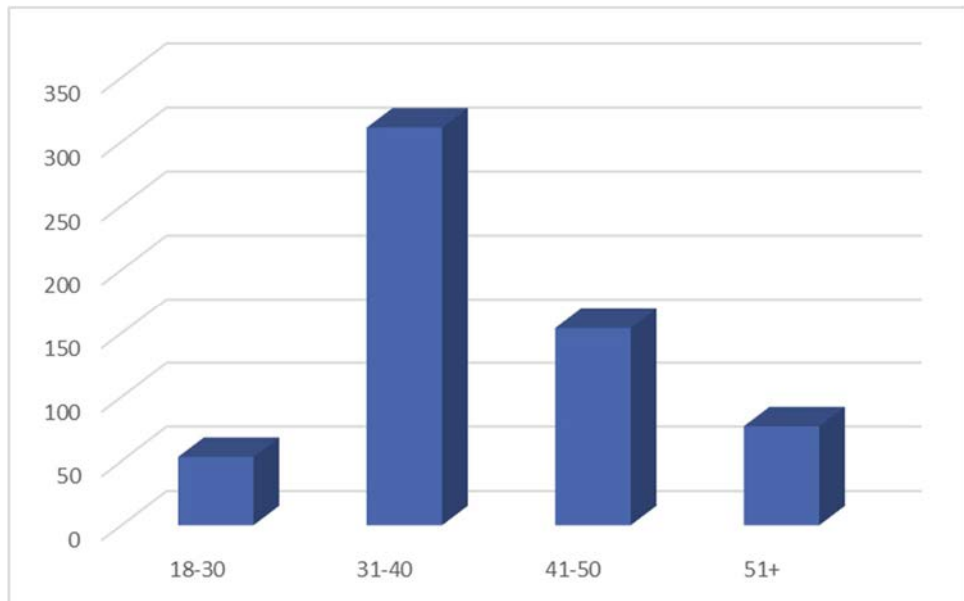
Αθροιστικά, 335 ερωτώμενοι είναι πτυχιούχοι Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης ενώ 465 συμμετέχοντες είναι από 31 έως 50 ετών. Κάτοχοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού Τίτλου Σπουδών δήλωσαν ότι κατέχουν 73 άτομα. Επιπρόσθετα, 16 ερωτώμενοι δήλωσαν ότι έχουν εισόδημα μεγαλύτερο από 2500€, ενώ 22 συμμετέχοντες δήλωσαν ότι είναι Αγρότες και 11 ερωτώμενοι ότι είναι Άνεργοι.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι στην έρευνα συμμετείχαν νέοι και μεσήλικες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Το γεγονός αυτό συντέλεσε στη συλλογή των 595 πλήρως συμπληρωμένων ερωτηματολογίων, κατάλληλων για στατιστική επεξεργασία και ανάλυση από ένα σύνολο 688 ερωτηματολογίων. Στα Σχήματα 5 έως 10 που ακολουθούν παρουσιάζονται γραφικά τα

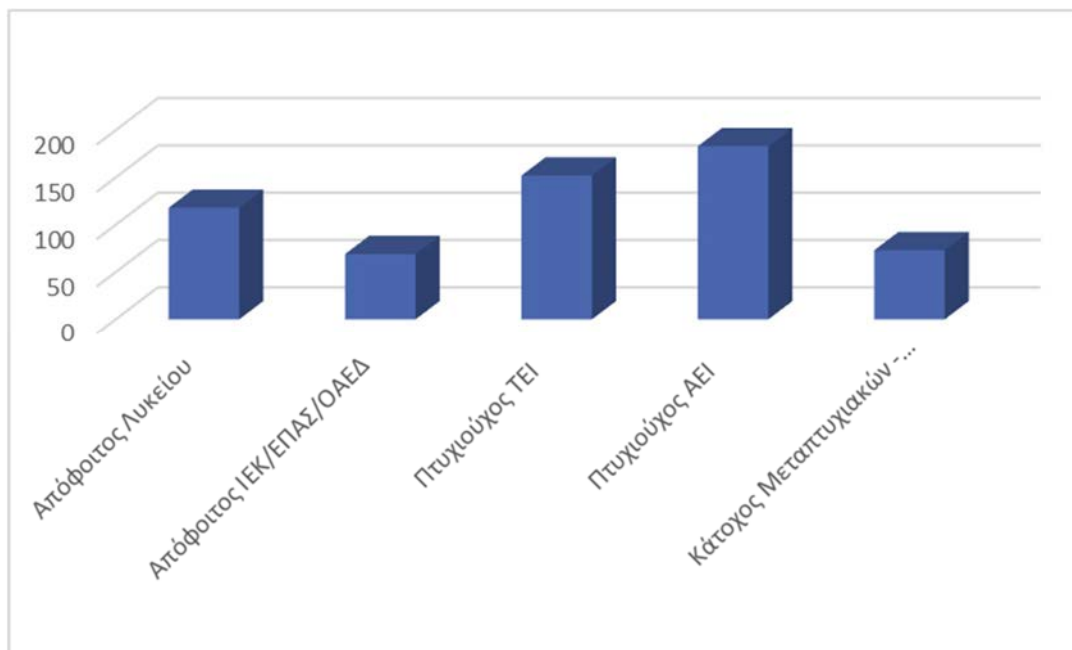
δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των 595 ερωτώμενων. Στο ερωτηματολόγιο συμπεριλήφθηκαν και ερωτήσεις που αφορούσαν στο αν οι ερωτώμενοι έχουν επισκεφθεί την περιοχή έρευνας στο παρελθόν, εάν έχουν χρησιμοποιήσει υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας σε οποιαδήποτε περιοχή, τον λόγο επίσκεψης στην περιοχή έρευνας και τη διάρκεια διαμονής τους (Σχήματα 11 έως 16). Από τους 595 συμμετέχοντες, οι 371 δήλωσαν ότι έχουν επισκεφθεί την περιοχή ξανά στο παρελθόν. Από αυτούς, 171 άτομα δήλωσαν ότι έχουν επισκεφθεί την περιοχή έρευνας από 1 έως 2 φορές. Σε σχέση με τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας, 334 ερωτώμενοι δήλωσαν ότι δεν έχουν χρησιμοποιήσει στο παρελθόν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας. Αναφορικά με το λόγο επίσκεψης στην περιοχή έρευνας, 277 ερωτώμενοι δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν την περιοχή για τουρισμό αναψυχής. Σχετικά με τα περιθώρια βελτίωσης των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας, 203 ερωτώμενοι δήλωσαν ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης, ενώ 51 άτομα δήλωσαν ότι δεν υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης.



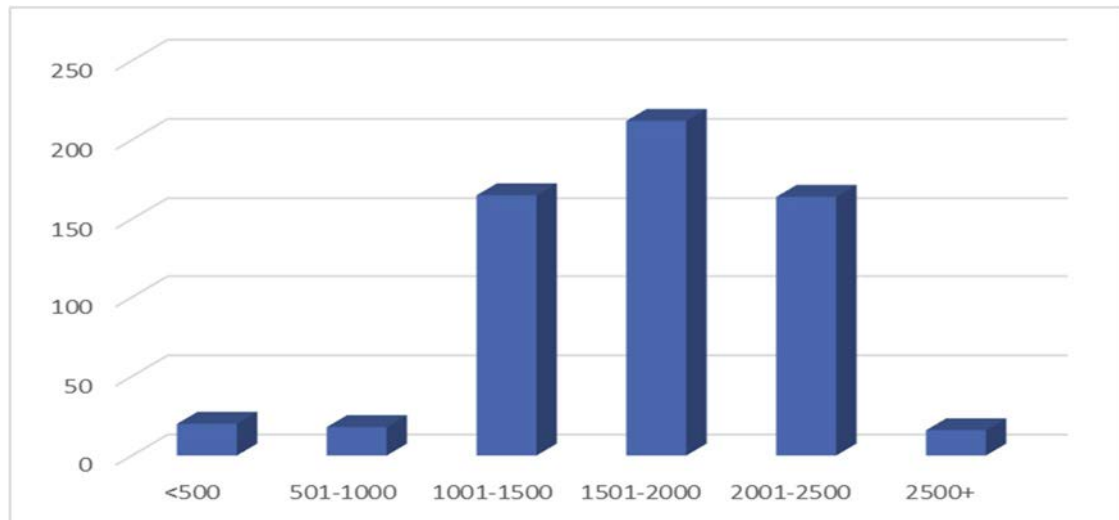
Σχήμα 5. Κατανομή ερωτώμενων κατά φύλο.



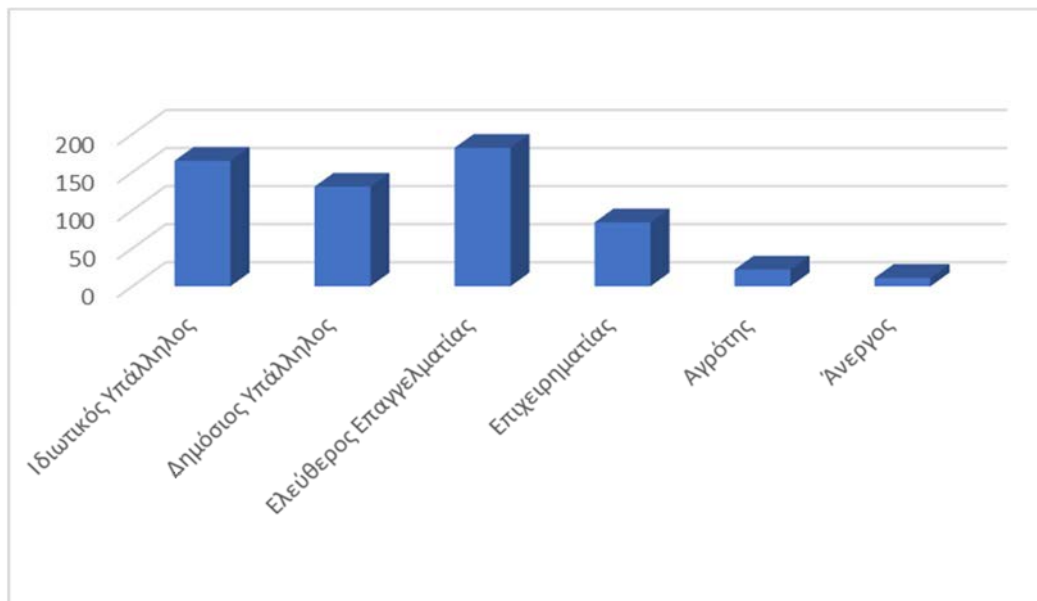
Σχήμα 6. Ηλικιακές ομάδες ερωτώμενων.



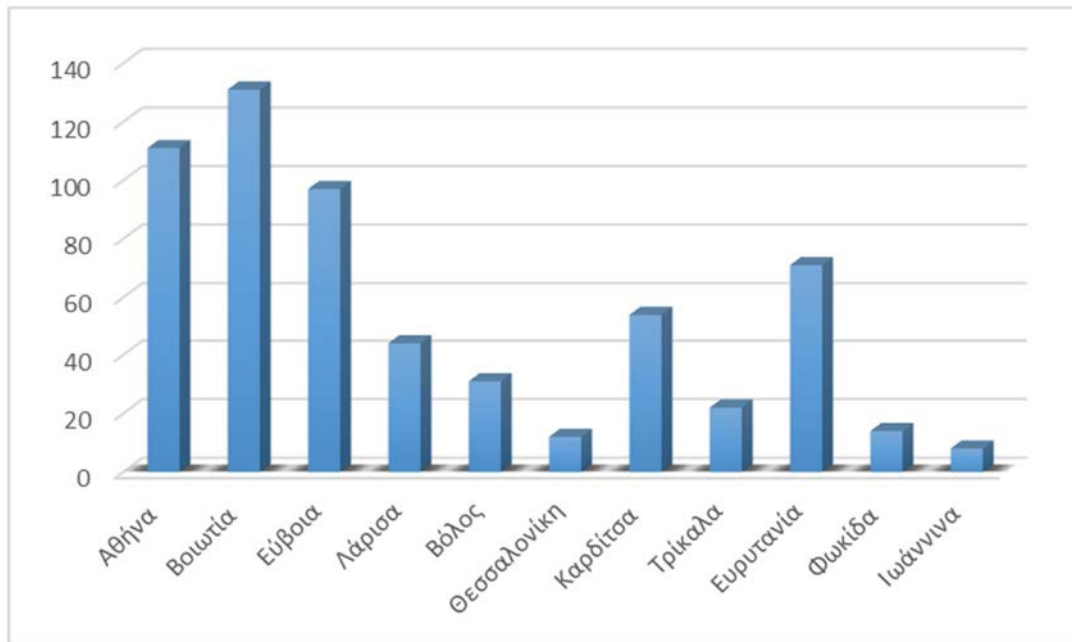
Σχήμα 7. Μορφωτικό επίπεδο (εκπαίδευση) ερωτώμενων.



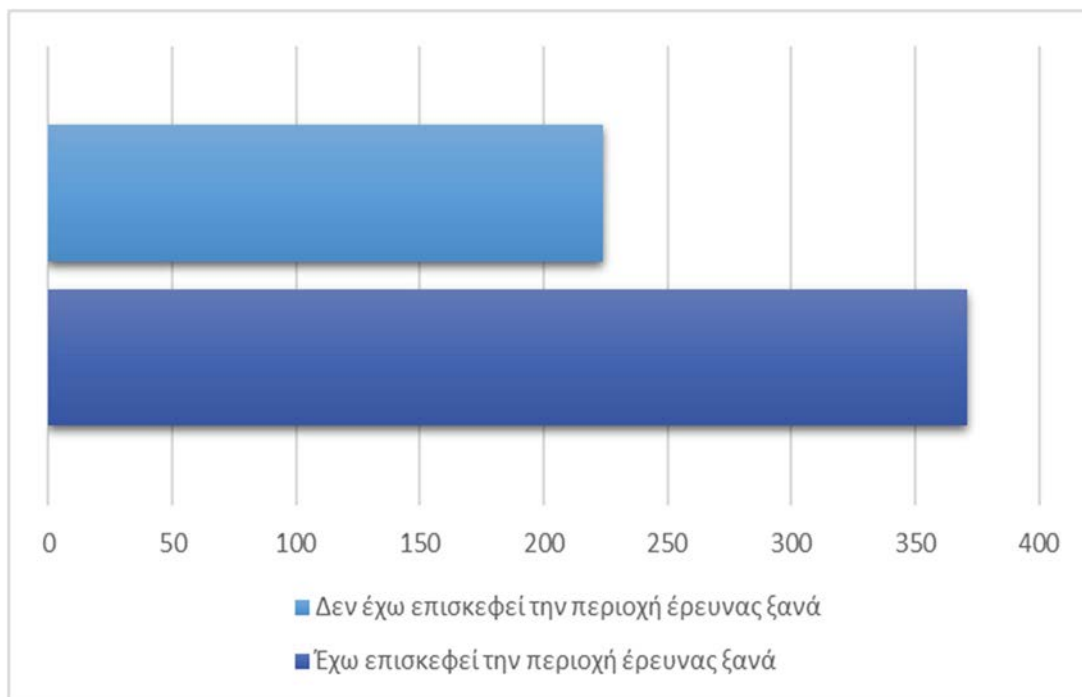
Σχήμα 8. Εισοδηματικές κατηγορίες ερωτώμενων.



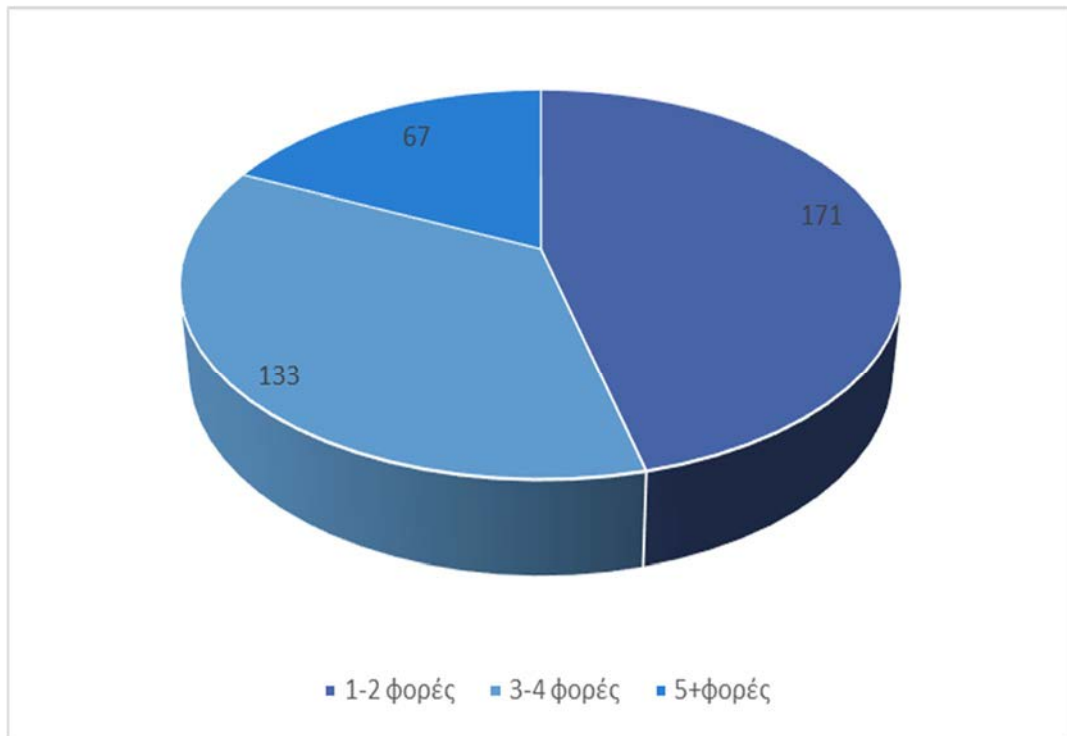
Σχήμα 9. Επαγγελματική απασχόληση ερωτώμενων.



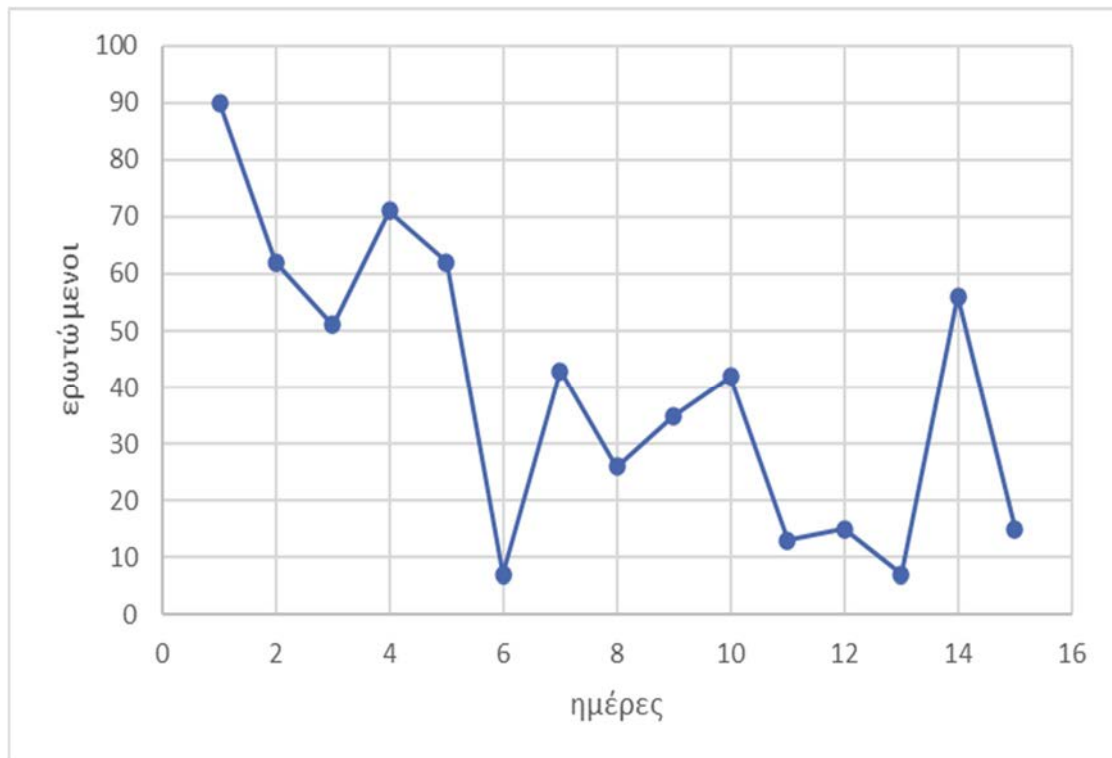
Σχήμα 10. Περιοχή μόνιμης κατοικίας ερωτώμενων.



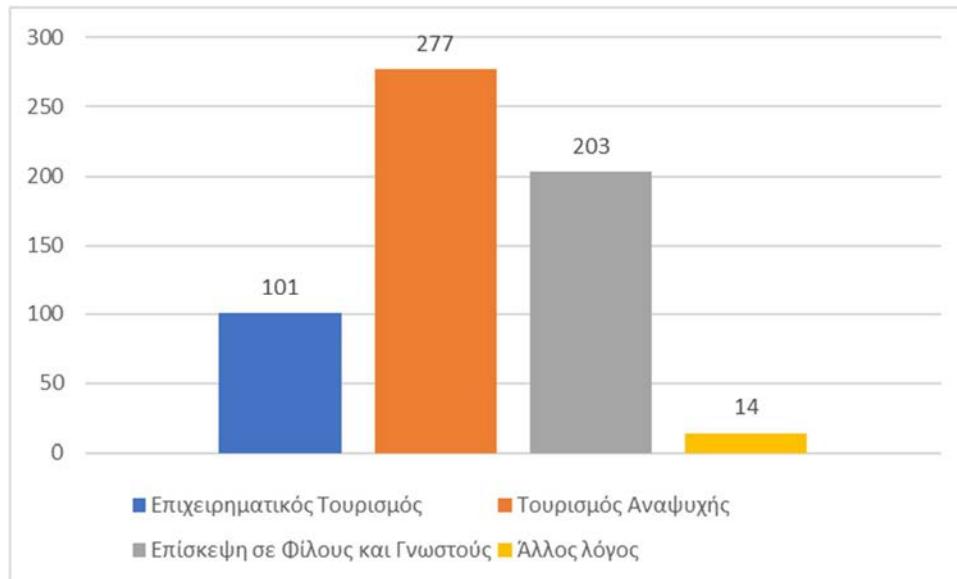
Σχήμα 11. Επίσκεψη στην περιοχή έρευνας κατά το παρελθόν.



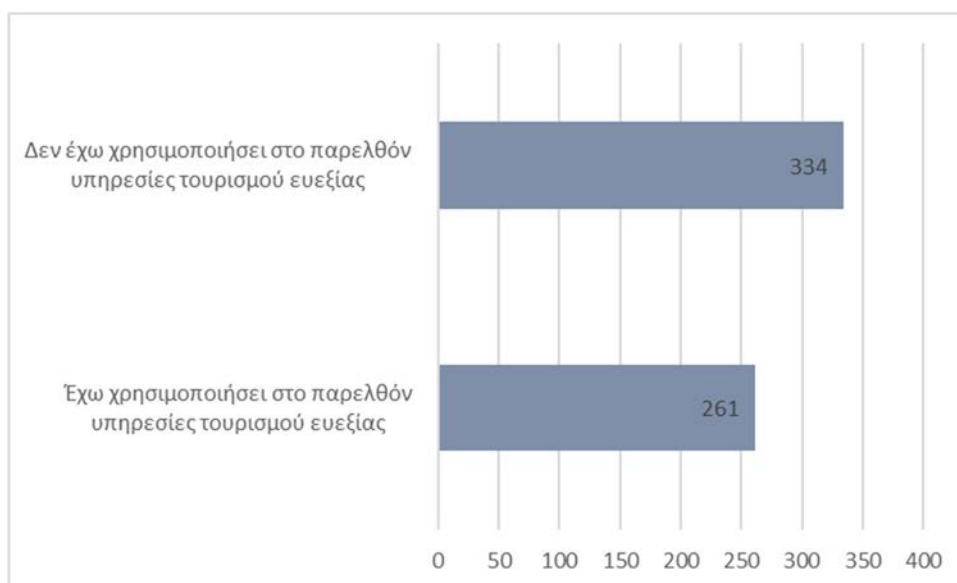
Σχήμα 12. Αριθμός επισκέψεων στην επιρροή έρευνας κατά το παρελθόν.



Σχήμα 13. Αριθμός διανυκτερεύσεων στην περιοχή έρευνας.



Σχήμα 14. Λόγος επίσκεψης στην περιοχή έρευνας.



Σχήμα 15. Χρήση υπηρεσιών ευεξίας στο παρελθόν σε οποιαδήποτε περιοχή.



Σχήμα 16. Περιθώρια βελτίωσης στην περιοχή έρευνας.

Αποτελέσματα Ανάλυσης Σύζευξης

Στην ανάλυση σύζευξης χρησιμοποιήθηκαν τέσσερα χαρακτηριστικά με τα αντίστοιχα επίπεδά τους. Με βάση αυτά τα χαρακτηριστικά και την κρίση των ερωτώμενων υπολογίστηκε η συνολική χρησιμότητα που αντλούν από το προτεινόμενο (υποθετικό) τουριστικό προϊόν. Στον Πίνακα 3 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι αρνητικές τιμές δεν υποδηλώνουν απόρριψη ή αρνητική απάντηση αλλά μικρότερη προτίμηση (Bretton-Clark, 1987a; Bretton-Clark, 1987b).

Πίνακας 3. Αποτελέσματα ανάλυσης σύζευξης.

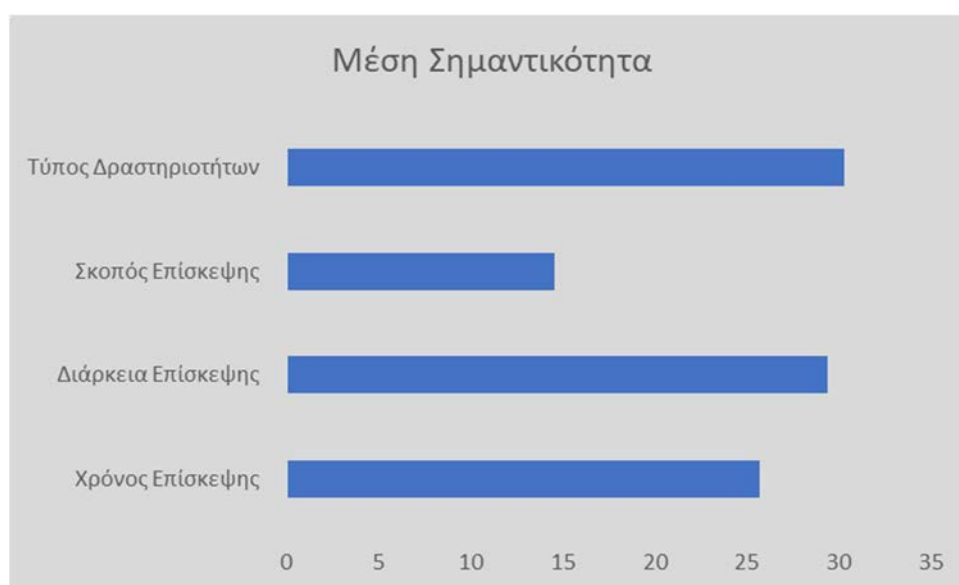
Χαρακτηριστικά	Επίπεδα	Χρησιμότητα	Τυπικό σφάλμα
Χρόνος Επίσκεψης	1. Νοέμβριος – Μάρτιος	-1.574	1.034
	2. Απρίλιος – Ιούνιος	-1.602	1.034
	3. Ιούλιος – Αύγουστος	0.897	1.034
	4. Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	2.280	1.034

Διάρκεια Επίσκεψης (ημέρες διαμονής)	1. 1-7	0.840	0.796
	2. 8-14	0.493	0.934
	3. 15+	-1.335	0.934
Σκοπός Επίσκεψης	1. Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης		
	2. Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης,	1.262	0.597
	πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	-1.262	0.597
	1. Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση	-0.326	0.796
	2. Ψυχική & πνευματική ανάταση – Αποφόρτιση		
Τύπος Δραστηριοτήτων	από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και καθημερινότητα)	-2.153	0.934
Τουρισμού Ευεξίας	3. Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση	2.479	0.934
Σταθερά		8.371	0.660

Από τον Πίνακα 3 προκύπτει ο συνδυασμός των χαρακτηριστικών που μεγιστοποιεί την προτίμηση των ερωτώμενων:

‘Χρόνος Επίσκεψης’ κατά το διάστημα Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου, ‘Διάρκεια Επίσκεψης’ από 1 έως 7 ημέρες, με ‘Σκοπό Επίσκεψης’ τον τουρισμό ευεξίας ως κύριο λόγο και προτιμητέο ‘Τύπο Δραστηριοτήτων’ τουρισμού ευεξίας τη φυσική δραστηριότητα και ψυχική/πνευματική ανάταση.

Η καλή προσαρμογή του μοντέλου επιβεβαιώθηκε από τους συντελεστές ‘Pearson R’ και ‘Kendall’s tau’ με τιμές 0,88 (p value: 0,000) και 0,72 (p value: 0,000) αντίστοιχα. Οι δείκτες αυτοί προσδιορίζουν τη συσχέτιση μεταξύ των παρατηρούμενων και των προβλεπόμενων προτιμήσεων. Υψηλές τιμές των συντελεστών αυτών δηλώνουν την καλή προσαρμογή της ανάλυσης. Παράλληλα, η μέση σημαντικότητα του κάθε χαρακτηριστικού που προέκυψε από την ανάλυση σύζευξης είναι (Σχήμα 17): Χρόνος Επίσκεψης: 25,7%, Διάρκεια Επίσκεψης: 29,4%, Σκοπός Επίσκεψης: 14,6%, Τύπος Δραστηριοτήτων Τουρισμού Ευεξίας: 30,3%.



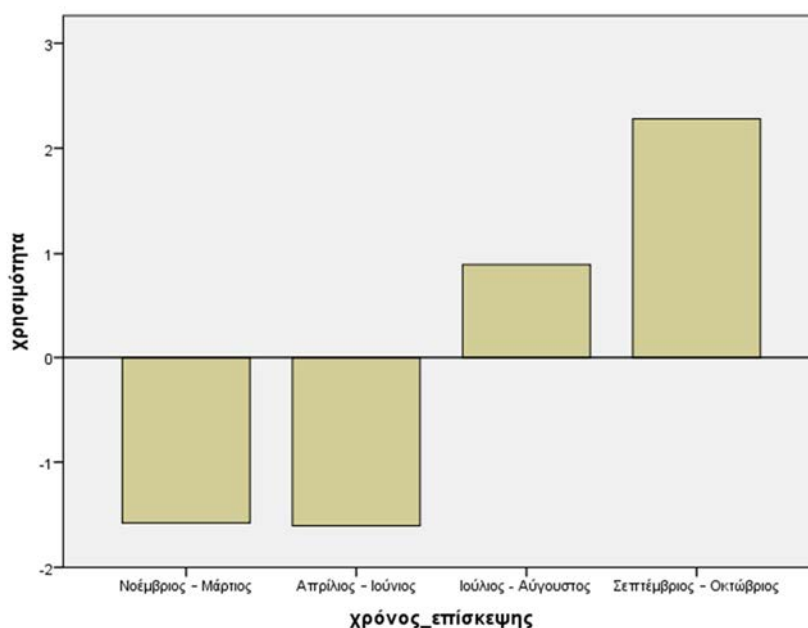
Σχήμα 17. Μέση σημαντικότητα χαρακτηριστικών ανάλυσης σύζευξης.

Το χαρακτηριστικό του προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος με τη μεγαλύτερη μέση σημαντικότητα είναι ο 'Τύπος Δραστηριοτήτων Τουρισμού Ευεξίας', ενώ ο παράγοντας με τη μικρότερη μέση σημαντικότητα είναι ο 'Σκοπός Επίσκεψης'. Τα γραφήματα των Σχημάτων 18 έως 21 παρουσιάζουν την τιμή χρησιμότητας του κάθε επιπέδου του κάθε χαρακτηριστικού που συνθέτει το προτεινόμενο τουριστικό προϊόν.

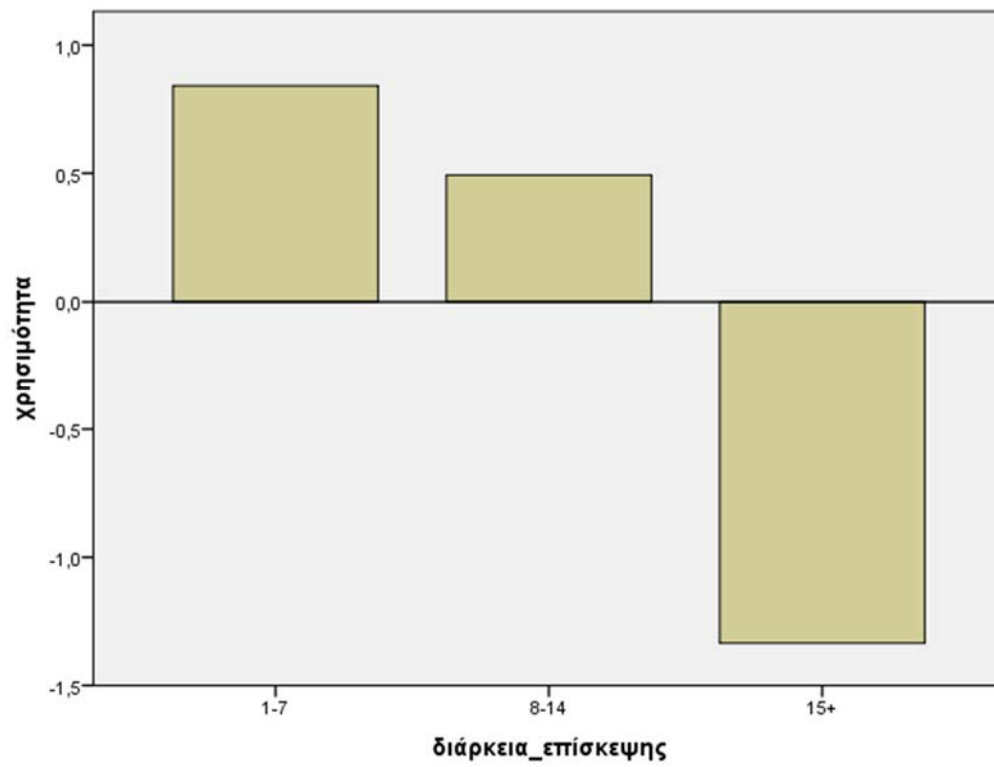
Ο συνδυασμός των χαρακτηριστικών που μεγιστοποιεί την προτίμηση των ερωτώμενων υπολογίζεται από το άθροισμα των επιπέδων κάθε χαρακτηριστικού με τη μεγαλύτερη τιμή (Πίνακας 3). Στην παρούσα ανάλυση η συνολική χρησιμότητα που αντιστοιχεί στο συνδυασμό των χαρακτηριστικών που μεγιστοποίησε την προτίμηση των ερωτώμενων ανήλθε σε 15,23.

$$\text{χρησιμότητα} = 2,280 + 0,840 + 1,262 + 2,479 + 8,371 = 15,23$$

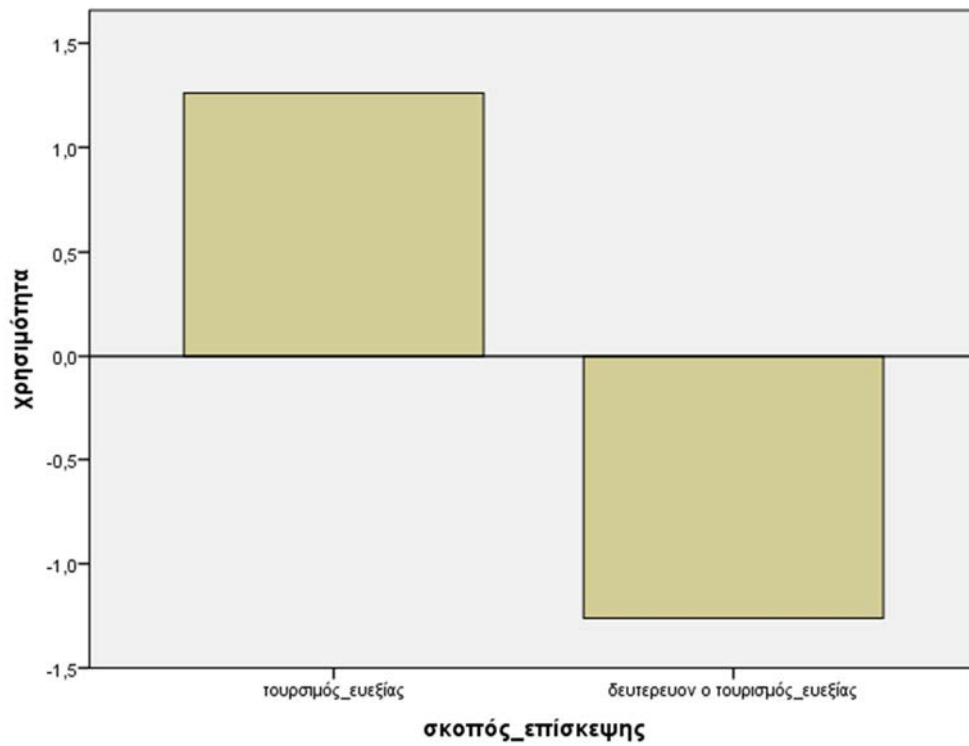
Στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει κάποιο όριο ή κάποια συγκεκριμένη τιμή που να χαρακτηρίζει ως υψηλή ή χαμηλή την τιμή που υπολογίστηκε. Όπως έχει αναφερθεί, όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός που υπολογίζεται, τόσο μεγαλύτερη είναι και η συνολική χρησιμότητα που αποδίδεται από τους ερωτώμενους.



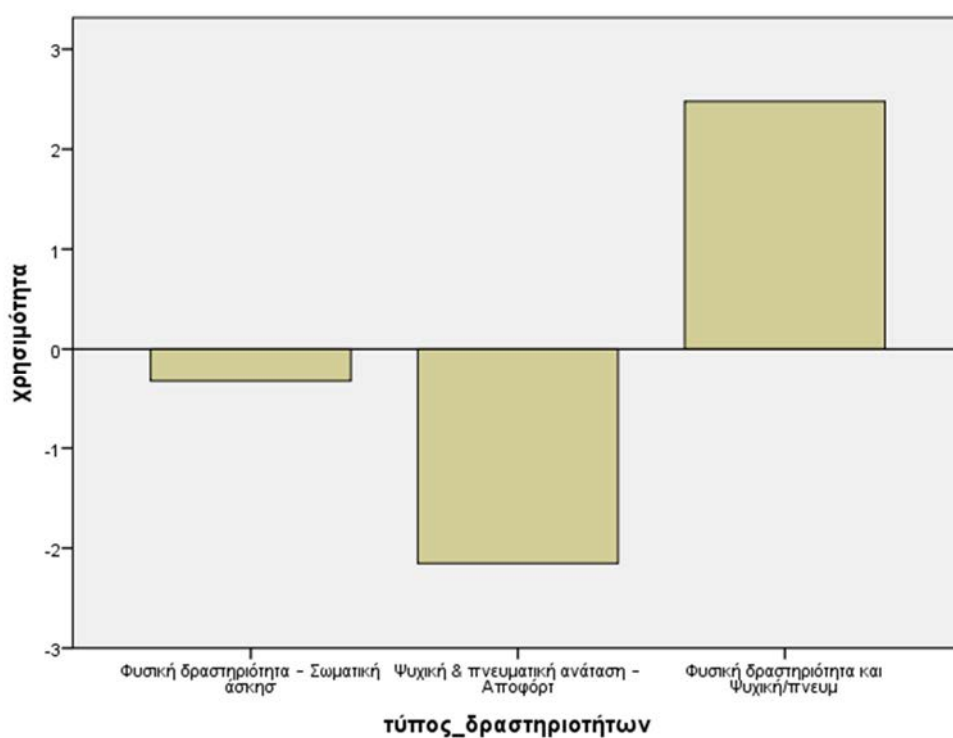
Σχήμα 18. Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού 'Χρόνος Επίσκεψης'.



Σχήμα 19. Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού 'Διάρκεια Επίσκεψης'.



Σχήμα 20. Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού 'Σκοπός Επίσκεψης'.



Σχήμα 21. Χρησιμότητα επιπέδων χαρακτηριστικού 'Τύπος Δραστηριοτήτων Τουρισμού Ευεξίας'.

Αποτελέσματα Μεθόδου Υποθετικής Αξιολόγησης

Η εξαρτημένη μεταβλητή για την εφαρμογή της μεθόδου της υποθετικής αξιολόγησης αναφέρεται στην απάντηση της ερώτησης της προθυμίας πληρωμής ('willingness to pay') (ΝΑΙ/ΟΧΙ). Οι εξαρτημένες μεταβλητές που συμπεριλήφθηκαν στην ανάλυση αναφέρονται: στο προσφερόμενο ποσό για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας σε Euro (€) ('bid'), στα χρόνια εκπαίδευσης του ερωτώμενου ('edu'), στο εισόδημα του ερωτώμενου σε Euro (€) ('income'), στην ηλικία των ερωτώμενων σε χρόνια ('age'), στην προστασία της περιοχής μέσα από τη δική του υπεύθυνη συμπεριφορά (για παράδειγμα ρύπανση & καθαριότητα) και στη σημασία της αειφορίας μέσα από την αξιοποίηση των φυσικών πόρων ('enviromar1 & enviromar2' αντίστοιχα), στην ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων από πλευράς προσωπικού ('skills'), στη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης τουριστικής εμπειρίας ('quality'), στον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος (σε σχέση με άλλες μορφές βιώσιμης

τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή, όπως ο αλιευτικός τουρισμός) ('tourproduct'), στη δημιουργία νέων υποδομών (όπως μαρίνα για σκάφη αναψυχής/γιωτ) ('facilities'), στην ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων όπως επισιτιστικές επιχειρήσεις με τοπικά προϊόντα (γαστρονομία) ('entrepreneurship'), στο εάν ο ερωτώμενος έχει επισκεφθεί την περιοχή έρευνας ξανά ('loyal'), στο εάν ο ερωτώμενος έχει επισκεφθεί και χρησιμοποιήσει στο παρελθόν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας, όπως υπηρεσίες φυσικής ενδυνάμωσης ('fitness') ή ψυχικής ανάτασης/αποφόρτισης από στρες και άγχος (σε οποιαδήποτε περιοχή) ('welltour') και στη διάρκεια της επίσκεψής του ερωτώμενου στην περιοχή έρευνας ('stay').

Ο συνολικός αριθμός των ερωτώμενων στην έρευνα ανήλθε σε 595 άτομα. Από αυτούς οι 344 δήλωσαν θετική προθυμία πληρωμής ('NAI') ενώ οι υπόλοιποι 251 ερωτώμενοι δήλωσαν 'ΟΧΙ' στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής. Από τους 251 που δήλωσαν 'ΟΧΙ' στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής εξαιρέθηκαν από την ανάλυση 101 απαντήσεις που κρίθηκαν ως ψήφοι διαμαρτυρίας ('protest votes'). Στην ανάλυση συμπεριλήφθηκαν οι υπόλοιπες 150 αρνητικές απαντήσεις στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής ('clear no answers' ή 'genuine no responses').

Με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων, οι πραγματικές ψήφοι διαμαρτυρίας (150) αφορούσαν δύο απαντήσεις: 'Δεν έχω την οικονομική δυνατότητα να πληρώσω για την ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας' και 'Η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας δεν έχει καμία αξία για μένα'. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η απάντηση 'Η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας δεν έχει καμία αξία για μένα' συγκέντρωσε μηδενική προτίμηση από τους ερωτώμενους (0 ψήφοι). Κατά συνέπεια, όλες οι πραγματικές αρνητικές απαντήσεις στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής (150) αφορούσαν στην απάντηση 'Δεν έχω την οικονομική δυνατότητα να πληρώσω για την ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας'.

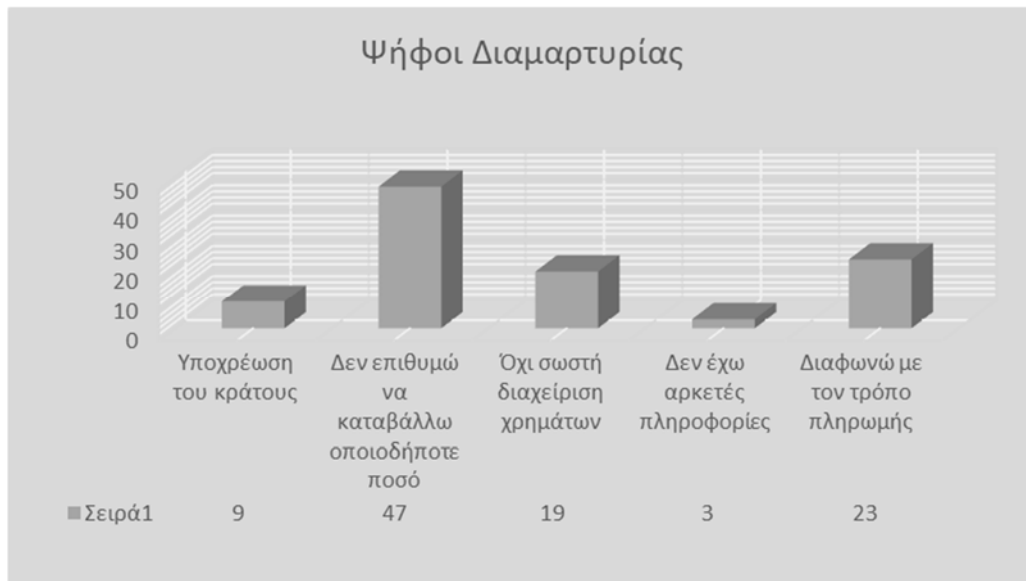
Στην παρούσα ανάλυση με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων οι ψήφοι διαμαρτυρίας κατανεμήθηκαν ως εξής :

- Είναι υποχρέωση του κράτους να επιβαρυνθεί το κόστος μέσω των μηχανισμών του: 9 απαντήσεις
- Η ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας είναι σημαντική για μένα αλλά δεν επιθυμώ να καταβάλλω οποιοδήποτε ποσό: 47 απαντήσεις
- Πιστεύω ότι τα χρήματα που θα καταβάλλω δεν θα διαχειριστούν σωστά: 19 απαντήσεις
- Δεν έχω αρκετές πληροφορίες από την έρευνα για την ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στην περιοχή: 3 απαντήσεις
- Διαφωνώ με τον τρόπο πληρωμής για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας: 23 απαντήσεις

Οι περισσότερες ψήφοι διαμαρτυρίας (47 απαντήσεις) αφορούσαν ερωτώμενους που ενώ θεωρούσαν τον τουρισμό ευεξίας σημαντικό, εντούτοις δεν επιθυμούσαν την καταβολή αντιτίμου για χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Οι λιγότερες ψήφοι διαμαρτυρίας (9) αφορούσαν ερωτώμενους που θεωρούν υποχρέωση του κράτους να επιβαρυνθεί το κόστος για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας, ενώ ένας μικρός αριθμός ερωτώμενων (3) απάντησε ότι δεν έχει αρκετές πληροφορίες για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας στην περιοχή έρευνας. Στο Σχήμα 22 που ακολουθεί παρουσιάζονται γραφικά οι ψήφοι διαμαρτυρίας.

Τα ποσά που συμπεριλήφθηκαν στην ανάλυση κυμαίνονταν από 5€ έως 50€ με βήμα 5€. Δηλαδή, τα ποσά που κατανεμήθηκαν με τυχαίο τρόπο στα ερωτηματολόγια ήταν: 5€, 10€, 15€,

20€, 25€, 30€, 35€, 40€, 45€, 50€. Το εύρος τιμών που χρησιμοποιήθηκε προήλθε από την προέρευνα (Hall et al., 2002). Στην προέρευνα οι ερωτώμενοι απάντησαν σε μια ανοιχτού τύπου υποθετική ερώτηση για το αν ήταν πρόθυμοι να καταβάλλουν κάποιο χρηματικό αντίτιμο καθώς και για το μέγιστο ποσό που ήταν διατεθειμένοι να καταβάλουν για την ανάπτυξη και χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας.



Σχήμα 22. Ψήφοι διαμαρτυρίας και αιτιολόγηση από τους ερωτώμενους.

Αρχικά, η καλή προσαρμογή του μοντέλου πραγματοποιήθηκε με τη σύγκριση των τιμών της διχοτομικής μεταβλητής της ερώτησης της προθυμίας πληρωμής ('ΝΑΙ'/ 'ΟΧΙ') του δείγματος σε σχέση με τις προβλεπόμενες τιμές που υπολογίστηκαν από τη λογιστική παλινδρόμηση. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.

Στη συνέχεια, η καλή προσαρμογή του υπό διερεύνηση μοντέλου ελέγχθηκε με βάση το κριτήριο Hosmer-Lemeshow που ανήλθε σε 0,232. Τιμές του δείκτη Hosmer-Lemeshow μεγαλύτερες από 0,05 δηλώνουν καλή προσαρμογή του μοντέλου (Hosmer & Lemeshow, 2000; Duran-Roman et al., 2021). Τα αποτελέσματα της ανάλυσης της λογιστικής παλινδρόμησης παρουσιάζονται στον Πίνακα 5 που ακολουθεί.

Πίνακας 4. Πίνακας ταξινόμησης των απαντήσεων που προέβλεψε το μοντέλο της λογιστικής παλινδρόμηση που χρησιμοποιήθηκε.

Προβλέψεις (Predicted)			
Παρατηρήσεις (Observed)	Προθυμία Πληρωμής (WTP)		Ποσοστό Σωστών Προβλέψεων (%)
	OXI	NAI	
	OXI	NAI	
OXI	106	44	70,7
NAI	27	317	92,2
Συνολικό Ποσοστό (%)			85,6

Πίνακας 5. Αποτελέσματα λογιστικής παλινδρόμησης.

Variables	B	Τυπικό Σφάλμα	Δείκτης Wald	BE	Σημαντικότητα	EXP(B)	95% ΔΕ for EXP(B) Κατώτερο Ανώτερο	
bid	-0,199	0,019	114,649	1	0,000	0,820	0,790	0,850
edu	0,114	0,065	3,102	1	0,078	1,120	0,987	1,272
income	0,001	0,0001	3,116	1	0,078	1,001	1,000	1,001
age	-0,024	0,013	3,304	1	0,069	0,976	0,951	1,002
envirovar1	1,002	0,378	7,038	1	0,008	2,723	1,299	5,707
envirovar2	0,521	0,298	3,061	1	0,080	1,683	0,939	3,016
skills	0,592	0,345	2,949	1	0,086	1,807	0,920	3,550
quality	0,747	0,447	2,796	1	0,095	2,110	0,879	5,063
tourproduct	0,668	0,368	3,293	1	0,070	1,951	0,948	4,016

facilities	0,968	0,397	5,955	1	0,015	2,632	1,210	5,725
entrepreneurship	0,619	0,357	3,002	1	0,083	1,857	0,922	3,739
loyal	0,649	0,311	4,368	1	0,037	1,914	1,,041	3,517
welltour	0,491	0,296	2,747	1	0,097	1,634	0,914	2,920
stay	-0,055	0,033	2,865	1	0,091	0,946	0,887	1,009
Constant	3,126	1,300	5,781	1	0,016	22,779		

Nagelkerke R²: 0,602

Hosmer and Lemeshow: 0,232

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι συντελεστές 'B' που προέκυψαν είναι στατιστικά σημαντικοί ενώ τα πρόσημά τους είναι τα αναμενόμενα. Οι μεταβλητές 'bid', 'age' και 'stay' έχουν αρνητικά πρόσημα, γεγονός που μας οδηγεί σε λογικά συμπεράσματα. Το αρνητικό πρόσημο στη μεταβλητή 'bid' δηλώνει ότι όσο αυξάνεται το προσφερόμενο ποσό για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας, είναι λιγότερο πιθανή η προθυμία πληρωμής των ερωτώμενων. Το αρνητικό πρόσημο στη μεταβλητή 'age' δηλώνει ότι όσο αυξάνεται η ηλικία του ερωτώμενου, είναι λιγότερη πιθανή η προθυμία πληρωμής των ερωτώμενων. Το αρνητικό πρόσημο στη μεταβλητή 'stay' δηλώνει ότι όσο αυξάνεται η διάρκεια παραμονής στην περιοχή έρευνας, είναι μικρότερη η πιθανότητα προθυμίας πληρωμής των ερωτώμενων. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα πρόσημα των συντελεστών των διερευνητικών μεταβλητών στην εξίσωση της προθυμίας πληρωμής μπορεί να διαφοροποιούνται ανάλογα με το αντικείμενο και το περιεχόμενο της έρευνας. Ωστόσο, στις έρευνες που υπολογίζουν την προθυμία πληρωμής μέσα από τη μέθοδο της υποθετικής αξιολόγησης το πρόσημο στη μεταβλητή ποσό (π.χ. 'bid') αναμένεται να είναι αρνητικό (Perman et al., 1999).

Τα θετικά πρόσημα στις μεταβλητές 'edu', 'income', 'envirovar1', 'envirovar2', 'skills', 'quality', 'tourproduct', 'facilities', 'entrepreneurship', 'loyal', 'welltour' δηλώνουν ότι όσο αυξάνεται το προσφερόμενο ποσό είναι μεγαλύτερη η πιθανότητα για θετική προθυμία πληρωμής των

ερωτώμενων. Πιο συγκεκριμένα, όσο πιο υψηλό είναι το εισόδημα και το επίπεδο μόρφωσης των ερωτώμενων, είναι περισσότερο πιθανό οι ερωτώμενοι αυτοί να έχουν θετική προθυμία πληρωμής.

Επίσης, οι ερωτώμενοι είναι περισσότερο πιθανό να πληρώσουν για την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας που μεταφέρουν στον επισκέπτη το περιβαλλοντικό μήνυμα για μια υπεύθυνη συμπεριφορά και τη βιώσιμη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος.

Παράλληλα, οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να συντελέσουν στην ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων από πλευράς προσωπικού, στη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης τουριστικής εμπειρίας, στον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, και στη δημιουργία νέων υποδομών.

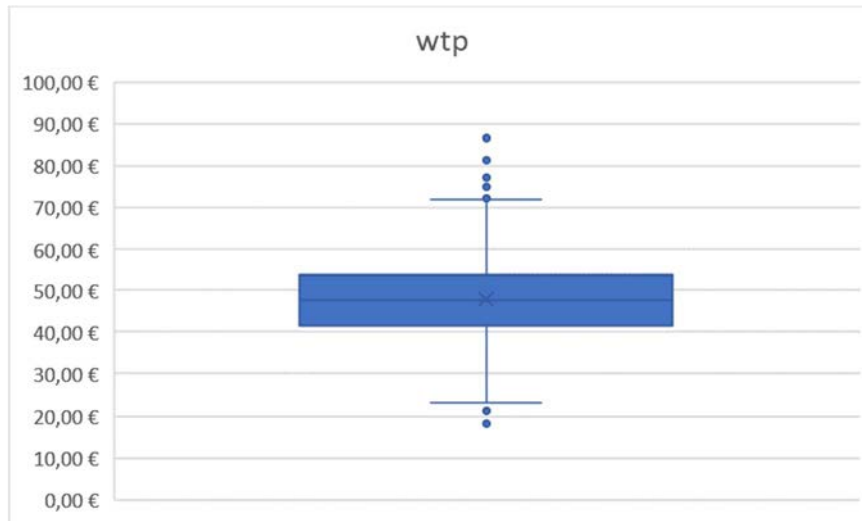
Για το λόγο αυτό αυξάνεται και η πιθανότητα για θετική διάθεση πληρωμής. Το ίδιο ισχύει εάν ο ερωτώμενος έχει επισκεφθεί και χρησιμοποιήσει στο παρελθόν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας σε οποιαδήποτε περιοχή. Οι ερωτώμενοι αυτοί είναι περισσότερο πιθανό να εκδηλώσουν θετική προθυμία πληρωμής. Ερωτώμενοι με υψηλό μορφωτικό επίπεδο δείχνουν μεγαλύτερη πιθανότητα στην πρόθεση πληρωμή τους (Spash et al., 2009; Wang & Jia, 2012; Tonin, 2018).

Το ίδιο ισχύει και για τους ερωτώμενους με υψηλό εισοδηματικό επίπεδο δεδομένου ότι έχουν την οικονομική δυνατότητα να πληρώσουν για το προσφερόμενο αγαθό (Hadker et al., 1997).

Η μέση τιμή της προθυμίας πληρωμής ανήλθε σε 47,33€. Η τιμή αυτή προέκυψε από το άθροισμα των συντελεστών των διερευνητικών μεταβλητών του μοντέλου της λογιστικής παλινδρόμησης με εξαίρεση το συντελεστή του προσφερόμενου ποσού ('bid').

Στη συνέχεια το άθροισμα που προέκυψε διαιρέθηκε με το συντελεστή της μεταβλητής του προσφερόμενου ποσού ('bid'). Για την εγκυρότητα του υπολογισμού της μέσης τιμής της προθυμίας πληρωμής πραγματοποιήθηκε 'Monte Carlo' προσομοίωση με 1000 επαναλήψεις

(Krinsky & Robb, 1986). Το αποτέλεσμα της 'Monte Carlo' προσομοίωσης επιβεβαιώνει το αποτέλεσμα της εκτίμησης της μέσης τιμής της προθυμίας πληρωμής (Σχήμα 23).



Σχήμα 23. Αποτέλεσμα Monte Carlo προσομοίωσης με 1000 επαναλήψεις.

Αποτελέσματα Θεωρίας Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς

Η θεωρία της σχεδιαζόμενης συμπεριφοράς περιλαμβάνει μεταβλητές ('indicators' ή 'items') που χρησιμοποιήθηκαν στο ερωτηματολόγιο της έρευνας για το σχηματισμό των 'λανθανουσών' μεταβλητών ('latent' variables ή 'constructs') 'Στάσεις', 'Υποκειμενικά Πρότυπα', 'Αντίληψη Ελέγχου της Συμπεριφοράς', και 'Πρόθεση Εκδήλωσης Συμπεριφοράς' σε σχέση με τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας (Πίνακας 6).

Κατά τη στατιστική επεξεργασία του δείγματος δεν παρατηρήθηκαν ακραίες τιμές στην επταβάθμια κλίμακα Likert που χρησιμοποιήθηκε με βάση τους ελέγχους 'Mahalanobis' και 'Cooks distance' ('multivariate outliers').

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η πιο 'απομακρυσμένη τιμή' με βάση την απόσταση 'Cooks' έλαβε την τιμή 0,05. Το όριο για το οποίο μια τιμή θεωρείται ότι είναι ακραία στον έλεγχο Cooks είναι η μονάδα (1) (Pallant, 2011).

Επίσης, με τη χρήση θηκογράμματος ('box plot') για κάθε μια από τις μεταβλητές της κλίμακας Likert δεν διαπιστώθηκαν ακραίες τιμές ('univariate outliers'). Οι σχηματιζόμενες μεταβλητές 'Στάσεις', 'Υποκειμενικά Πρότυπα', 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς', και 'Πρόθεση Συμπεριφοράς' κωδικοποιήθηκαν στο λογισμικό IBM SPSS AMOS 29 με F14, F15, F16 και F17 αντίστοιχα (Πίνακας 6).

Πίνακας 6. Μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για την εφαρμογή της Θεωρίας της Σχεδιαζόμενης Συμπεριφοράς.

Λανθάνουσες Μεταβλητές (Constructs)	Μεταβλητές Ερωτηματολογίου (Indicators)	Κωδικοποίηση στο Ερωτηματολόγιο	Κωδικοποίηση στο IBM SPSS AMOS 29
Στάση	Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια ευχάριστη εμπειρία	Δ1	F1
	Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια επωφελή εμπειρία	Δ6	F2
	Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια ασφαλή εμπειρία	Δ10	F3
			F14

	Σημαντικοί άνθρωποι για		
	μένα πιστεύουν ότι θα		
	έπρεπε να	Δ2	F4
	χρησιμοποιήσω		
	υπηρεσίες τουρισμού		
	ευεξίας		
	Σημαντικοί άνθρωποι για		
Υποκειμενικά	μένα με ενθαρρύνουν να		
Πρότυπα	χρησιμοποιήσω	Δ7	F5
	υπηρεσίες τουρισμού		
	ευεξίας		
	Σημαντικοί άνθρωποι για		
	μένα αναμένουν ότι θα		
	χρησιμοποιήσω	Δ11	F6
	υπηρεσίες τουρισμού		
	ευεξίας		
			F15
	Αν θα χρησιμοποιήσω ή		
	όχι υπηρεσίες τουρισμού	Δ3	F7
Αντίληψη Ελέγχου	ευεξίας εξαρτάται		
Συμπεριφοράς	αποκλειστικά από εμένα		
	Έχω την ευκαιρία να	Δ8	F8
	χρησιμοποιήσω		

	υπηρεσίες τουρισμού		
	ευεξίας		
	Έχω την οικονομική		
	δυνατότητα να		
	χρησιμοποιήσω	Δ12	F9
	υπηρεσίες τουρισμού		
	ευεξίας		
	Έχω το χρόνο να		
	χρησιμοποιήσω	Δ5	F10
	υπηρεσίες τουρισμού		
Πρόθεση Συμπεριφοράς	ευεξίας		
			F16
	Προτίθεμαι να		
	χρησιμοποιήσω		
	υπηρεσίες τουρισμού	Δ4	F11
	ευεξίας		
	Θέλω να χρησιμοποιήσω		
	υπηρεσίες τουρισμού	Δ9	F12
	ευεξίας		
	Σχεδιάζω να		
	χρησιμοποιήσω		
	υπηρεσίες τουρισμού	Δ13	F13
	ευεξίας		
			F17

Αποτελέσματα Ελέγχων Αξιοπιστίας και Εγκυρότητας

Για τον έλεγχο της αξιοπιστίας του μοντέλου ('Construct Reliability') χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης σύνθετης αξιοπιστίας ('Composite Reliability', CR) καθώς και η τιμή του δείκτη της μέγιστης διακύμανσης 'MaxR(H)'. Και για τους δύο δείκτες οι τιμές πρέπει να είναι μεγαλύτερες από 0,7. Σύμφωνα με το δείκτη σύνθετης αξιοπιστίας εκτιμάται η εσωτερική συνεκτικότητα των σχηματιζόμενων παραγόντων. Τιμές του δείκτη σύνθετης αξιοπιστίας μεγαλύτερες από 0,7 επιβεβαιώνουν την αξιοπιστία της ανάλυσης (Hu & Bentler, 1999; Hair et al., 2009; Gaskin & Lim, 2019).

Η εγκυρότητα της ανάλυσης πραγματοποιήθηκε με βάση τα κριτήρια της συγκλίνουσας εγκυρότητας ('Convergent Validity', CV) και της διακρίνουσας εγκυρότητας ('Discriminant Validity', DV). Τα δύο αυτά κριτήρια χρησιμοποιούνται για τον έλεγχο της εγκυρότητας των σχηματιζόμενων παραγόντων ('λανθάνουσες' μεταβλητές F14, F15, F16, και F17). Η συγκλίνουσα εγκυρότητα αναφέρεται στο βαθμό συσχέτισης των επιμέρους μεταβλητών που σχημάτισαν την κάθε ληφθείσα 'λανθάνουσα' μεταβλητή. Η διακρίνουσα εγκυρότητα αφορά στο επίπεδο που οι 'λανθάνουσες' μεταβλητές διακρίνονται (διαφοροποιούνται) μεταξύ τους. Επιπρόσθετα, ελέγχθηκε και η μέση εξαχθείσα διακύμανση ('Average Variance Extracted', AVE) που αναφέρεται στη συνολική διακύμανση του μοντέλου που κατασκευάστηκε και αντικατοπτρίζεται από τους σχηματιζόμενους παράγοντες. Τιμές του δείκτη μεγαλύτερες από 0,5 επιβεβαιώνουν την αξιοπιστία του μοντέλου (Hu & Bentler, 1999; Hair et al., 2009; Hair et al., 2011; Gaskin & Lim, 2016; Hair & Alamer, 2022).

Για να επιτευχθεί η συγκλίνουσα εγκυρότητα θα πρέπει οι τιμές του δείκτη σύνθετης αξιοπιστίας να είναι μεγαλύτερες από τις τιμές της μέσης εξαχθείσας διακύμανσης ('AVE', με $AVE > 0,5$) κάτι που επιβεβαιώνεται στην παρούσα ανάλυση (Πίνακας 7). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τιμές μικρότερες από 0,5 της μέσης εξαχθείσας διακύμανσης 'AVE' μπορεί να

είναι αποδεκτές. Προϋπόθεση για την αποδοχή αυτών των τιμών είναι ότι οι τιμές του δείκτη σύνθετης αξιοπιστίας ('CR') πρέπει να είναι μεγαλύτερες από 0,6. (Fornell & Larcker, 1981; Huang et al., 2013). Επίσης, στον Πίνακα 7 φαίνεται ότι η τιμή στις στήλες F14, F15, F16, και F17 για κάθε μία 'λανθάνουσα' μεταβλητή είναι μεγαλύτερη από κάθε άλλη τιμή στην ίδια στήλη και στην ίδια γραμμή. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι τιμές αυτές ισούνται με την τετραγωνική ρίζα της αντίστοιχης τιμής της μέσης εξαγόμενης διακύμανσης ('AVE'). Το αποτέλεσμα αυτό επιβεβαιώνει τη διακρίνουσα εγκυρότητα ('DV') της παρούσας ανάλυσης (Hair et al., 2011) σε συνδυασμό με τη στατιστική σημαντικότητα των συσχετίσεων ($p < 0,01$). Παράλληλα, σύμφωνα με το κριτήριο Fornell & Larcker (1981) οι τιμές της μέγιστης διαμοιραζόμενης διακύμανσης ('Maximum Shared Variance', MSV) πρέπει να είναι μικρότερες από τις τιμές της μέσης εξαχθείσας διακύμανσης ($AVE > MSV$). Τα αποτελέσματα της παρούσας ανάλυσης επιβεβαιώνουν το κριτήριο αυτό.

Επιπρόσθετα, για τον έλεγχο της διακρίνουσας εγκυρότητας χρησιμοποιήθηκε και η ανάλυση Heterotrait-Monotrait ratio of correlations ('HTMT'). Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή τιμές μικρότερες από 0,9 επιβεβαιώνουν ότι οι ληφθέντες παράγοντες είναι διακριτοί μεταξύ τους (Henseler et al., 2015; Roemer et al., 2021; Hair et al., 2022a). (Πίνακας 8). Οι Hair & Alamer (2022) αναφέρουν ότι η διακριτότητα των παραγόντων με βάση την 'HTMT' ανάλυση επιβεβαιώνεται με τιμές μικρότερες από 0,85. Και για τις δύο αυτές τιμές του δείκτη 'HTMT' επιβεβαιώνεται η διακρίνουσα εγκυρότητα της παρούσας ανάλυσης (Πίνακας 8).

Πίνακας 7. Αποτελέσματα ελέγχων αξιοπιστίας και εγκυρότητας.

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	F14	F15	F16	F17
F14	0,772	0,531	0,199	0,778	0,728			
F15	0,755	0,509	0,199	0,765	0,446***	0,713		
F16	0,811	0,517	0,129	0,811	0,341***	0,359***	0,719	

F17 0,753 0,507 0,104 0,774 0,323*** 0,307*** 0,272*** **0,712**

Significance of Correlations: *** $p < 0,01$

Συγκλίνουσα Εγκυρότητα:

Average Variance Explained (AVE)>0,5

Composite Reliability (CR)> AVE

Διακρίνουσα Εγκυρότητα:

AVE > Maximum Shared Variance (MSV)

F14: 'Στάση',

F15: 'Υποκειμενικά Πρότυπα'

F16: 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς'

F17: 'Πρόθεση Συμπεριφοράς'

Πίνακας 8. Αποτελέσματα ελέγχων αξιοπιστίας σύμφωνα με την ανάλυση HTMT.

	F14	F15	F16	F17
F14				
F15	0,462			
F16	0,347	0,371		
F17	0,335	0,283	0,274	

F14: 'Στάση'

F15: 'Υποκειμενικά Πρότυπα'

F16: 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς'

F17: 'Πρόθεση Συμπεριφοράς'

Αποτελέσματα Επιβεβαιωτικής Ανάλυσης Παραγόντων

Τα αποτελέσματα της επιβεβαιωτικής ανάλυσης παραγόντων 'CFA' επαληθεύουν τον σχηματισμό των 'λανθανουσών' μεταβλητών όπως προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτώμενων σύμφωνα με το υπόβαθρο της ΘΣΣ.

Οι αναλύσεις πραγματοποιήθηκαν με βάση τη μέθοδο 'bootstrap' με 5000 επαναλήψεις σε δείγμα 595 ερωτώμενων. Αυξάνοντας τον αριθμό των επαναλήψεων των δειγμάτων με την μέθοδο 'bootstrap' ('number of Bootstrap samples') σε μεγαλύτερο από 250 δεν αυξάνεται

σημαντικά η ακρίβεια του μοντέλου ('model fit assessment') (Nevitt & Hancock, 2001; Enders, 2002). Η μέθοδος αυτή επιλέχθηκε διότι αποτελεί ενδεδειγμένη στατιστική προσέγγιση σε περίπτωση που τα δεδομένα της ανάλυσης δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή ('multivariate normal distribution') (Guan, 2003; Byrne, 2013). Όπως διαπιστώνεται στην παρούσα ανάλυση, οι υπο διερεύνηση μεταβλητές δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή δεδομένου ότι η τιμή 'Multivariate' είναι μεγαλύτερη από 5 (Multivariate: 26,286, Critical Ratio: 16,234) (Πίνακας 9). Η μη κανονική κατανομή εμφανίζεται σε μετρήσεις που αφορούν μεγάλα δείγματα, όπως για παράδειγμα σε δείγματα που υπερβαίνουν τις 200 παρατηρήσεις. Στην περίπτωση αυτή, η μη κανονική κατανομή των δεδομένων μπορεί να μη δημιουργεί στατιστικά προβλήματα (Hair et al., 2014).

Πίνακας 9 . Έλεγχοι κανονικότητας των υπό διερεύνηση μεταβλητών.

Μεταβλητές	Ελάχιστη Τιμή	Μέγιστη Τιμή	Ασυμμετρία- Λοξότητα	Κρίσιμη Αναλογία	Κύρτωση	Κρίσιμη Αναλογία
F13	1,000	7,000	,362	3,607	-,492	-2,450
F12	1,000	7,000	,591	5,887	-,229	-1,139
F11	1,000	7,000	,095	,949	-,103	-,512
F7	1,000	7,000	,083	,827	-1,252	-6,232
F8	1,000	7,000	,432	4,303	-,872	-4,344
F9	1,000	7,000	,142	1,418	-,356	-1,774
F10	1,000	7,000	,565	5,625	-,289	-1,438
F4	1,000	7,000	,132	1,313	-,358	-1,783
F5	1,000	7,000	,944	9,404	3,872	19,277
F6	1,000	7,000	1,528	15,212	3,225	16,060
F1	1,000	7,000	1,281	12,752	1,707	8,500

F2	1,000	7,000	,839	8,351	,758	3,776
F3	1,000	7,000	,377	3,750	,433	2,155
F12	1,000	7,000	,591	5,887	-,229	-1,139
F11	1,000	7,000	,095	,949	-,103	-,512
F7	1,000	7,000	,083	,827	-1,252	-6,232
Multivariate					26,286	16,234

Για την ισχυροποίηση της ερμηνευτικής δύναμης του μοντέλου που κατασκευάστηκε και με βάση τη μη κανονικότητα των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος 'Bollen-Stine' ('B-S') (Bollen & Stine, 1993) με διάστημα εμπιστοσύνης 95%. Η μέθοδος αυτή βελτιώνει την τιμή της στατιστικής του δείκτη χ^2 με αποτέλεσμα την καλύτερη προσαρμογή του προς διερεύνηση μοντέλου ('goodness of fit'). Το αποτέλεσμα της ανάλυσης με τη χρήση της μεθόδου 'Bollen-Stine bootstrap' δεν απορρίπτει την αρχική υπόθεση, δηλαδή ότι το υπό διερεύνηση μοντέλο είναι ορθό. (H_0 : το υπό διερεύνηση μοντέλο είναι ορθό, Bollen-Stine bootstrap p value: 0,21).

Η τιμή CMIN που ουσιαστικά δηλώνει την τιμή χ^2 είναι 72,573 με 59 βαθμούς ελευθερίας (DF), p -value 0,110, και PCMIN/DF=1,230. Τιμές του p μεγαλύτερες από 0,05 δηλώνουν ότι η αρχική υπόθεση (H_0) στο υπό διερεύνηση μοντέλο δεν μπορεί να απορριφθεί, δηλαδή το μοντέλο έχει καλή προσαρμογή. Ιδανικά, θα πρέπει να αναφερθεί ότι ο λόγος PCMIN/DF πρέπει να επιστρέφει τιμές μικρότερες από 2 για την καλή προσαρμογή του μοντέλου.

Επιπρόσθετα, η καλή προσαρμογή του μοντέλου επιβεβαιώνεται και από τις τιμές των δεικτών NFI (0,969), TLI (0,992), CFI (0,994), RMSEA (0,020), GFI (0,982), AGFI (0,972) και SRMR (0,028).

Οι συσχετίσεις μεταξύ των εξαγόμενων παραγόντων ('correlations') είναι χαμηλές γεγονός που ενδυναμώνει την ερμηνευτική δύναμη του μοντέλου (Πίνακας 11).

Οι αποδεκτές τιμές για την καλή προσαρμογή του μοντέλου της 'CFA' παρουσιάζονται στον Πίνακα 10. Διαγραμματικά το αποτέλεσμα της CFA παρουσιάζεται στο Σχήμα 24.

Πίνακας 10. Αποδεκτές τιμές δεικτών καλής προσαρμογής του υπό διερεύνηση μοντέλου.

Δείκτες Καλής Προσαρμογής	Αποδεκτές τιμές	Βιβλιογραφική Αναφορά
Chi-square (χ^2), <i>p</i> value	>0,05	Meyers et al., 2005
	<0,3	Hair et al., 2009
PCMIN/DF	<2	Marsh & Hocevar, 1985
		Bentler, 1990
Tucker–Lewis index	>0,9	Byrne, 1994
(TLI)	>0,95	Schumacker & Lomax, 2004
	>0,96	Hu & Bentler, 1996
Comparative Fit Index		Byrne, 1994
(CFI)	>0,9	Bentler, 1990
		Hatcher, 2013
Normed Fit Index	>0,9	Bentler & Bonnet 1980
(NFI)		Chau, 1997
Goodness of Fit Index	>0,90	Segars & Grover, 1993
(GFI)	>0,95	Byrne, 1994
Adjusted Goodness of Fit		
Index	>0,9	Byrne, 1994
(AGFI)	<0,08	Byrne, 2001

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	<0,05	Awang, 2012
		Meyers et al., 2005
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	<0,08	Byrne, 1994
		Hu & Bentler, 1999
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	<0,09	Byrne, 1994
		Hair et al., 2009

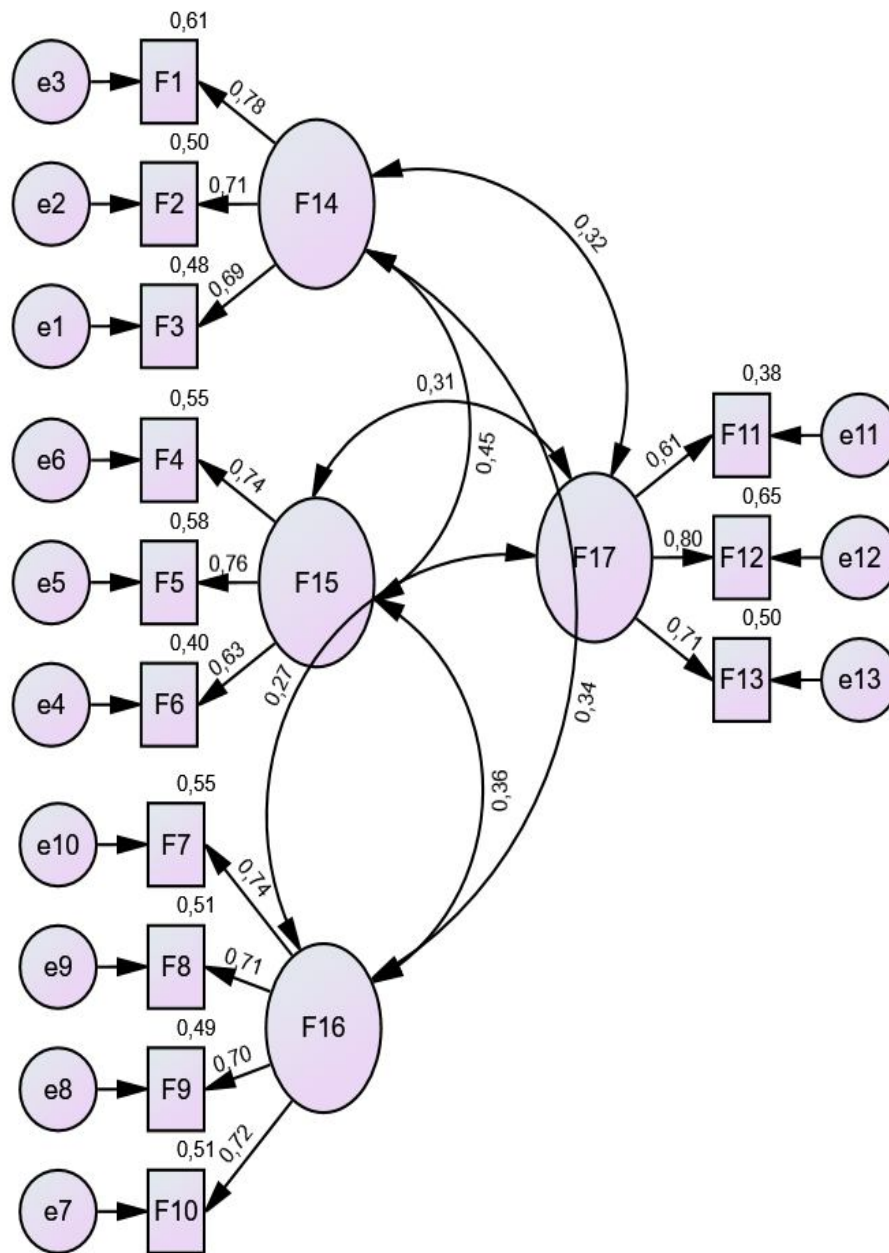
Πίνακας 11. Συσχετίσεις ('correlations') μεταξύ των παραγόντων.

Παράγοντες	Τιμή συσχέτισης	Κάτω όριο	Πάνω όριο	p value
F14 <--> F16	0,341	0,236	0,437	0,001
F14 <--> F15	0,446	0,333	0,544	0,000
F15 <--> F16	0,359	0,259	0,456	0,000
F14 <--> F17	0,323	0,204	0,437	0,000
F16 <--> F17	0,272	0,160	0,372	0,001
F15 <--> F17	0,307	0,193	0,411	0,000
p values <0,01: στατιστικά σημαντικές τιμές συσχέτισης σε διάστημα εμπιστοσύνης 99%				
F14: 'Στάση', F15: 'Υποκειμενικά Πρότυπα' F16: 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς' F17: 'Πρόθεση Συμπεριφοράς'				

Οι συντελεστές παλινδρόμησης ('standardized regression weighs') μεταξύ των παραγόντων και των επιμέρους μεταβλητών ('indicators') που τους συνθέτουν είναι όλοι μεγαλύτεροι από την τιμή 0,5 που θεωρείται στη βιβλιογραφία η μικρότερη αποδεκτή (Πίνακας 12).

Πίνακας 12. Συντελεστές παλινδρόμησης στην Επιβεβαιωτική Ανάλυσης Παραγόντων.

Παράγοντες	Τιμές συντελεστών	Κάτω όριο	Πάνω όριο	p value
F3 <--- F14	,693	,623	,755	,000
F2 <--- F14	,706	,633	,768	,001
F1 <--- F14	,783	,713	,843	,000
F6 <--- F15	,632	,559	,701	,000
F5 <--- F15	,760	,687	,826	,000
F4 <--- F15	,741	,681	,801	,000
F10 <--- F16	,717	,659	,767	,000
F9 <--- F16	,703	,643	,755	,001
F8 <--- F16	,713	,645	,769	,001
F7 <--- F16	,743	,688	,795	,000
F11 <--- F17	,613	,533	,685	,000
F12 <--- F17	,804	,732	,873	,001
F13 <--- F17	,707	,632	,780	,000
p values <0,01: στατιστικά σημαντικές τιμές συσχέτισης σε διάστημα εμπιστοσύνης 99%				
F14: 'Στάσεις',				
F15: 'Υποκειμενικά Πρότυπα'				
F16: 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς'				
F17: 'Πρόθεση Συμπεριφοράς'				



Σχήμα 24. Αποτελέσματα Επιβεβαιωτικής Ανάλυσης Παραγόντων (CFA).

Αποτελέσματα Ανάλυσης Μονοπατιού

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης μονοπατιού παρέχουν πληροφορίες για τη σχέση μεταξύ των ανεξάρτητων μεταβλητών και της εξαρτημένης μεταβλητής του υπό διερεύνηση μοντέλου.

Ουσιαστικά παρουσιάζουν τη σχέση μεταξύ των διερευνητικών μεταβλητών 'Στάσεις' απέναντι

στη συμπεριφορά, 'Υποκείμενα Πρότυπα', και 'Αντίληψη Ελέγχου της Συμπεριφοράς' και της εξαρτημένης μεταβλητής 'Πρόθεσης για τη Συμπεριφορά' (Σχήμα 25).

Η σχέση αυτή σύμφωνα με την παρούσα ανάλυση αντικατοπτρίζεται μέσα από τις άμεσες επιδράσεις ('direct effects') μεταξύ των διερευνητικών μεταβλητών και της εξαρτημένης μεταβλητής όπως φαίνεται και στο Σχήμα 25.

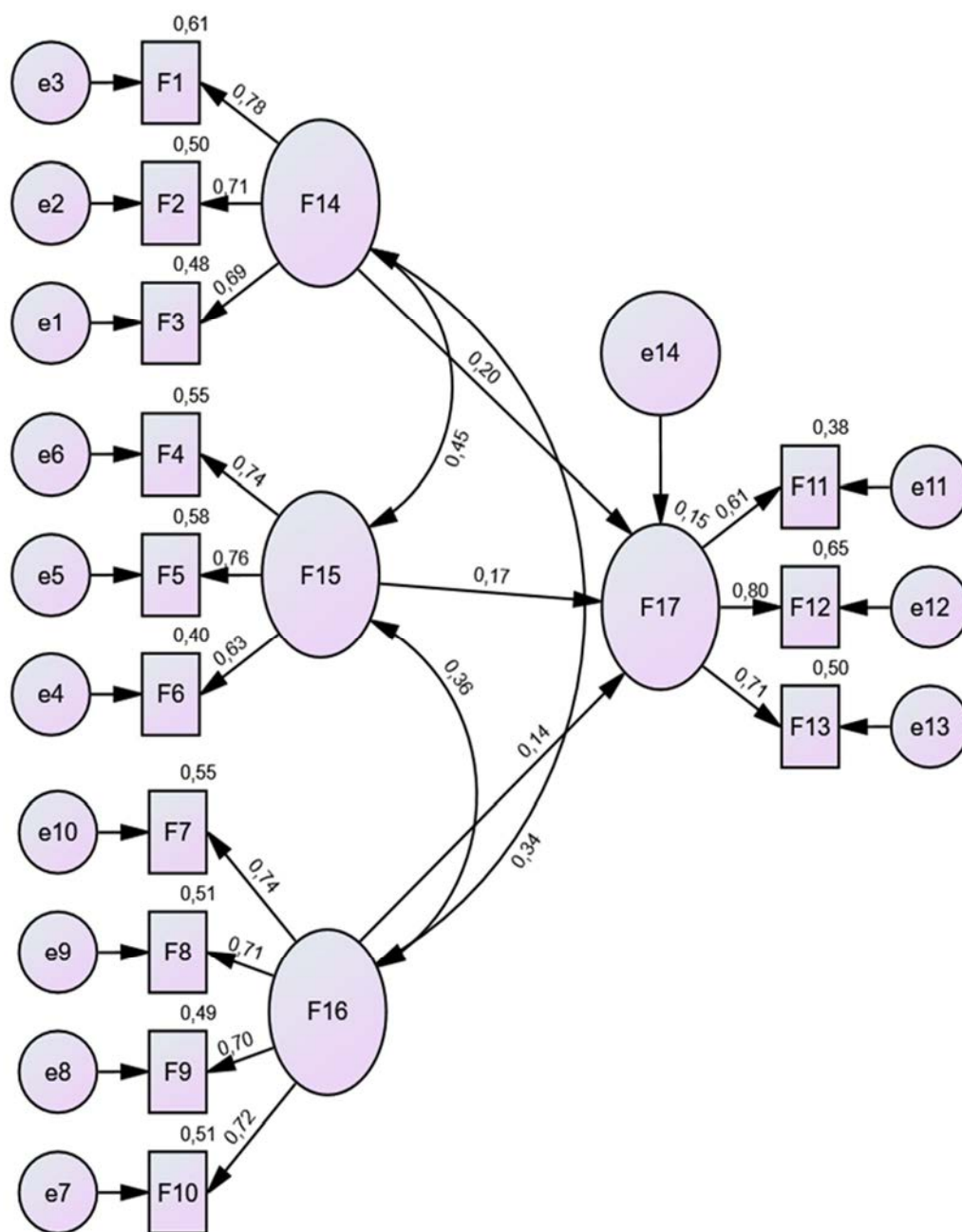
Σε όλες τις περιπτώσεις η σχέση μεταξύ των μεταβλητών 'Στάσεις' απέναντι στη συμπεριφορά, 'Υποκειμενικού Προτύπου', και 'Αντίληψη Ελέγχου της Συμπεριφοράς' με την εξαρτημένη μεταβλητή 'Πρόθεση της Συμπεριφοράς' είναι στατιστικά σημαντικές και θετικές σε διάστημα σημαντικότητας 95% (Πίνακας 13). Στον Πίνακα 14 φαίνονται τα τυπικά σφάλματα στην ανάλυση μονοπατιού.

Το αποτέλεσμα αυτό επιβεβαιώνει τις Υποθέσεις 1, 2, και 3 της παρούσας ανάλυσης:

Υπόθεση 1 – H1: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ της 'Στάσης' απέναντι στη συμπεριφορά και της 'Πρόθεσης Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς': άμεση επίδραση 0,20, p value: 0,011, Επιβεβαιώνεται.

Υπόθεση 2 – H2: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ του 'Υποκειμενικού Προτύπου' και της 'Πρόθεσης Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς': άμεση επίδραση 0,17, p value: 0,024, Επιβεβαιώνεται.

Υπόθεση 3 – H3: Υπάρχει σημαντική και θετική σχέση μεταξύ του 'Αντιλαμβανόμενου Ελέγχου της Συμπεριφοράς' και της 'Πρόθεσης Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς': άμεση επίδραση 0,14, p value: 0,021, Επιβεβαιώνεται.



Σχήμα 25. Αποτελέσματα Ανάλυσης Μονοπατιού.

Πίνακας 13. Άμεσες επιδράσεις μεταξύ των υπό διερεύνηση μεταβλητών ('bias corrected percentile method').

Παράγοντες	Τιμές συντελεστών	Κάτω όριο	Πάνω όριο	p value
F17 <--- F14	0,20	0,054	0,347	0,011
F17 <--- F16	0,14	0,024	0,256	0,021
F17 <--- F15	0,17	0,023	0,304	0,024
p values <0,05: στατιστικά σημαντικές τιμές συσχέτισης σε διάστημα εμπιστοσύνης 95%				
F14: 'Στάση',				
F15: 'Υποκειμενικά Πρότυπα'				
F16: 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς'				
F17: 'Πρόθεση Συμπεριφοράς'				

Πίνακας 14. Τυπικά σφάλματα (SE) στην Ανάλυση Μονοπατιού.

	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
F17 <--- F14	0,075	0,001	0,200	0,000	0,001
F17 <--- F16	0,060	0,001	0,145	0,000	0,001
F17 <--- F15	0,072	0,001	0,167	0,000	0,001
bootstrap standard errors					
F14: 'Στάσεις'					
F15: 'Υποκειμενικά Πρότυπα'					
F16: 'Αντίληψη Ελέγχου Συμπεριφοράς'					
F17: 'Πρόθεση Συμπεριφοράς'					

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Η προσπάθεια ενδυνάμωσης της τουριστικής ζήτησης σε παγκόσμιο επίπεδο οδηγεί σε μεγάλες αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο η οικονομία αλληλοεπιδρά με τη φύση, στην κλίμακα που αυτό συμβαίνει, και περισσότερο αξιοσημείωτα, στο φυσικό υπόβαθρο που η αλλαγή αυτή συντελείται.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σχετίζεται ολοένα και περισσότερο με την ικανότητα των περιφερειακών οικονομιών να ανταποκρίνονται στις σύγχρονες προκλήσεις και να βελτιώνουν – αναβαθμίζουν τη συμβολή τους στην πρόοδο και στην εξέλιξη με όρους ποιότητας . Μέσα στο πλαίσιο αυτό, έννοιες όπως, η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος, ο βιώσιμος τουρισμός και η περιφερειακή ανάπτυξη, αποκτούν ιδιαίτερη σημασία, ρόλο και χρησιμότητα.

Η ενδογενής περιφερειακή ανάπτυξη μπορεί να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην ορθολογική και εκλογικευμένη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος και στην ανθρωποκεντρική επιχειρηματικότητα. Η προσέγγιση αυτή εξασφαλίζει την υγεία και την ασφάλεια των φυσικών πόρων. Δημιουργεί μια ομαλή ροή προσφοράς ωφελειών (‘ecosystem benefits’) για τον άνθρωπο και την κοινωνία μέσα από την αξιοποίησή τους χωρίς να περιορίζει τα οικονομικά οφέλη. Κατά συνέπεια, η ανάπτυξη μιας βιώσιμης τουριστικής πολιτικής εφάπτεται με την αειφορική διαχείριση των φυσικών πόρων και της σχετικής επιχειρηματικότητας που αναπτύσσεται γύρω από αυτούς.

Για να ευδοκιμήσει μια τέτοια προσπάθεια είναι επιβεβλημένο να καλλιεργηθούν εκείνες οι προϋποθέσεις οι οποίες θα ενισχύσουν τους δείκτες επισκεψιμότητας από πλευράς τουριστικής ζήτησης. Παράλληλα, θα ενδυναμώσουν και την τουριστική προσφορά θέλοντας να εξισορροπήσουν τα μεγέθη αυτά μέσα από βιώσιμα τουριστικά προϊόντα αναζωογονώντας τουριστικούς προορισμούς, αναβαθμίζοντας και εμπλουτίζοντας την προσφερόμενη τουριστική εμπειρία (‘destination redevelopment & revitalization’).

Η επιδιωκόμενη αυτή ισορροπία δεν είναι στατική αλλά δυναμική. Μεταβάλλεται με το χρόνο, το χώρο, τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τις προτιμήσεις των επισκεπτών. Εξελίσσεται μέσα από συνήθειες, καταναλωτικά πρότυπα, τάσεις και τρόπο ζωής απαιτώντας ευελιξία, προσαρμοστικότητα και αντανακλαστικά σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη για την ανάδειξη τόπων προορισμού. Η διαμόρφωση και η εγκαθίδρυση ενός προτιμητέου τουριστικού προϊόντος είναι μια διαρκής, απαιτητική, και πολυπαραμετρική διαδικασία.

Η ανάπτυξη και η χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας προϋποθέτει την αξιοποίηση πόρων και διαδικασιών με στοχευμένες και δομημένες πολιτικές και πρακτικές που ενθαρρύνουν τη διάδραση φύσης και οικονομίας μέσα στο πλαίσιο της αειφορίας και των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων.

Ανταποκρινόμενοι στις σύγχρονες ανάγκες η έννοια της πελατοκεντρικής άποψης για την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων ('customer driven tourism products') αποτελεί μια υποσχόμενη επιλογή. Στην ενίσχυση της τουριστικής ζήτησης ο πελατοκεντρικός προσανατολισμός παραλληλίζει τις προτιμήσεις του επισκέπτη σε σχέση με τα χαρακτηριστικά του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Υποστασιοποιώντας την τουριστική διάσταση της ενδογενούς ή αυτοτροφοδοτούμενης περιφερειακής ανάπτυξης, οι προτιμήσεις και οι επιθυμίες των επισκεπτών διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην τουριστική αναζωογόνηση τουριστικών προορισμών. Επιπρόσθετα, η αντιλαμβανόμενη αξία του επισκέπτη σε έναν τουριστικό προορισμό ευεξίας αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξή του (Xie et al., 2022), ενώ η αποκομιζόμενη εμπειρία του μέσα από την επίσκεψη του αποτελεί αντικείμενο με ευρύ ερευνητικό ενδιαφέρον (Li et al., 2023).

Διαρκής στόχος και μόνιμη επιδίωξη αποτελεί η εκπλήρωση των προσδοκιών και η ικανοποίηση του επισκέπτη από την προσφερόμενη τουριστική εμπειρία στον τόπο προορισμού.

Οι επιστημονικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό των προτιμήσεων των επισκεπτών, όπως η ανάλυση σύζευξης, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση τουριστικών προϊόντων. Στην παρούσα εργασία, η ανάλυση σύζευξης χρησιμοποιήθηκε για τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών που οι ερωτώμενοι έκριναν ως προτιμητέα στη διαμόρφωση ενός προϊόντος τουρισμού ευεξίας. Πιο συγκεκριμένα, η ανάλυση σύζευξης μπορεί να χρησιμοποιηθεί όταν περισσότερα από ένα χαρακτηριστικά επηρεάζουν την τελική απόφαση των ερωτώμενων. Αποτελεί την ενδεδειγμένη μέθοδο όταν η χρησιμότητα ('utility'), η προτίμηση για κάποιο υποθετικό προϊόν ή υπηρεσία, συναρτάται από έναν αριθμό επεξηγηματικών-διερευνητικών μεταβλητών όπως τα χαρακτηριστικά ή οι ιδιότητες του υποθετικού αυτού προϊόντος (Rolfe et al. 2000, Walker & Ben-Akiva, 2002). Η συμπεριφορά του επισκέπτη - καταναλωτή για την επιλογή ή τη λήψη μιας απόφασης για ένα προϊόν ή υπηρεσία εξαρτάται από εκείνο το συνδυασμό χαρακτηριστικών του προϊόντος που μεγιστοποιεί την προτίμησή του. Όταν το προϊόν προς έρευνα αποτελείται από μεγάλο αριθμό χαρακτηριστικών τότε μπορεί να δημιουργηθεί σύγχυση, δυσανασχέτηση, ή άρνηση συμμετοχής στην έρευνα (Bateson et al., 1987).

Δομικό στοιχείο αποτελεί η ταυτοποίηση των προτιμήσεων των επισκεπτών έτσι ώστε οι προσφερόμενες υπηρεσίες ευεξίας να σχεδιαστούν με τρόπο που να συνάδουν και να ταιριάζουν με τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους (Voigt et al., 2011). Σε πολλές περιπτώσεις οι πελάτες κάνουν συγκρίσεις μεταξύ χαρακτηριστικών των προϊόντων διαμορφώνοντας το επίπεδο ικανοποίησής τους από αυτά (Andreu et al., 2021). Μια τέτοια δυναμική προσδίδει η εφαρμογή της ανάλυσης σύζευξης. Τα χαρακτηριστικά που χρησιμοποιήθηκαν αναφέρονται σε ερωτήσεις που μπορεί να ρωτά ο δυνητικός επισκέπτης πριν τη λήψη της απόφασης του για την επιλογή ενός προορισμού ευεξίας. Για παράδειγμα, πότε θα πάω, τι θα κάνω, πόσο θα καθίσω και πόσο θα πληρώσω σε έναν προορισμό (π.χ., προορισμό ευεξίας).

Στην παρούσα εργασία οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι προτιμούν το συνδυασμό φυσικής δραστηριότητας και ψυχικής-πνευματικής ανάτασης. Προηγούμενες έρευνες σε προορισμούς ευεξίας δείχνουν ότι οι επισκέπτες χρησιμοποίησαν υπηρεσίες γιόγκα, αναζωογόνησης ('spa'), μασάζ, αποθεραπείας, συμμετείχαν σε γεγονότα ('events') στη φύση ή με τρόφιμα ('local fresh foods and flavors'), καθώς και σε δραστηριότητες που αφορούσαν την πνευματική και σωματική τους ανάταση και βελτίωση (Kelly, 2010; Dillette et al., 2020; Kazakov & Oyner, 2020). Οι Park et al. (2012) και Hiroko et al. (2015) αναφέρουν ότι οι εμπειρίες τουρισμού ευεξίας βελτιώνουν τη φυσική και πνευματική ευζωία. Παράλληλα, σε προορισμούς τουρισμού ευεξίας κρίνεται σημαντική η αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών για το σύνολο των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει ολιστικά τη φυσική, πνευματική και ψυχική υγεία των επισκεπτών (Li et al., 2023).

Η εισαγωγή στην ανάλυση σύζευξης συγκεκριμένων δραστηριοτήτων που συνθέτουν τις υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας θα αύξαναν σημαντικά τον αριθμό χαρακτηριστικών και τα επίπεδά τους με αποτέλεσμα την πιθανή σύγχυση των ερωτώμενων και άρνηση συμμετοχής. Παρουσιάζεται όμως μια ευκαιρία για μελλοντική έρευνα στοχευμένη αποκλειστικά στο είδος και τον τύπο των υπηρεσιών που προτιμούν οι δυνητικοί επισκέπτες ενός προορισμού ευεξίας. Ωστόσο δεν υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος κανόνας για τον καθορισμό του αριθμού των χαρακτηριστικών και των επιπέδων τους που θα συμπεριληφθούν στην ανάλυση σύζευξης. Σύμφωνα με τους Pavlova et al. (2004) τα χαρακτηριστικά που θα συμπεριληφθούν θα πρέπει να είναι κατατοπιστικά (ενημερωτικά), ρεαλιστικά στο νόημα και σχετικά με την αντίστοιχη πολιτική. Άλλωστε σε μια ανάλυση σύζευξης πέντε ή έξι χαρακτηριστικά που συνθέτουν το προϊόν αποτελούν έναν ικανό και διαχειρίσιμο αριθμό παραγόντων που διευκολύνουν την εφαρμογή της (Smith, 1995).

Ο 'Χρόνος Επίσκεψης' αποτέλεσε ένα χαρακτηριστικό της ανάλυσης σύζευξης με στόχο τον καθορισμό της τουριστικής περιόδου που οι δυνητικοί επισκέπτες προτιμούν να

πραγματοποιήσουν την επίσκεψή τους. Οι ερωτώμενοι έδειξαν μια σαφή προτίμηση την περίοδο Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου αποφεύγοντας την περίοδο υψηλής τουριστικής ζήτησης του καλοκαιριού. Το ερευνητικό αυτό εύρημα μπορεί να αξιολογηθεί κατά το σχεδιασμό των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών. Άμεση συνέπεια είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (π.χ., μέσα από προγράμματα και προσφορές σε όλη τη διάρκεια του έτους) και η αποφυγή υψηλής συσσώρευσης επισκεπτών σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (π.χ., Ιούλιος και Αύγουστος). Με τον τρόπο αυτό μπορούν να αντιμετωπιστούν φαινόμενα εποχικότητας του τουρισμού. Παράλληλα, η διατήρηση της τουριστικής ζήτησης όλο το χρόνο μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στην τοπική οικονομία και επιχειρηματικότητα, στο εισόδημα, στον αριθμό και στη σταθερότητα των θέσεων απασχόλησης. Στην ίδια κατεύθυνση, το χαρακτηριστικό 'Διάρκεια Διαμονής' δίνει πληροφορίες για τον αριθμό διανυκτερεύσεων στην περιοχή έρευνας. Η μέση διάρκεια διαμονής στην παρούσα έρευνα είναι 7 διανυκτερεύσεις. Το χαρακτηριστικό αυτό, όπως και ο 'Χρόνος Επίσκεψης', μπορούν να συσχετιστούν με τη φέρουσα ικανότητα της περιοχής, έτσι ώστε να προφυλαχθεί η βιοποικιλότητα και η γεωποικιλότητα στην περιοχή λόγω ενδεχόμενων περιβαλλοντικών πιέσεων. Κατά συνέπεια, τα αποτελέσματα της ανάλυσης σύζευξης μπορούν να δώσουν πληροφορίες για τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων έτσι ώστε να μην περιοριστεί η ανάπτυξη υγιούς επιχειρηματικότητας που επιφέρει θετικά οφέλη στην τοπική κοινωνία και περιφερειακή οικονομία. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εποχικότητα στον τουρισμό αποτελεί αντικείμενο εκτενούς μελέτης δεδομένου ότι το ένα τρίτο των διανυκτερεύσεων παρατηρείται την καλοκαιρινή περίοδο (Ιούλιος – Αύγουστος) (Eurostat, 2023). Επίσης, μεταξύ των χωρών με τη μεγαλύτερη ένταση εποχικότητας για το έτος 2022 ήταν και η Ελλάδα (Eurostat, 2023). Επίσης, θα πρέπει να αναφερθεί ότι ο 'Σκοπός Επίσκεψης' μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως διερευνητική μεταβλητή σε έρευνες που χρησιμοποιούν μεθόδους δεδηλωμένης προτίμησης (Lopez-Sanchez et al., 2017).

Η συζευκτική ανάλυση έχει εφαρμοστεί σε ερευνητικές προσπάθειες μέσα στο πλαίσιο ανάπτυξης τουρισμού ευεξίας. Οι Romao et al. (2022) εφάρμοσαν τη συζευκτική ανάλυση για να ταυτοποιήσουν παράγοντες που μεγιστοποιούν την προτίμηση των ερωτώμενων μέσα από διαδικτυακή έρευνα ('stakeholder-based participatory process') έτσι ώστε να διαμορφωθεί μια αντίστοιχη πολιτική ('branding') στην περίπτωση της Kerala (Ινδία). Χρησιμοποιήθηκαν έξι χαρακτηριστικά με τρία επίπεδα το καθένα. Τα χαρακτηριστικά που προτίμησαν περισσότερο οι ερωτώμενοι ήταν το 'ταίριασμα' με στρατηγικές προτεραιότητες του οργανισμού ('fits with strategic priorities of the organization') και η ικανότητα ενσωμάτωσης σε τουριστικά πακέτα ευεξίας ('ability to integrate into wellness tourism packages').

Οι Kucukusta & Denizci Guillet (2014) εφάρμοσαν την ανάλυση για να μελετήσουν προτιμήσεις επισκεπτών σε σχέση με κέντρα αναζωογόνησης ('spa goers'). Διαπίστωσαν ότι μια μέση επιπέδου τιμή ('mid-level price'), το υψηλό επίπεδο για θεραπείες ('a high level of therapist qualifications'), το υψηλό επίπεδο ιδιαιτερότητας ('a high level of privacy'), μια πλήρη διάθεση από εγκαταστάσεις αναζωογόνησης ('a full range of spa facilities') αποτελούν τις προτιμήσεις των ερωτώμενων. Στο σχεδιασμό της ανάλυσης χρησιμοποιήθηκαν πέντε χαρακτηριστικά. Τρία από αυτά αποτελούταν από τρία επίπεδα, ενώ τα υπόλοιπα δύο χαρακτηριστικά από δύο επίπεδα. Επιπρόσθετα, οι Hajra & Gupta (2021) εφάρμοσαν την ανάλυση σύζευξης για τον καθορισμό των προτιμήσεων τουριστών στην Ινδία, συμπεριλαμβάνοντας τη διάρκεια επίσκεψης ως ένα από τα πέντε χαρακτηριστικά που χρησιμοποίησαν. Η έρευνα αφορούσε στον εγχώριο τουρισμό και διενεργήθηκε διαδικτυακά κατά τη διάρκεια της λοίμωξης COVID19. Οι Ryan & Farrar (2000) χρησιμοποίησαν την ανάλυση σύζευξης για να διερευνήσουν τις προτιμήσεις ατόμων που σχετίζονται με τα κόστη υγείας χρησιμοποιώντας τρία χαρακτηριστικά. Επίσης, οι Kim et al. (2014) εφάρμοσαν την ανάλυση στην περίπτωση του τουρισμού υγείας στην Κίνα χρησιμοποιώντας πέντε χαρακτηριστικά.

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι Carlson et al. (2003), Lopez et al. (2004), Mallou et al. (2004), Suh & Gartner (2004), Lawrence (2005), Sayadi et al. (2005), Suh & McAvoy (2005), Massiani & Rosato 2008, Lopes et al. (2009), Tripathi & Siddiqui (2010), Löffler & Baier (2015) χρησιμοποίησαν την ανάλυση σύζευξης για την ταυτοποίηση προτιμήσεων σε σχέση με την ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων και την αξιοποίηση φυσικών πόρων γεγονός που φανερώνει την ευρεία αποδοχή από την επιστημονική κοινότητα, τη χρησιμότητά της ως ερευνητική μέθοδο και το ευρύ πεδίο εφαρμογής της. Υποστηρικτικά, η ανάλυση σύζευξης έχει χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση μοντέλων ζήτησης σε σχέση με τον πολιτιστικό τουρισμό (Coscia & Pasquino, 2022) καθώς και για την ταυτοποίηση των προτιμήσεων που σχετίζονται με τη διαδικασία επιλογής ξενοδοχείου ('choice of hotel attributes') (Huertas-Garcia et al., 2012). Διαπιστώνεται λοιπόν η δυνατότητα περαιτέρω διερεύνησης στην περίπτωση του τουρισμού ευεξίας και των προτιμήσεων των επισκεπτών.

Σημαντικό ρόλο στην εκπλήρωση του ερευνητικού σκοπού της παρούσας έρευνας διαδραμάτισε η μέθοδος της υποθετικής αξιολόγησης. Η 'CVM' έχει εφαρμοστεί για τον υπολογισμό της προθυμίας πληρωμής μέσα στο πλαίσιο τουρισμού (Lee and Han, 2002; Kim et al., 2007; Han & Lee, 2008; Lee et al., 2013b; Armbrrecht, 2014; Jeon & Yang, 2021; Mukanjari et al., 2022). Αποτελεί μια επιστημονική επιλογή για την εκτίμηση αξιών χρήσης και μη χρήσης στο πλαίσιο υπολογισμού της Συνολικής Οικονομικής Αξίας που απορρέει από την αξία αναψυχής ή την αποτίμηση προσφερόμενων οικοσυστημικών υπηρεσιών και των αντίστοιχων ωφελειών ή απωλειών τους. Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή μιας έρευνας 'CVM' μπορούν να ενσωματωθούν σε αναλύσεις κόστους - οφέλους για τη χάραξη αντίστοιχων πολιτικών (Shan et al., 2023).

Στην παρούσα εργασία η 'CVM' εφαρμόστηκε για τον υπολογισμό της προθυμίας πληρωμής των επισκεπτών για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας με βάση τις προτιμήσεις τους όπως

αυτές καθορίστηκαν από την ανάλυση σύζευξης. Η προσέγγιση αυτή δεν είναι εμφανής στη σχετική βιβλιογραφία. Κατά συνέπεια, παρουσιάστηκε μια ερευνητική ευκαιρία για την εφαρμογή της στο πεδίο του τουρισμού ευεξίας. Πιο συγκεκριμένα, με την ανάλυση σύζευξης διαμορφώθηκε το προτεινόμενο τουριστικό προϊόν με βάση την κρίση και την προτίμηση των ερωτώμενων. Στη συνέχεια για τον προτιμητέο για αυτούς συνδυασμό χαρακτηριστικών του υποθετικού προϊόντος που μεγιστοποιεί την προτίμησή τους, οι συμμετέχοντες εξέφραζαν την προθυμία πληρωμής τους. Επιτυγχάνεται έτσι μια ολοκληρωμένη διερεύνηση των προτιμήσεων σε έναν τόπο προορισμού ευεξίας και του ποσού που είναι διατεθειμένοι οι δυνητικοί χρήστες να καταβάλλουν για να απολαύσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Η προθυμία πληρωμής υπολογίστηκε στα 47,33€ ανά άτομο και ημέρα επίσκεψης. Το ποσό αυτό δηλώνει το μέγιστο ποσό που ο ερωτώμενος-καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει για το τουριστικό προϊόν που προτίμησε. Η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής αποτελεί συνάρτηση πολλών παραγόντων όπως το εισοδηματικό και μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, την ερώτηση της προθυμίας πληρωμής, ενώ μπορεί να παρουσιάζει διακυμάνσεις σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Επίσης, η προθυμία πληρωμής μπορεί να σχετίζεται με την γενικότερη αγοραστική συμπεριφορά των ερωτώμενων καθώς και από τα καταναλωτικά πρότυπα που ακολουθούν ή και τη στάση ζωής που υιοθετούν.

Με τον τρόπο αυτό τα εμπλεκόμενα μέρη στην ανάπτυξη προορισμών μπορούν να σχεδιάσουν, διαμορφώσουν και να αναπτύξουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας ενσωματώνοντας μια τιμολογιακή πολιτική που να ευθυγραμμίζεται με την προθυμία πληρωμής των επισκεπτών ανταποκρινόμενοι στις προτιμήσεις τους. Οι οικονομικές μεταβλητές είναι σημαντικό να συνυπολογίζονται στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος, αφού ασκούν επίδραση στην τουριστική ζήτηση και, κατά συνέπεια, είναι δυνατό να επηρεάσουν το εισόδημα και την ενδυνάμωση του κοινωνικού ιστού της τοπικής κοινωνίας. Ταυτόχρονα, μπορούν να δομηθούν αντίστοιχα διαχειριστικά σχέδια και επικοινωνιακά πλάνα που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες

και προτιμήσεις των επισκεπτών. Σύμφωνα με τους Smith & Kelly (2006), τα εμπλεκόμενα μέρη σε μια τουριστική αγορά ευεξίας πρέπει να γνωρίζουν τις ανάγκες των τουριστών οι οποίες μεταβάλλονται σε διαφορετικές στιγμές και στάδια κατά τη διάρκεια της ζωής τους.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι ερωτώμενοι είναι περισσότερο πιθανό να έχουν θετική προθυμία πληρωμής για υπηρεσίες που ενισχύουν την έννοια της αειφορίας και προστατεύουν το φυσικό περιβάλλον. Κατά συνέπεια, οι προσφερόμενες υπηρεσίες θα πρέπει να στοχεύουν στη μετάδοση ενός περιβαλλοντικού μηνύματος βιώσιμης ανάπτυξης έτσι ώστε να αυξηθεί η προθυμία πληρωμής των επισκεπτών. Οι επισκέπτες δείχνουν σαφή προτίμηση σε προορισμούς που σέβονται το περιβάλλον. Παράλληλα, το υψηλό μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων δείχνει ότι η συσσώρευση γνώσης βοηθά στην κατανόηση των θετικών ωφελειών που θα αποκομίσουν οι επισκέπτες από την αειφορική διαχείριση της περιοχής έρευνας με επίκεντρο τον τουρισμό ευεξίας. Επιπρόσθετα, η θετική προθυμία πληρωμής αφορά στην ανάπτυξη δεξιοτήτων (π.χ., προσωπικό), στη δημιουργία νέων υποδομών, στην ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων (π.χ. γαστρονομία), και στην ενδυνάμωση της έννοιας της ποιότητας σε σχέση με την προσφερόμενη τουριστική εμπειρία. Οι διερευνητικές αυτές μεταβλητές προσδίδουν μια ολιστική προσέγγιση στη διερεύνηση της προθυμίας πληρωμής ενσωματώνοντας περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις. Ταυτόχρονα, δίνουν απάντηση στο αν θέλουμε περισσότερο τουρισμό με καθαρά οικονομικό ενδιαφέρον ή θέλουμε 'καλύτερο' τουρισμό που ενσωματώνει την οικονομική διάσταση κάθε εγχειρήματος χωρίς να αγνοεί το περιβάλλον και την κοινωνία.

Η προθυμία πληρωμής και η αντίστοιχη καταβολή του ποσού αυτού (π.χ., 'spending') δεν θα πρέπει να ερμηνευτεί μόνο με χρηματικούς όρους, δηλαδή μόνο σε σχέση με την οικονομική της διάσταση. Αντίθετα, θα πρέπει να λογιστεί στην έννοια της αειφορίας το πως η χρηματική αυτή μεταβλητή μπορεί να ωφελήσει μια φιλική στο περιβάλλον συμπεριφορά και υπεύθυνη

στάση του επισκέπτη στον τόπο προορισμού ('responsible spending pattern' ή 'buying behavior').

Είναι γεγονός ότι το περιβάλλον φιλοξενεί κάθε οικονομική δραστηριότητα της οποίας ο μακροπρόθεσμος προσανατολισμός εξαρτάται ευθέως από την υγεία του οικοσυστήματος που χρησιμοποιεί. Η κοινωνία γίνεται δέκτης κάθε ενδεχόμενης αρνητικής εξωτερικότητας ('negative externalities') και αρνητικού οφέλους ('negative benefits') από φαινόμενα αποτυχίας της αγοράς ('market failure'). Όλες αυτές οι διαστάσεις θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη σε σχέση με την επισκεψιμότητα και την προθυμία πληρωμής. Δίνεται η ευκαιρία να ξεφύγουμε από τα συμβατικά πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης και να στραφούμε σε λύσεις αμοιβαίων ωφελειών στη διεπαφή φυσικών πόρων και κοινωνικοοικονομικού συστήματος μέσα στο πλαίσιο μιας υγιούς ενδογενούς ή αυτοτροφοδοτούμενης ανάπτυξης.

Υποστηρικτικά, περιβαλλοντικές έρευνες δείχνουν ότι υψηλού εισοδηματικού επιπέδου άτομα είναι περισσότερο πρόθυμοι να πληρώσουν για την προστασία του περιβάλλοντος στις ανεπτυγμένες χώρες (Shahzad et al., 2022). Μια υψηλή προθυμία πληρωμής μπορεί να οδηγήσει σε υψηλή κατανάλωση προσφερόμενων και προτιμητέων προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτή η υψηλή κατανάλωση οδηγεί σε περισσότερα έσοδα από την ανάπτυξη και τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Κατά συνέπεια, αναμένεται η συνδρομή του τουρισμού ευεξίας να είναι σημαντική και θετική. Μια τέτοια προσέγγιση μπορεί να στραφεί προς την αποφυγή διαρροών εισοδήματος από την τοπική οικονομία ('leakages'). Για περιφερειακές και εθνικές οικονομίες που δομούν σημαντικά το αντίστοιχο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) από τον τουρισμό, η προσέγγιση της παρούσας εργασίας θα μπορούσε να ενισχύσει την προσπάθεια τους για αύξηση των οικονομικών μεγεθών τους με θετικά πρόσημα.

Οι διερευνητικές μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα εργασία για την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής συναντώνται σε παρόμοιες ερευνητικές προσπάθειες. Για

παράδειγμα, το εισόδημα χρησιμοποιήθηκε από τους Garrod & Fyall (2000), More & Stevens (2000) και Reynisdottir et al. (2008), Duran-Roman et al. (2021) ενώ το μορφωτικό επίπεδο συμπεριλήφθηκε ως επεξηγηματική μεταβλητή από τους Alves et al. (2014), Halkos & Matsiori (2012), Reynisdottir et al. (2008). Επίσης, διαχρονικά το ηλικιακό επίπεδο αποτελεί υπό διερεύνηση μεταβλητή στην εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής (Van Liere & Dunlap, 1980; Danieri & Takahashi, 1999; Kostakis & Sardianou, 2011; Duran-Roman et al., 2021). Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι σε αντίστοιχες έρευνες έχει διερευνηθεί και η περιβαλλοντική διάσταση ('environmental awareness') στην εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής. Ενδεικτικά, αναφέρονται έρευνες που διεξήχθησαν από τους Carlsson & Johansson-Stenman (2000) και Reynisdottir et al. (2008). Αξίζει να σημειωθεί ότι μεταβλητές που ως περιεχόμενο σχετίστηκαν με την έννοια της διαφάνειας και της ηθικής, μελετήθηκαν για τη διερεύνηση της επιρροής τους στην προθυμία πληρωμής (Juvan & Dolnicar, 2014; Choi & Ritchie, 2014). Στην παρούσα εργασία, ένα μέρος των ερωτώμενων απάντησε αρνητικά ως διαμαρτυρία στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής διότι θεώρησαν ότι τα χρήματα που θα καταβληθούν δεν θα διαχειριστούν σωστά (19 απαντήσεις).

Η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στην περιοχή μπορεί να συνδράμει αποφασιστικά στη βελτίωση της κοινωνικής συνοχής και ευημερίας ('revive depopulated areas'). Συνεπώς, τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας καθώς και οι προεκτάσεις τους μπορούν να αξιοποιηθούν σε έτσι ώστε η επιδιωκόμενη τουριστική ανάπτυξη να βοηθήσει αποφασιστικά στη διατήρηση του πληθυσμού στον τόπο του δημιουργώντας οικογένεια αφού θα βρίσκει σταθερό εισόδημα και θέσεις εργασίας.

Στις πρακτικές επιπτώσεις της παρούσας έρευνας συγκαταλέγεται και η ανάπτυξη δομημένων οργανισμών διαχείρισης προορισμών στα πρότυπα των διεθνώς αναγνωρισμένων Destination Management Organizations (DMOs). Μέσα από συνέργειες και την αντίστοιχη δικτύωση μεταξύ

των εμπλεκόμενων μερών, με τον αντίστοιχο συντονισμό και συνεργασία, μπορεί να επιτευχθούν υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας συμπαρασύροντας και άλλες μορφές τουρισμού στην περιοχή καθόλη τη διάρκεια του χρόνου. Παράλληλα, η εκ των προτέρων γνώση της προθυμίας πληρωμής θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως αξιολογήσιμο στοιχείο για τυχόν επικείμενες επενδύσεις και τη βιωσιμότητα τους. Κατά συνέπεια, οι οργανισμοί αυτοί μπορούν να διαχειριστούν αποδοτικά πόρους και διαδικασίες ('efficiency') και αποτελεσματικά σχέδια βελτίωσης και αναζωογόνησης της περιοχής ('effectiveness'). Η προσέγγιση αυτή ενδυναμώνεται από τις απαντήσεις των ερωτώμενων που θεωρούν ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης (203 απαντήσεις) ή πάρα πολλά περιθώρια βελτίωσης (171 απαντήσεις) της υπάρχουσας κατάστασης. Διαφαίνεται λοιπόν μια ευκαιρία για περαιτέρω επενδύσεις και καινοτόμα σχέδια ανάπτυξης που αναμένεται να αυξήσουν την επισκεψιμότητα στην περιοχή. Υποστηρικτικά, οι ιθύνοντες στη διαχείριση ενός προορισμού ευεξίας σε σχέση με την αποκομιζόμενη εμπειρία, θα είναι σε θέση να γνωρίζουν τα χαρακτηριστικά του επισκέπτη, το περιεχόμενο των υπηρεσιών που θα προσφέρονται, καθώς και τα χαρακτηριστικά των ανθρώπων που θα προσληφθούν (Li et al., 2023). Στην ίδια κατεύθυνση οι Slomonson et al. (2012) και Srivastava & Kaul (2014) διαπίστωσαν ότι οι εργαζόμενοι αποτελούν ρυθμιστικό παράγοντα για το αποτέλεσμα των υπηρεσιών που προσφέρονται. Γεγονός, που επιβεβαιώνεται και στην παρούσα εργασία αφού ο τουρισμός ευεξίας μπορεί να ενδυναμώσει το επίπεδο των δεξιοτήτων τους και να προκαλέσει μια θετική προθυμία πληρωμής στον επισκέπτη.

Υποστηρικτικά, τα αποτελέσματα της θεωρίας της σχεδιαζόμενης συμπεριφοράς ενισχύουν ερμηνευτικά την ανάπτυξη υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας δεδομένου ότι επιβεβαιώθηκαν και οι τρεις υποθέσεις. Οι υποθέσεις αυτές, που έχουν τη φύση ερευνητικών ερωτημάτων, βοηθούν στη διερεύνηση και κατανόηση της συμπεριφοράς των ατόμων (Kan & Fabrigar, 2017). Η επιβεβαίωση των υποθέσεων αυτών πραγματοποιήθηκε μέσα από την επιβεβαιωτική

ανάλυση παραγόντων και την ανάλυση μονοπατιού. Η ΘΣΣ μπορεί να βοηθήσει στην ανάλυση της συμπεριφοράς των επισκεπτών διαμορφώνοντας ένα υπόβαθρο για την υλοποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ για την προώθηση ενός βιώσιμου τουρισμού (Joo et al., 2020). Πρακτικά, με τον τρόπο αυτό, θα μπορούσε να σχεδιαστεί ένα προϊόν που να συνυπολογίζει τα πιστεύω και τις πεποιθήσεις των δυνητικών επισκεπτών. Για παράδειγμα, ο παράγοντας 'Στάσεις' έχει αποδειχτεί ότι συνδέεται με την πρόθεση να εκδηλωθεί μια φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά (de Leeuw et al., 2015).

Πιο συγκεκριμένα, η 'Στάση' απέναντι στη συμπεριφορά, δηλαδή οι πεποιθήσεις και οι προσωπικές εκτιμήσεις του ερωτώμενου σε σχέση με τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας, το 'Υποκειμενικό Πρότυπο' μέσα από τα άτομα του κοινωνικού περίγυρου (π.χ., φιλικός περίγυρος) και την αντίστοιχη επιρροή τους στο άτομο καθώς και ο 'Αντιλαμβανόμενος Έλεγχος της Συμπεριφοράς', δηλαδή ο έλεγχος του ατόμου πάνω την εκδήλωση της ίδιας του της συμπεριφοράς (π.χ., χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας) έχουν σημαντική και θετική σχέση με την πρόθεση του ερωτώμενου να κάνει χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας ('Πρόθεση Εκδήλωσης της Συμπεριφοράς'). Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης της ΘΣΣ διαφαίνεται ότι οι ερωτώμενοι αναμένεται να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας γεγονός που ενδυναμώνει τη σχετική τουριστική ζήτηση και ακολούθως αναμένεται να ενισχύσει την επισκεψιμότητα στην περιοχή. Τα αποτελέσματα αυτά δίνουν ένα θετικό αντίκτυπο στο τι θα πράξει πραγματικά ο ερωτώμενος σε σχέση με τη χρήση των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Για παράδειγμα, όταν για ένα άτομο η 'Στάση' απέναντι στη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας είναι σημαντική και θετική, τότε αυτό που αναμένεται είναι το άτομο να εκδηλώσει και την αντίστοιχη συμπεριφορά.

Οι Li et al. (2023) εφάρμοσαν την επιβεβαιωτική ανάλυση για την ταυτοποίηση παραγόντων που επηρεάζουν την τουριστική εμπειρία σε σχέση με τον τουρισμό ευεξίας. Μελέτησαν την

τουριστική εμπειρία σε σχέση με την υγεία ('regain health'), την απόδραση από στρες ('escape from stress') και την ατομική ανακάλυψη ('discover oneself').

Επίσης, οι Xie et al. (2022) εφάρμοσαν την επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων σε συνδυασμό με τη χρήση δομικού μοντέλου εξισώσεων για την επιβεβαίωση υποθέσεων σχετιζόμενων με την αντιλαμβανόμενη αξία των επισκεπτών ('perceived customer value') σε έναν προορισμό τουρισμού ευεξίας.

Οι Boguszewicz-Kreft et al. (2020) χρησιμοποίησαν τη ΘΣΣ στο πλαίσιο μελέτης για τον τουρισμό υγείας. Διαπίστωσαν ότι η χώρα προέλευσης των επισκεπτών αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην πρόβλεψη της πρόθεσης τους.

Οι Subawa et al. (2023) βασίστηκαν στη ΘΣΣ για να προβλέψουν την τουριστική συμπεριφορά των ερωτώμενων σε σχέση με τον τουρισμό ευεξίας. Στο μοντέλο που υιοθέτησαν, διαπίστωσαν ότι οι παράγοντες 'Υποκειμενικά Πρότυπα' και 'Αντιλαμβανόμενος Έλεγχος της Συμπεριφοράς' απέτυχαν στην πρόβλεψη της πρόθεσης της συμπεριφοράς των ερωτώμενων.

Οι Kim et al. (2010) εφαρμόζοντας δομικά μοντέλα ανάλυσης που στηρίχθηκαν στη ΘΣΣ για την πρόβλεψη μιας επίσκεψης σε κέντρα αναζωογόνησης ('spa'), ενώ οι Ashraf et al. (2020) διαπίστωσαν τη θετική σχέση μεταξύ των προαγόντων της ΘΣΣ σε σχέση με την πρόθεση επίσκεψης σε φιλικούς στο περιβάλλον τουριστικούς προορισμούς.

Τα ερευνητικά αποτελέσματα μπορεί να εξαρτώνται και να διαφοροποιούνται από τον αριθμό των παραγόντων που χρησιμοποιούνται, στην επέκταση της ΘΣΣ με τη χρήση επιπρόσθετων μεταβλητών, από το μέγεθος του δείγματος, και από την οικονομετρική ανάλυση που χρησιμοποιείται από τους ερευνητές.

Ο συνδυασμός και των τριών αναλύσεων που υιοθετήθηκαν στην παρούσα εργασία συνέθεσαν ένα μεθοδολογικό πλαίσιο για τη διερεύνηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης και χρήσης

υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Στηρίχθηκαν στην αμερόληπτη προσωπική κρίση των ερωτώμενων και στη δεδηλωμένη προτίμησή τους για τα χαρακτηριστικά και την προθυμία πληρωμής, καθώς και για την πρόθεσή τους να εκδηλώσουν τη συμπεριφορά τους και να κάνουν χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διδακτορική αυτή διατριβή ενσωματώνει μια πολυπαραμετρική ερευνητική προσέγγιση για την ανάπτυξη τουριστικών προορισμών (π.χ., την αναζωογόνησή και την εξέλιξή τους) με τη χρήση μεθοδολογιών δεδηλωμένης προτίμησης για τη διαμόρφωση πελατοκεντρικών προϊόντων και υπηρεσιών. Επιπρόσθετα, λαμβάνεται υπόψη και η κοινωνικο-ψυχολογική διάσταση των ανθρώπων στην πρόθεσή τους να κάνουν χρήση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Το προτεινόμενο μοντέλο συνδυάζει μεθοδολογίες έρευνας που μπορούν να αξιοποιηθούν σε μια πλειάδα περιοχών μέσα από την αντιπροσωπευτικότητα τους και την εμπειρική εφαρμογή τους. Επιπρόσθετα, δίνεται έμφαση στην έννοια της ενδογενούς ανάπτυξης και της ενδυνάμωσης των πλεονεκτημάτων της (π.χ., τουρισμός ευεξίας) προς όφελος της περιφερειακής οικονομίας και τοπικής κοινωνίας.

Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα εστιάζει 'πώς' από τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος (π.χ., χρήση πόρων για ευεξία) μπορεί να προκύψουν μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης που να έλκουν την προτίμηση των επισκεπτών-καταναλωτών. Με τον τρόπο αυτό ενδυναμώνεται η επιδιωκόμενη ενδογενής ανάπτυξη αφού ανατροφοδοτείται με βάση τις προτιμήσεις των επισκεπτών μέσα από την έννοια των πελατοκεντρικών τουριστικών προϊόντων.

Η ακολουθούμενη ερευνητική-μεθοδολογική προσέγγιση ενισχύει τη λύση προβλημάτων που αντιμετωπίζουν πολλές περιοχές, ιδιαίτερα στην ενδοχώρα, ή πιο απομακρυσμένες από αστικά κέντρα περιοχές. Προσεγγίζονται λοιπόν λύσεις, εφικτές και εμπειρικά τεκμηριωμένες, με στόχο την αποφυγή συρρίκνωσης του πληθυσμού, την ενίσχυση του εισοδήματος και τη δημιουργία σταθερών θέσεων εργασίας.

Παράλληλα, στην προσπάθεια αυτή λαμβάνονται υπόψη χαρακτηριστικά και παράμετροι που κάλλιστα μπορούν να υιοθετηθούν σε νέες ερευνητικές προσπάθειες σε άλλες περιοχές που

επιδιώκουν την ανάκαμψή ή την περαιτέρω βελτίωσή τους με γνώμονα τον τουρισμό. Για παράδειγμα, η επιλογή του 'χρόνου' και της 'διάρκειας' παραμονής σε έναν τουριστικό προορισμό μπορεί να συνδεθεί με την αντιμετώπιση της εποχικότητας αλλά και της ικανότητας του να φιλοξενεί έναν ορισμένο αριθμό επισκεπτών. Πρόκειται για παράγοντες που δημιουργούν μια ροή πληροφοριών στη διαχείριση των προορισμών που 'δανείζονται' δεδομένα από τα ερευνητικά αποτελέσματα της ακολουθούμενης μεθοδολογίας της παρούσας εργασίας. Στην παρούσα εργασία η ανάπτυξη και η χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας στο πλαίσιο του προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος δομήθηκε κατά τέτοιο τρόπο ώστε να αναδείξει θέματα εποχικότητας και φέρουσας ικανότητας, όπως για παράδειγμα ο χρόνος επίσκεψης και η διάρκεια επίσκεψης. Κατά συνέπεια, ο τουρισμός ευεξίας προσφέρεται ως μια μορφή ήπιας τουριστικής ανάπτυξης που μπορεί να αξιοποιηθεί για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Ο τουρισμός ευεξίας στην περιοχή έρευνας μπορεί να αποτελέσει αναπόσπαστο τμήμα κάθε οργανωμένης και άρτια σχεδιασμένης πολιτικής προς την κατεύθυνση της ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ερωτώμενοι προτίμησαν μια επίσκεψη κατά το διάστημα Σεπτεμβρίου – Οκτωβρίου, με διάρκεια διαμονής από 1 έως 7 ημέρες, με κύριο σκοπό επίσκεψης τον τουρισμό ευεξίας με δραστηριότητες που αφορούν στη φυσική δραστηριότητα και στη ψυχική/πνευματική ανάταση. Ο συνδυασμός αυτός αποδείχθηκε ότι μεγιστοποιεί την προτίμηση των ερωτώμενων, ενώ η προθυμία πληρωμής των επισκεπτών υπολογίστηκε στα 47,33€.

Με γνώμονα την αποδοτικότητα των πόρων και την αποτελεσματικότητα των απαιτούμενων διαχειριστικών σχεδίων η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας μπορεί να προσδώσει ώθηση στην τοπική οικονομία και στην περιφερειακή επιχειρηματικότητα. Κυρίως όμως θα ενισχύσει το

εισόδημα των κατοίκων, θα αποτρέψει τη φυγή τους σε άλλες περιοχές ή σε ήδη επιβαρυνόμενα αστικά κέντρα. Παράλληλα μπορεί να υπάρξουν οι προϋποθέσεις για μια καλύτερη και ποιοτικότερη ζωή σε ένα υγιές και ασφαλές φυσικό περιβάλλον.

Μια τέτοια κατάσταση θα προσελκύσει επισκέπτες υψηλού εισοδηματικού και μορφωτικού επιπέδου που είναι πρόθυμοι να δαπανήσουν χρήματα για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας. Η εκδήλωση μια τέτοιας συμπεριφοράς φάνηκε να σχετίζεται θετικά με θέματα βιώσιμης διαχείρισης των φυσικών πόρων και την ανάπτυξη τουρισμού ευεξίας μέσα από τη δική τους υπεύθυνη συμπεριφορά. Επιπρόσθετα, η προθυμία πληρωμής σχετίστηκε θετικά με τη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης τουριστικής εμπειρίας, τον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, τη δημιουργία νέων υποδομών και την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων.

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι προσωπικές πεποιθήσεις, ο κοινωνικός περίγυρος και ο έλεγχος του ατόμου για την ίδια την απόφασή του για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας έχουν σημαντική και θετική σχέση για την πρόθεσή του να χρησιμοποιήσει υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας. Οι σχέσεις αυτές επιβεβαιώθηκαν μέσα από την εφαρμογή της θεωρίας της σχεδιαζόμενης συμπεριφοράς.

Περιγράφηκε λοιπόν μια πλήρης ερευνητική προσέγγιση σε σχέση με τις προτιμήσεις των ερωτώμενων, την προθυμία πληρωμής τους αλλά και τις επιρροές που μπορεί να δεχθούν στην πρόθεσή τους να εκδηλώσουν μια τέτοια συμπεριφορά και να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας.

Η περιοχή έρευνας αποτελεί μια ενδεικτική περίπτωση με περιθώρια βελτίωσης, όπως άλλωστε οι ίδιοι οι ερωτώμενοι έκριναν. Η ήδη υπάρχουσα υποδομή μπορεί και πρέπει να αναβαθμιστεί. Η πρότερη φήμη της περιοχής μπορεί και πρέπει να αποτελέσει ένα ισχυρό

σύμμαχο στην προσπάθεια αναζωογόνησης της και στην αναδιαμόρφωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος ευεξίας.

Η προσπάθεια αυτή μπορεί να υλοποιηθεί αξιοποιώντας τα ερευνητικά αποτελέσματα της παρούσας εργασίας. Το εύρος εφαρμογής των αναλύσεων και οι διερευνητικές μεταβλητές είχαν σημαντική συμβολή στην έρευνα. Οι απαντήσεις που λήφθηκαν 'στηρίχθηκαν' στην προσωπική κρίση των ερωτώμενων μέσα από τη συμμετοχή τους. Κατά συνέπεια, η συνδυασμένη εφαρμογή των πολυπαραμετρικών αυτών μεθοδολογιών επιτρέπει την ολιστική προσέγγιση μέσα από μια εμπειριστατωμένη ερευνητική ματιά για την ανάπτυξη τουρισμού ευεξίας. Η προτεινόμενη αυτή προσέγγιση μπορεί να εφαρμοστεί και σε άλλες περιοχές όχι μόνο για την ανάπτυξη τουρισμού ευεξίας αλλά και για την ανάπτυξη ή ενδυνάμωση άλλων τουριστικών μορφών μέσα στα πλαίσια της αειφορίας και της ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης.

Η διαμόρφωση τουριστικών προϊόντων μέσα από πελατοκεντρικές προσεγγίσεις επιτρέπουν την κατανόηση τάσεων που εδράζονται στις προτιμήσεις, τις ανάγκες και τα κίνητρα των επισκεπτών να λάβουν την απόφαση να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι ή να επιλέξουν έναν τόπο προορισμού. Η ταυτοποίηση και κατανόηση αυτών των παραμέτρων βοηθά τους τόπους προορισμού να ισχυροποιηθούν απέναντι στην αναμενόμενη τουριστική ζήτηση, ευρισκόμενοι σε θέση να προσφέρουν μια τουριστική εμπειρία ανάλογη των απαιτήσεων και των προσδοκιών του επισκέπτη-καταναλωτή. Διαμορφώνεται λοιπόν μια δυναμική σχέση ανάμεσα στον τόπο προορισμού και στις προτιμήσεις του επισκέπτη. Η σχέση αυτή μπορεί να προσδώσει μέσα από την ικανοποίηση του επισκέπτη ένα ισχυρό προβάδισμα στον τόπο προορισμού αφού θα βρίσκεται υψηλά στη συνείδησή του (π.χ. 'positioning marketing', 'visit-revisit') ή/και ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ('competitive advantage') της περιοχής στη σχετική αγορά εργασίας.

Κατά συνέπεια, η παρούσα ανάλυση ενσωμάτωσε τις κρίσεις και τις απόψεις των επισκεπτών για τη διαμόρφωση ενός υποθετικού τουριστικού προϊόντος που θα τους ικανοποιούσε λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά του και τις δεδηλωμένες προτιμήσεις τους.

Αναγνώρισε τη διαφορετικότητα των παραμέτρων του τουρισμού ευεξίας που σχετίζονται με την προθυμία πληρωμής τους.

Έλαβε υπόψη παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την τουριστική ζήτηση. Μελέτησε τη σχέση παραγόντων που σχετίζονται με το ίδιο το άτομο και την πρόθεση του να χρησιμοποιήσει υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας.

Οδήγησε σε ερευνητικά αποτελέσματα που μπορούν να ενσωματωθούν σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων για τη διαχείριση της περιοχής έρευνας με επίκεντρο τον τουρισμό ευεξίας. Εντόπισε ευκαιρίες για την αύξηση της επισκεψιμότητας πέραν των περιόδων υψηλής ζήτησης.

Ανέδειξε σχέσεις αλληλεξάρτησης μεταξύ των προτιμήσεων των επισκεπτών και την προθυμία πληρωμής τους για ένα προϊόν που οι ίδιοι επέλεξαν.

Πρότεινε, με αφορμή τα ερευνητικά αποτελέσματα, επιπρόσθετα πεδία εφαρμογής των μεθοδολογιών που εφάρμοσε.

Η ερευνητική αυτή προσπάθεια μπορεί να ενδυναμωθεί περαιτέρω μέσα από την ενίσχυση της ενδογενούς περιφερειακής ανάπτυξης με ανθρωποκεντρικά χαρακτηριστικά.

Μια ενδογενή ανάπτυξη που καλείται να διαχειριστεί ορθολογιστικά και συνετά τους φυσικούς πόρους, την οικονομική δραστηριότητα και επιχειρηματικότητα, την τοπική κοινωνία και τους κατοίκους της.

Μια ενδογενής ανάπτυξη που θα αξιοποιήσει νέους επιστήμονες που εξειδικεύονται σε θέματα τουρισμού και διαχείρισης πόρων και διαδικασιών.

Μια ενδογενής ανάπτυξη που θα τολμήσει να οραματιστεί και με σύνεση μέσα από τη δημιουργία διεπιστημονικών και διαθεματικών προσεγγίσεων και επιτροπών να παρακολουθεί, να αξιολογεί και να εκτιμά τα βήματα προόδου κατά την εφαρμογή της επιστημονικής έρευνας, των βελτιωτικών σχεδίων και των έργων πνοής στην περιοχή.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αγαπητέ Κύριε /Αγαπητή Κυρία,

Το παρόν ερωτηματολόγιο έχει δημιουργηθεί ως ερευνητικό εργαλείο για την εκπόνηση διδακτορικής διατριβής που πραγματεύεται τη διαμόρφωση ενός τουριστικού προϊόντος που θα βασίζεται στον τουρισμό ευεξίας ως μέσο ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας και της περιφερειακής ανάπτυξης.

Για το λόγο αυτό η συλλογή δεδομένων, που αποτελούν το αποτέλεσμα της κρίσης των ερωτώμενων, είναι σημαντική για την επιτυχία της έρευνας. **Οι απαντήσεις σας είναι ανώνυμες και εμπιστευτικές, ενώ δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις.**

Ζητείται μόνο η ειλικρινής κρίση σας κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έτσι ώστε τα συμπεράσματα της έρευνας να εξαχθούν με αξιόπιστο και επιστημονικά αποδεκτό τρόπο.

Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας.

Με εκτίμηση,

Γιώργος Οικονόμου
 Υποψήφιος Διδάκτορας
Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης ΠΘ

Μέρος Α.

1. Έχετε επισκεφτεί ξανά την περιοχή;

Ναι ☐ Όχι ☐

1.1 Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην ερώτηση 1, πόσες φορές έχετε επισκεφθεί την περιοχή;

.....

2. Ποια είναι η διάρκεια της επίσκεψής σας στην περιοχή; (ημέρες διαμονής)

.....

3. Ποιος είναι ο λόγος επίσκεψής σας στην περιοχή;

3.1 Επιχειρηματικός τουρισμός

3.2 Τουρισμός αναψυχής

3.3 Επίσκεψη σε φίλους και γνωστούς

3.4 Άλλο, Παρακαλώ διευκρινίστε

4. Έχετε επισκεφθεί και χρησιμοποιήσει στο παρελθόν υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας, όπως υπηρεσίες φυσικής ενδυνάμωσης (fitness) ή ψυχικής ανάτασης/αποφόρτισης από στρες και άγχος (σε οποιαδήποτε περιοχή);

Ναι ☐ Όχι ☐

5. Πιστεύετε ότι υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας στην περιοχή έρευνας;

Δεν υπάρχουν Καθόλου Περιθώρια Βελτίωσης	Υπάρχουν Λίγα Περιθώρια Βελτίωσης	Δεν υπάρχουν Ούτε Λίγα Ούτε Πολλά Περιθώρια Βελτίωσης	Υπάρχουν Πολλά Περιθώρια Βελτίωσης	Υπάρχουν Πάρα Πολλά Περιθώρια Βελτίωσης
Περιθώρια Βελτίωσης (π.χ., τύπος δραστηριοτήτων, ποικιλία δραστηριοτήτων, νέες τοποθεσίες ανάπτυξης εγκαταστάσεων παροχής υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας)				

6. Πιστεύετε ότι ο τουρισμός ευεξίας μπορεί να μεταφέρει στον επισκέπτη ένα μήνυμα:

Για την προστασία της περιοχής μέσα από τη δική του υπεύθυνη συμπεριφορά (για παράδειγμα ρύπανση & καθαριότητα) Ναι ☐ Όχι ☐

Για τη σημασία της αειφορίας μέσα από την αξιοποίηση των φυσικών πόρων Ναι ☐ Όχι ☐

7. Πιστεύετε ότι ο τουρισμός ευεξίας θα μπορούσε να συνδράμει:

Στην ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων από πλευράς προσωπικού Ναι ☐ Όχι ☐

Στη βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης τουριστικής εμπειρίας Ναι ☐ Όχι ☐

Στον εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος (σε σχέση με άλλες μορφές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή, όπως αλιευτικός τουρισμός) Ναι ☐ Όχι ☐

Στη δημιουργία νέων υποδομών (όπως μαρίνα για σκάφη αναψυχής/γιοτ) Ναι ☐ Όχι ☐

Στην ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων όπως επισιτιστικές επιχειρήσεις με τοπικά προϊόντα (γαστρονομία) Ναι ☐ Όχι ☐

Μέρος Β.

Ποιον από τους παρακάτω συνδυασμούς χαρακτηριστικών προτιμάτε περισσότερο;
Παρακαλώ σημειώστε με 1 τον περισσότερο προτιμητέο συνδυασμό χαρακτηριστικών και με 16 το λιγότερο προτιμητέο συνδυασμό.

	ID	Χρόνος επίσκεψης	Διάρκεια Επίσκεψης (ημέρες)	Σκοπός επίσκεψης	Υπηρεσίες ευεξίας
	1	Ιούλιος - Αύγουστος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	2	Νοέμβριος – Μάρτιος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση
	3	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση

				αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	
	4	Απρίλιος – Ιούνιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση
	5	Ιούλιος - Αύγουστος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	6	Απρίλιος – Ιούνιος	8-14	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Ψυχική & πνευματική ανάταση – Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και καθημερινότητα)
	7	Νοέμβριος – Μάρτιος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	8	Νοέμβριος – Μάρτιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	9	Απρίλιος – Ιούνιος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	10	Απρίλιος – Ιούνιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	11	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός	Ψυχική & πνευματική ανάταση – Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες,

				αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	εργασία και καθημερινότητα)
	12	Ιούλιος - Αύγουστος	15+	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση
	13	Ιούλιος - Αύγουστος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί δευτερεύοντα σκοπό επίσκεψης, πραγματοποιώ ένα ταξίδι άλλου πρωταρχικού σκοπού (π.χ. τουρισμός αναψυχής, επιχειρηματικός τουρισμός)	Ψυχική & πνευματική ανάταση – Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και καθημερινότητα)
	14	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα – Σωματική άσκηση
	15	Νοέμβριος – Μάρτιος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Ψυχική & πνευματική ανάταση – Αποφόρτιση από στρες/άγχος (π.χ., από ευθύνες, εργασία και καθημερινότητα)
	16	Σεπτέμβριος – Οκτώβριος	1-7	Ο τουρισμός ευεξίας είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης	Φυσική δραστηριότητα και Ψυχική/πνευματική ανάταση

Μέρος Γ.

Η διαμόρφωση ενός τουριστικού προϊόντος που στο επίκεντρό του θα έχει τον τουρισμό ευεξίας μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα αναβάθμισης της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας με όρους ποιότητας και αειφορίας.

Ας υποθέσουμε ότι η εξεύρεση πόρων και η οικονομική υποστήριξη της προσπάθειας αυτής θα απαιτούσε την καταβολή ενός χρηματικού ποσού με τη μορφή εισιτηρίου εισόδου (ανά άτομο και ανά ημέρα επίσκεψης στην περιοχή).

Με βάση την αξία που έχει για εσάς ο τουρισμός ευεξίας στην ανάπτυξη της περιοχής:

Είστε πρόθυμος/η να καταβάλετε το ποσό των **X (€) για την ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας στην περιοχή;**

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

Αν απαντήσατε ΟΧΙ, στην προηγούμενη ερώτηση παρακαλώ δικαιολογήστε την απάντησή σας σύμφωνα με τις παρακάτω επιλογές: (Οι λέξεις στην παρένθεση δεν θα φαίνονται στο ερωτηματολόγιο. Τις παραθέτω για δική μας διευκόλυνση)

1. Είναι υποχρέωση του κράτους να επιβαρυνθεί το κόστος μέσω των μηχανισμών του.

2. Δεν έχω την οικονομική δυνατότητα να πληρώσω για την ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας.
3. Η ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας δεν έχει καμία αξία για μένα
4. Η ενίσχυση του τουρισμού ευεξίας είναι σημαντική για μένα αλλά δεν επιθυμώ να καταβάλλω οποιοδήποτε ποσό.
5. Πιστεύω ότι τα χρήματα που θα καταβάλλω δεν θα διαχειριστούν σωστά.
6. Δεν έχω αρκετές πληροφορίες από την έρευνα για την ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας στην περιοχή.
7. Διαφωνώ με τον τρόπο πληρωμής για τη χρήση υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας.
8. Άλλο (Παρακαλώ διευκρινίστε).....

Μέρος Δ.

Παρακαλώ σημειώστε στην ακόλουθη κλίμακα την απάντηση που αντιπροσωπεύει με μεγαλύτερη ακρίβεια την πρόθεσή σας να χρησιμοποιήσετε υπηρεσίες ευεξίας σε έναν τόπο προορισμού.

		Διαφωνώ Ισχυρά	Διαφωνώ	Μάλλον Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ Ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ Ισχυρά
		1	2	3	4	5	6	7
Δ1	Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια ευχάριστη εμπειρία							
Δ2	Σημαντικοί άνθρωποι για μένα πιστεύουν ότι θα έπρεπε να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ3	Αν θα χρησιμοποιήσω ή όχι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας εξαρτάται αποκλειστικά από εμένα							
Δ4	Προτίθεται να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες							

	τουρισμού ευεξίας							
Δ5	Έχω το χρόνο να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ6	Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια επωφελή εμπειρία							
Δ7	Σημαντικοί άνθρωποι για μένα με ενθαρρύνουν να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ8	Έχω την ευκαιρία να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ9	Θέλω να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ10	Για μένα, οι υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας αποτελούν μια ασφαλή εμπειρία							
Δ11	Σημαντικοί άνθρωποι για μένα αναμένουν ότι θα χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ12	Έχω την οικονομική δυνατότητα να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							
Δ13	Σχεδιάζω να χρησιμοποιήσω υπηρεσίες τουρισμού ευεξίας							

Μέρος Ε.

1. Φύλο: Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐

2. Έτος Γέννησης:

3. Τόπος μόνιμης κατοικίας:

Δήμος.....

4. Ποιο είναι το επίπεδο των σπουδών σας;

1. Απόφοιτος Λυκείου ☐

2. Απόφοιτος ΙΕΚ/ΕΠΑΣ/ΟΑΕΔ ☐

3. Πτυχιούχος ΤΕΙ ☐

4. Πτυχιούχος ΑΕΙ ☐

5. Κάτοχος Μεταπτυχιακών/ Διδακτορικών Τίτλων Σπουδών ☐

5. Σε ποιο καθεστώς απασχόλησης ανήκετε;

1. Ιδιωτικός Υπάλληλος ☐

2. Δημόσιος Υπάλληλος ☐

3. Ελεύθερος Επαγγελματίας ☐

4. Επιχειρηματίας ☐

5. Αγρότης ☐

6. Άνεργος ☐

6. Ποιο είναι το μέσο μηνιαίο εισόδημά σας (€);

1. <500 ☐

2. 500-1000 ☐

3. 1001-1500 ☐

4. 1501-2000 ☐

5. 2001-2500 ☐

6. >2501 ☐

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

Το ιαματικό νερό προέρχεται από το όρος Καλλίδρομος – Κνημής. Ο χημικός Μιχάλης Περτέσης ανακάλυψε τη συγκέντρωση ραδίου στα νερά και την συνεπακόλουθη ιαματική τους δράση³.

Από τη δεκαετία του 1930 οι ιαματικές πηγές στην περιοχή των Καμένων Βούρλων δεχόταν επισκέπτες. Τη δεκαετία του 1960 στην περιοχή λειτουργούσε το υδροθεραπευτήριο ΑΣΚΛΗΠΙΟΣ καθώς και δύο πολυτελή ξενοδοχεία στην περιοχή το ΡΑΔΙΟΝ και το ΘΡΟΝΙΟΝ. Όμως στο πέρασμα των χρόνων οι εγκαταστάσεις αυτές δεν συνέχισαν να λειτουργούν με αποτέλεσμα την ερήμωσή τους ή και την προβληματική λειτουργία τους. Στις Εικόνες 4 έως 12 που ακολουθούν παρουσιάζονται οι εγκαταστάσεις των περασμένων χρόνων καθώς και η υφιστάμενη κατάσταση στις υποδομές που πλέον είναι μη αξιοποιήσιμες.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι έχει προγραμματιστεί επένδυση πολλών εκατομμυρίων Euro στην περιοχή έρευνας, που αφορούν στην αξιοποίηση των ιαματικών πηγών και των εγκαταστάσεων που τώρα είναι ανενεργές και ακατάλληλες προς χρήση.



Εικόνα 4 . Το υδροθεραπευτήριο στην περιοχή των Καμένων Βούρλων τη δεκαετία του 1930⁴.

³ Πηγή: https://en.wikipedia.org/wiki/Kamena_Vourla

⁴

<https://ipy.gr/2021/04/10/%CE%BF%CE%B9-%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CF%80%CE%B7%CE%B3%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B1-%CE%B2%CE%BF%CF%8D%CF%81%CE%BB%CE%B1/>



Εικόνα 5. Το υδροθεραπευτήριο ΑΣΚΛΗΠΙΟΣ τη δεκαετία του 1960⁵.



Εικόνα 6. Το πολυτελές ξενοδοχείο ΡΑΔΙΟΝ τη δεκαετία του 1960⁶.

⁵ <http://mwlosnews.blogspot.com/2016/08/19401941.html>

⁶ <https://www.mag24.gr/kamena-vourla-radion-hotel-60s-2/>



Εικόνα 7. Η παρούσα κατάσταση του ξενοδοχείου ΡΑΔΙΟΝ⁷.



Εικόνα 8. Η παρούσα κατάσταση του ξενοδοχείου ΡΑΔΙΟΝ⁸.

⁷ <https://www.andro.gr/apopsi/h-arxaiologia-tou-monternou/> ;
https://www.flickr.com/photos/panos_adgr/26188626703/; https://www.flickr.com/photos/panos_adgr/;
<https://www.dpgr.gr/forum/index.php?topic=65288.0>

⁸ <https://www.andro.gr/apopsi/h-arxaiologia-tou-monternou/> ;
https://www.flickr.com/photos/panos_adgr/26188626703/; https://www.flickr.com/photos/panos_adgr/;
<https://www.dpgr.gr/forum/index.php?topic=65288.0>



Εικόνα 9. Η παρούσα κατάσταση του ξενοδοχείου ΡΑΔΙΟΝ⁹.



Εικόνα 10. Η κατάσταση του ξενοδοχείου ΘΡΟΝΙΟΝ το 2008¹⁰.

⁹ <https://www.andro.gr/apopsi/h-arxaiologia-tou-monternou/> ; https://www.flickr.com/photos/panos_adgr/26188626703/; https://www.flickr.com/photos/panos_adgr/; <https://www.dpgr.gr/forum/index.php?topic=65288.0>

¹⁰ Πηγή: Beriatos & Papageorgiou (2008).



Εικόνα 11. Το υδροθεραπευτήριο ΑΣΚΛΗΠΙΟΣ¹¹.



Εικόνα 12. Εγκαταστάσεις κάμπινγκ και άλλων χρήσεων αναψυχής στην περιοχή των Καμένων Βούρλων¹².

¹¹ <https://www.stereanews.gr/2022/06/prokirixthike-o-diagonismos-tou-taiped-gia-ti-loutropoli-kamenon-bourlon/>

¹² <https://business.gr/anevazei-rythmoys-to-taiped-gia-tin-axiopoisi-2-akiniton-fileton-stin-kentriki-ellada/> ; <http://mwlosnews.blogspot.com/2016/07/disco-laxmi.html>

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αποστολάκη, Μ. (2007). Η εφαρμογή της θεωρίας της σχεδιασμένης συμπεριφοράς και η σχέση της με παραμέτρους της άσκησης. Μεταπτυχιακή Διατριβή. Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Ανθρώπινη Απόδοση και Υγεία. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού.

Isard, W. (1992). *Τι είναι περιφερειακή επιστήμη. Περιφερειακή ανάπτυξη και πολιτική*. Επιμέλεια-Εισαγωγή Κ. Χατζημιχάλης. Εκδόσεις Εξάντας, 1992.

Καλαματιανού, Γ.Α. (1997) *Κοινωνική στατιστική. Μέθοδοι μονοδιάστατης ανάλυσης*. Εκδοτικές Επιχειρήσεις «Το Οικονομικό». Αθήνα.

Κοκκώσης, Χ και Τσιάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Εκδόσεις Κριτική ΑΕ. Αθήνα.

Κόνσολας, Ν. (1997). *Σύγχρονη Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική*. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Λαγός. Κ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα. Κριτική.

Λαμπριανίδης Λ., (2001). *Οικονομική Γεωγραφία, Στοιχεία Θεωρίας και Εμπειρικά Παραδείγματα*. Εκδόσεις Πατάκη. Αθήνα.

Μάτης, Κ. (1992). *Δασική δειγματοληψία*. Εκδόσεις Υπηρεσία Δημοσιευμάτων. Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη.

Μπίθας Κ. (2003). *Οικονομική θεώρηση περιβαλλοντικής προστασίας*. Εκδόσεις Τυπωθύτω. Αθήνα.

Σιάρδος, Κ.Γ. (1997). *Μέθοδοι αγροτικής κοινωνιολογικής έρευνας*. Εκδόσεις Ζήτη. Θεσσαλονίκη.

Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. (2015). *Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης για την Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας (RIS)*. Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας.

Πέτρου, Α. (2001). Η “κατά συστάδες” δειγματοληψία. Μαθηματική Επιθεώρηση. 56(3), 45-53.

Πολύζος Σ. (2011). *Περιφερειακή Ανάπτυξη*. Αθήνα: Κριτική.

Σιώμκος, Γ.Ι. και Βασιλικοπούλου, Α.Ι. (2005). *Εφαρμογή μεθόδων ανάλυσης στην έρευνα αγοράς*. Εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ. Αθήνα.

Tietenberg, T., & Lewis, L. (2010). *Οικονομική Περιβάλλοντος και Φυσικών Πόρων*. Μετάφραση Ανδρέας Σοκοδήμος. Επιμέλεια Ανδρέας Παπανδρέου. Εκδόσεις Gutenberg.

Χάλκος, Γ. Ε. (2021). *Οικονομική Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος*. Εκδόσεις Δίσιγμα. Αθήνα.

Χαρίσης, Κ.Ι. και Κιόχος Π.Α. (1997). *Θεωρία δειγματοληψίας και εφαρμογές*. Εκδόσεις INTERBOOKS. Αθήνα.

Αγγλική Βιβλιογραφία

- Agarwal, J., De Sarbo, W.S., Malhotra, N.K., & Rao, V.R. (2015). An Interdisciplinary Review of Research in Conjoint Analysis: Recent Developments and Directions for Future Research. *Customer Needs and Solutions*, 2, 19-40.
- Ahmad, S. A. (2009). Visitors' willingness to pay for an entrance fee: a case study of marine parks in Malaysia. PhD Dissertation. Department of Economics, Faculty of Law, Business and Social Science, University of Glasgow. UK.
- Ahmed, S.(2009). Methods in sample surveys. Cluster sampling. John Hopkins Bloomberg. School of Public Health.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behavior* (1st ed.). Milton Open University Press, UK.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I., & Driver, B.L. (1991). Prediction of Leisure Participation from Behavioural, Normative, and Control Beliefs: An Application of the Theory of Planned Behaviour. *Leisure Sciences*, 13 (3), 185-204.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207–224.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2, 314–324.
- Al Ziadat, M.T. (2015). Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism. *International Journal of Marketing Studies*, 7(3), 95-106.
- Alegre, J., & Cladera, M. (2006). Repeat visitation in mature sun and sand holiday destinations. *Journal of Travel Research*, 44, 288-297.
- Ali, M., Nakayama, S., & Yamaguchi, H. (2023). Using the extensions of the theory of planned behavior (TPB) for behavioral intentions to use public transport (PT) in Kanazawa, Japan. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 17, 100742.
- Alves, B., Benavente, J. & Ferreira, O. (2014). Beach users' profile, perceptions and willingness to pay for beach management in Cadiz (SW Spain). *Journal of Coastal Research*, 70, 521–526.
- Anaya-Aguilar, R., Gemar, G., & Anaya-Aguilar, C. (2021). Challenges of spa tourism in Andalusia: Experts' proposed solutions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1829.
- Andersson, T.D., Armbrecht, J., & Lundberg, E. (2012). Estimating Use and Non-use Values of a Music Festival. *Scand. J. Hosp. Tour*, 12, 215–231.

- Andreopoulos, D., Damigos, D., Comiti, F., & Fischer, C. (2015). Estimating the non-market benefits of climate change adaptation of river ecosystem services: A choice experiment application in the Aaos basin, Greece. *Environmental Science and Policy*, 45, 92–103.
- Andreu, M.G.N.-I., Font-Barnet, A., & Roca, M.E. (2021). Wellness Tourism—New Challenges and Opportunities for Tourism in Salou. *Sustainability*, 13, 8246.
- Aparicio, A.E. (2004). El turismo rural: Una de las alternativas al desarrollo rural en la Serranía de Cuenca. *Cuadernos de Turismo*, 13, 73–89.
- Aparna, B.K., Yasoda, R., Puranik, M.P. (2024). Autonomy and factors affecting dental health care seeking behaviour in women: An application of theory of planned behaviour. *Journal of Oral Biology and Craniofacial Research*, 14(2), 175-179.
- Arenoe, B., van der Rest, J-P. I., & Kattuman, P. (2015). Game theoretic pricing models in hotel revenue management: An equilibrium choice-based conjoint analysis approach. *Tourism Management*, 51, 96-102.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (1999). The theory of planned behaviour: Assessment of predictive validity and 'perceived control'. *British Journal of Social Psychology*, 38(1), 35–54
- Armitage, C. J., & Conner. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A metanalytic review. *British Journal of Social Psychology*, 4, 4 71-499.
- Armbrecht, J. (2014). Use value of cultural experiences: A comparison of contingent valuation and travel cost. *Tourism Management* 42, 141-148.
- Armstrong H., & Taylor J. (2000). *Regional Economics and Policy*. 3rd edn. London, Blackwell.
- Asafu-Adjaye, J., & Tapsuwan, S. (2008). A contingent valuation study of scuba diving benefits: Case study in Mu Ko Similan Marine National Park, Thailand. *Tourism Management*, 29,1122-1130.
- Ashraf, M.S., Hou, F.J., Kim, W.G., Ahmad, W., & Ashraf, R.U. (2020). Modeling tourists' visiting intentions toward ecofriendly destinations: Implications for sustainable tourism operators. *Business Strategy and the Environment*, 29, 54–71.
- Awang, Z. (2012). A handbook on SEM. Structural equation modeling. Universiti Teknologi MARA Press, Malaysia, 83-102.
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8-34.
- Baloglu, S., & Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32-8.
- Barbaro, N., & Pickett, S. M. (2016). Mindfully green: Examining the effect of connectedness to nature on the relationship between mindfulness and engagement in pro-environmental behavior. *Personality and Individual Differences*, 93, 137–142.
- Barbier, E.B. (1994). Valuing environmental functions: tropical wetlands. *Land Economics*, 70(2), 155-173.

- Bateman, I.J., Willis, K.G., Garrod, G., Doktor, P., & Turner, R.K. (1992). A contingent valuation study of the Norfolk Broads. Report to the National Rivers Authority: 403.
- Bateman, I.J., & Turner, R.K. (1993). Valuation of the environment, methods and techniques: the contingent valuation method. In R.K. Turner (Ed.) *Sustainable Environmental Economics and Management: Principle and Practice* (pp. 120-191). Wiley. Chichester.
- Bateman, I. J., Langford I. H., Turner R. K., Willis K. G., & Garrod G. D. (1995b). Elicitation and truncation effects in contingent valuation studies. *Ecological Economics*, 12(2), 161-1
- Bateman, I.J., Carson, R.T., Day B., Hanemann, M., Hanley, N., Hett, T., Jones-Lee, M., Loomes, G., Mourato, S., Ozdemigorlu, E., Pearce, D.W., Sugden, R., & Swanson, J. (2002). *Economic valuation with stated preference techniques: A Manual*. Edward Elgar Publishing, Inc. USA.
- Bateson, J.E.G., Reibstein, D.J., & Boulding, W. (1987). Conjoint analysis reliability and validity: a framework for future research. *Review of Marketing*, ed, M.J. Houston, American Marketing Association, Chicago, IL, 451-481.
- Bedate, A., Herrero, L., & Sanz, J. (2009). Economic valuation of a contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty question. *Journal of Cultural Economics*, 33(3), 185-199.
- Bedate, A., Herrero, L., & Sanz, J.A. (2004). Economic valuation of the cultural heritage: application to four case studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage*, 5(1), 101-111.
- Bengart, P., & Vogt, B. (2021). Fuel mix disclosure in Germany—the effect of more transparent information on consumer preferences for renewable energy. *Energy Policy*, 150, 112120.
- Bentler, P.M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*. Mar;107(2), 238-46.
- Bennett, J., Morrison, M., & Blamey, R. (1998). Testing the validity of responses to contingent valuation questioning. *Australian Journal. Agriculture Research Economics*, 42 (2),131-148.
- Beriatos, E., & Papageorgiou, M. (2008). Derelict building installations and infrastructures in Greek Spa Towns: The case of Kamena Vourla and Ypati. *WIT Transactions on the Ecology and the Environment*, 107, 149–158.
- Bigni, J.E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2005). The Theme Park Experience: An Analysis of Pleasure, Arousal and Satisfaction. *Tourism Management*, 26 (6), 833-844.
- Bille Hansen, T. (1997). The willingness to pay for the royal theatre in Copenhagen as a public good. *Journal of Cultural Economics*, 21(1), 1-28.
- Boguszewicz-Kreft, M., Kuczamer-Kłopotowska, S., Kozłowski A, Ayci, A., & Abuhashesh M. The Theory of Planned Behaviour in Medical Tourism: International Comparison in the Young Consumer Segment. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020; 17(5):1626.
- Bollen, K.A., & Stine, R.A. Bootstrapping goodness-of-fit measures in structural equation models. In: Bollen KA, Long JS, editors. *Testing structural equation models*. Sage; Newbury Park, CA: 1993. pp. 111–135.

- Bowker, J. M., & D. D. Didychuk. (1994). Estimation of the nonmarket benefits of agricultural land retention in eastern Canada. *Agricultural and Resource Economics. Review*, 23, 218-25.
- Brander, L.M., Beukering, P.V., & Cesar, H.S.J. (2007). The recreational value of coral reefs: a meta-analysis. *Ecological Economics*, 63, 209-218.
- Brookshire, D.S., & Crocker, T.D. (1981). The advantages of contingent valuation methods for benefit-cost analysis. *Public Choice*, 36, 235-252.
- Brookshire, D. S., Randall, A., & Stoll, J. R. (1980). Valuing increments and decrements in natural resource service flows. *American Journal of Agricultural Economics*, 62, 478
- Bushell, R., & Sheldon, P.J. (2009). *Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place*. Cognizant Communication: New York, NY, USA.
- Byrne, B.M. (1994). Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Byrne, B.M. (2013). Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming. Routledge.
- Campos, P., Caparros, A., & Oviedo, J.L. (2007). Comparing Payment-Vehicle Effects in Contingent Valuation Studies for Recreational Use in Two Protected Spanish Forests. *Journal of Leisure Research*, 39(1), 60-85.
- Capasso, M., Conner, M., & Caso, D. (2023). Testing an extended theory of planned behaviour in predicting Covid-19 vaccination intention over the course of the pandemic: A three-wave repeated cross-sectional study. *Heliyon*, 10, e24826.
- Carlsson, F., & Johansson-Stenman, O. (2000). Willingness to pay for improved air quality in Sweden. *Applied Economics*, 32(6), 661-669.
- Carlsson, F., Frykblom, P., & Liljenstolpe, C. (2003): Valuing wetland attributes: an application of choice experiments. *Ecological Economics*, 47,95-103.
- Castillo, G.M.L., Engler, A., & Wollni, M. (2021). Planned behavior and social capital: understanding farmers' behavior toward pressurized irrigation technologies. *Agricultural Water Management*, 243, 106524.
- Chatzisarantis, N., Hagger, M., Biddle, S., & Smith, B. (2005). The stability of the attitude-intention relationship in the context of physical activity. *Journal of Sport Sciences*, 19, 305-325.
- Chau, P.Y.K. (1997). Reexamining a Model for Evaluating Information Center Success Using a Structural Equation Modeling Approach. *Decision Sciences*, 28(2), 309-334.
- Chaulagain, S., Pizam, A., & Wang, Y. (2020). An integrated behavioral model for medical tourism: An American perspective. *Journal of Travel Research*, 60(4), 761-778.
- Chen, M.F., & Tung, P.J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221-230.

- Chi, C. G.-q., Chi, O. H., & Ouyang, Z. (2020). Wellness hotel: Conceptualization, scale development, and validation. *International Journal of Hospitality Management*, 89, Article 102404.
- Choi, A. S., & Ritchie, B. W. (2014). Willingness to pay for flying carbon neutral in Australia: An exploratory study of offsetter profiles. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8), 1236–1256.
- Chu, A. Z., & Chu, R. J. (2013). Service willingness and senior tourists: Knowledge about aging, attitudes toward the elderly, and work values. *Service Industries Journal*, 33(12), 1148–1164.
- Ciobanu (Bitea), L., & Luches, D. (2018). The influence of the complexity of wellness services upon different aspects of the management of wellness tourism organizations in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 238, 535 – 541.
- Cook, D., Malinauskaite, L., Davidsdottir, B., & Ogmundardottir, H. (2020). A contingent valuation approach to estimating the recreational value of commercial whale watching – the case study of Faxaflói Bay, Iceland. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100754.
- Coscia, C., & Pasquino, F. (2023). Demand Analysis Models to Support Cultural Tourism Strategy: Application of Conjoint Analysis in North Sardinia (Italy). *Land*, 12, 2150.
- Csirmaz, E. & Peto, K. (2015). International trends in recreational and wellness tourism. *Procedia Economics and Finance* 32, 755 – 762.
- Cummings, R., Elliot, S., Harrison, G., & Murphy, J. (1997). Are hypothetical referenda incentive compatible? *Journal of Political Economics*, 105 (3), 609–621.
- Damigos, D., Menegaki, M., & Kaliampakos, D. (2016). How much are people willing to pay for efficient waste management schemes? A benefit transfer application. *Waste Management and Research*, 34(4), 345–355.
- Damigos, D., Tentes, G., Balzarini, M., Furlanis, F., & Vianello, A. (2017). Revealing the economic value of managed aquifer recharge: Evidence from a contingent valuation study in Italy. *Water Resources Research*, 53, 6597–6611.
- Daniere, A. G., & Takahashi, L. M. (1999). Environmental behavior in Bangkok, Thailand: A portrait of attitudes, values and behavior. *Economic Development and Cultural Change*, 47, 552–557.
- de Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, 42, 128–138.
- Del Saz Salazar, S., & Montagud Marques, J. (2005). Valuing cultural heritage: the social benefits of restoring and old Arab tower. *Journal of Cultural Heritage*, 6(1), 69–77.
- Devereux, C., & Carnegie, E. (2006). Pilgrimage: Journeying beyond self. *Tourism Recreation Research*, 31, 47–56.
- Dillette, A.K., Douglas, A.C., & Andrzejewski, C. (2020). Dimensions of holistic wellness as a result of international wellness tourism experiences. *Current Issues in Tourism*, 24, 794–810.

- Dinkoksung, S., Pitakaso, R., Khonjun, S., & Srichok, T. (2023). Modeling the medical and wellness tourism supply chain for enhanced profitability: An open innovation approach *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9, 100137.
- Dixon, J., & Pagiola, S. (1998). Economic analysis and environmental assessment.
- Dixon, J.A. (2008). Environmental valuation: Challenges and practices. A personal view. Conference Paper. Economics and Conservation in Topics: A Strategic Dialogue.
- Dolnicar, S., Coltman, T., & Sharma, R. (2015). Do satisfied tourists really intend to come back? Three concerns with empirical studies of the link between satisfaction and behavioral intention. *Journal Travel Research* 54, 152–178.
- Dribek, A., & Voltaire, I. (2017). Contingent valuation analysis of willingness to pay for beach erosion control through the stabiplage technique: A study in Djerba (Tunisia). *Marine Policy* 86, 17–23.
- Dryglas, D., & Salamaga, M. (2018). Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 234-246.
- Du, M., Chai, C.S., Di, W., & Wang, X. (2023). What affects adolescents' willingness to maintain climate change action participation: An extended theory of planned behavior to explore the evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 422(10), 138589.
- Dwyer, L. (2020). Tourism development and sustainable well-being: A Beyond GDP perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 31, 2399–2416.
- Dzewaltoski, D. A., Noble, J. M., & Shaw, J. M. (1990). Physical activity participation: Social cognitive theory versus the theories of reasoned action and planned behavior. *Journal of Sport Exercise Psychology*, 12, 388-405.
- Enders, C.K. (2002). Applying the Bollen-Stine Bootstrap for Goodness-of-Fit Measures to Structural Equation Models with Missing Data. *Multivariate Behavioral Research*, 37(3), 359-377.
- Eurostat. Seasonality in the tourist accommodation sector. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Seasonality in the tourist accommodation sector](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Seasonality_in_the_tourist_accommodation_sector) (Accessed 14 February 2024).
- EU LEX. Access to European Union Law. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Asustainable_development (Accessed 25 February 2024)
- Fei, A., Kim, J., & in Kim, S. (2024). Effects of environmental sustainability practice in the economy hotel to Gen Zer's purchase decision: Behavior economy approach using choice based conjoint analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103678.
- Ferrari, S., & Gilli, M. (2016). Protected natural areas as innovative health tourism destinations. In M. K. Smith, & L. Puczko (Eds.). *The Routledge handbook of health tourism* (pp. 419-429). London: Taylor & Francis.

- Fishbein, M., & Ajzen, I., (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Psychology Press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error," *Journal of Marketing Research*, 39-50.
- Franke, G., & Sarstedt, M. (2019). Heuristics versus statistics in discriminant validity testing: a comparison of four procedures. *Internet Research*, 29(3), 430-447.
- Frey, U.J., & Pirscher, F. (2019). Distinguishing protest responses in contingent valuation: A conceptualization of motivations and attitudes behind them. *PLoS ONE* 14(1), e0209872.
- Fundeanu, F.F. (2015). Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 23, 744 – 749.
- Garrod, B., & Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 682–708.
- Gaskin, J., & Lim, J. (2019). Master Validity Tool. AMOS Plugin. [Gaskination's StatWiki](#).
- Godden, B. (2004). Sample Size Formulas. *Market Research and Strategic Planning*. Chicago IL.
- Gonzales, A., Brenzel, L., & Sancho, J. (2001). *Health tourism and related services: Caribbean development and international trade. Final Report*.
- Green, P. E., Krieger, A. M., & Wind, Y. (2001). Thirty years of conjoint analysis: reflections and prospects. *Interfaces*, 31(3), S56- S73.
- Giannakopoulou, S., Xypolitakou, E., Damigos, D., & s Kaliampakos, D. (2017). How visitors value traditional built environment? Evidence from a contingent valuation survey. *Journal of Cultural Heritage*, 24, 157-164.
- Glen, I.D. (2009). Determining sample size. Document PEOD6. Agricultural Education and Communication Department, UF/IFAS Extension. Florida. USA.
- Global Spa and Wellness Summit; SRI. The Global Wellness Tourism Economy. Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 15. 2017. Available online: https://scholarworks.umass.edu/ttra/2013marketing/White_Papers/15 (accessed on 20 July 2023).
- Gonzalez, J.M., Loomis, J.B., & Gonzalez-Caban, A. (2008). A joint estimation method to combine dichotomous choice CVM models with count data TCM Models corrected for truncation and endogenous stratification. *Journal of Agriculture and Applied Economics*, 40 (2), 681–695.
- Gonzalez-Gomez, D., Jeong, J.S., Airado Rodríguez, D., Canada-Canada, F. (2016). Performance and perception in the flipped learning model: an initial approach to evaluate the effectiveness of a new teaching methodology in a general science classroom. *Journal of Science Education and Technology*, 25, 450-459.
- Goodarzi, M., Haghtalab, N., & Shamshiry, E. (2016). Wellness tourism in Sareyn, Iran: Resources, planning and development. *Current Issues in Tourism*, 19, 1071–1076.

Gstaettner, A.M., Rodger.K., & Lee, D. (2017). Visitor perspectives of risk management in a natural tourism setting: An application of the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 19, 1-10.

Guan, W. (2003). *From the help desk: bootstrapped standard errors* In H. J. Newton (Ed.), *The Stata Journal*, pp.71-80.

Haab, T., Lewis, L.Y., & Whitehead, J. (2020). State of the Art of Contingent Valuation. *Environmental Science*. Oxford Research Encyclopedia.

Hadker, N., Sharma, S., David, A., & Muraleedharan, T. R. (1997). Willingness-to-pay for Borivli National Park: Evidence from a contingent valuation. *Ecological economics*, 21 (2), 105–122

Haenlein, M., & Kaplan, A.M. (2004). A beginner's guide to partial least squares analysis. *Understanding Statistics*, 3(4), 283–297.

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th ed. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). NJ: Prentice Hall.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). Pearson new international edition. In *Multivariate data analysis, Seventh Edition*. Pearson Education Limited Harlow, Essex.

Hair, J. F., da S. Gabriel, M. L. D., & Patel, V. K. (2014). AMOS Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM): Guidelines on its Application as a Marketing Research Tool. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 44–55.

Hair Jr, H., Matthews, F.J., Matthews, L.M., & Sarstedt, M., (2017a). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107–123.

Hair Jr, J.F., Babin, B.J., Krey, N., 2017b. Covariance-based structural equation modeling in the Journal of Advertising: review and recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163–177.

Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022a). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE.

Halkos, G.E. (2003). Environmental Kuznets Curve for sulfur: evidence using GMM estimation and random coefficient panel data models. *Environment and Development Economics*, 8 (4), 581–601.

Halkos, G. (2013). Exploring the economy–environment relationship in the case of sulphur emissions. *Journal of Environmental Planning and Management*, 56 (2), 159–177.

- Halkos, G., & Matsiori, S. (2012). Determinants of willingness to pay for coastal zone quality improvement. *The Journal of Socio-Economics*, 41, 391–399.
- Hall, D.C., Hall, J.V., & Murray, S.N. (2002). Contingent valuation of marine protected areas: southern California rocky intertidal ecosystems. *Natural Resource Modeling*, 15(3), 335–368.
- Hallab, Z. (2006). Catering to the healthy-living vacationer. *Journal of Vacation Marketing*, 12, 71–91.
- Hamed, H.M. (2015). Wellness Tourism: An Initiative for Comprising Wellness Tourism Vacations within the Corporate Wellness Strategy. *American Journal of Tourism Research*, 4, 52–67
- Han, S., & Lee, C. (2008). Estimating the value of preserving the Manchurian Black Bear using the contingent valuation method. *Scandinavian Journal of Forest Research*, 23, 458–465.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334.
- Han, T. I., & Stoel, L. (2017). Explaining socially responsible consumer behavior: A metaanalytic review of theory of planned behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 29(2), 91–103.
- Hanemann, M. (1984). Discrete-continuous models of consumer demand. *Econometrica*, 52, 541–561.
- Hanley, N., Mourato, S., Wright, R.E. (2001). Choice modelling approaches: A superior alternative for environmental valuation? *Journal of Economic Surveys*, 15(3), 435–462.
- Hanley N., Wright R.E., & Alvarez-Farizo B. (2006). Estimating the economic value of improvements in river ecology using choice experiments: an application to the water framework directive. *Journal of Environmental Management*, 78, 183–193.
- Harland, P., Staats, H., & Wilke, H.A.M., (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social. Psychologist*, 29 (12), 2505–2528
- Hajra, R., & Gupta, S.K. (2021). Facility Preferences for New Normal Tourism: An Empirical Study Using Conjoint Analysis. *Journal of Tourism & Management Research*, 6(3), 926–938.
- Hatzinger, R., & Mazanec, J.A. (2007). Measuring the part worth of the mode of transport in a trip package: An extended Bradley–Terry model for paired-comparison conjoint data. *Journal of Business Research*, 60(12), 1290–1302.
- Haugom, E., Malasevska, I., & Lien, G. (2021). The relative importance of ski resort- and weather-related characteristics when going alpine skiing: Data from a rating-based conjoint survey. *Data in Brief*, 37, 107552.
- He, Y.Z., & Yusop, F.D. (2020). The dataset for the stages of concerns of public-school teachers towards the use of e-learning platform: Malaysian context. *Data in brief*, 29, 105230.

- Heck, J., Jahnke, L., & Leker, J. (2024). Early evidence of a transition towards sustainability-oriented decision-making in the chemical industry in Germany, Austria, and Switzerland: A choice-based conjoint analysis. *Energy Policy*, 187, 114028.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43 (1), 115-135.
- Heung, V.C., & Kucukusta, D. (2013). Wellness tourism in China: Resources, development and marketing. *International Journal of Tourism Research*, 15, 346–359.
- Hiroko, O., Harumi, I., Chorong, S., Maiko, K., Takashi, M., Takahide, K., et al. (2015). Physiological and psychological effects of a forest therapy program on middle-aged females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12(12), 15222–15232.
- Hjalager, A. M., Tervo-Kankare, K., & Tuohino, A. (2016). Tourism value chains revisited and applied to rural well-being tourism. *Tourism Planning & Development*, 13(4), 379–395.
- Hong Min, S., Kim, H.Y., & Kwon, Y.J., & Sohn, S.Y. (2011). Conjoint analysis for improving the e-book reader in the Korean market. *Expert Systems with Applications*, 38, 12923–12929.
- Hosmer, D.W. & Lemeshow, S. (2000). *Applied logistic regression*, 2nd ed. John Wiley & Sons Inc., New York.
- Hospers, G.-J., & Reverda, N. (2015). *Managing Population Decline in Europe's Urban and Rural Areas*; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany.
- Hu, L., & Bentler, P.M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modelling, a multidisciplinary journal*, 6(1), pp. 1-55.
- Huang, C.-C., Wang, Y.-M., Wu, T.-W., & Wang, P.-A. (2013). An Empirical Analysis of the Antecedents and Performance Consequences of Using the Moodle Platform. *International Journal of Information and Education Technology*, 3, 217–221.
- Huang, L., & Xu, H. (2018). Therapeutic landscapes and longevity: Wellness tourism in Bama. *Soc. Sci. Med.*, 197, 24–32.
- Huertas-Garcia, R., Laguna García, M., & Consolación, C. (2012). Conjoint Analysis of Tourist Choice of Hotel Attributes Presented in Travel Agent Brochures. *International Journal of Tourism Research*, DOI: 10.1002/jtr.
- Huijbens, E.H. (2011). Developing wellness in Iceland. Theming wellness destinations the Nordic way. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11, 20–41.
- Hung, K., Guillet, B. D., & Zhang, H. Q. (2018). Understanding luxury shopping destination preference using conjoint analysis and traditional item-based measurement. *Journal of Travel Research*, 58(3), 411-426.
- Hunt, C.A. & Harbor, L.C. (2019). Pro-environmental tourism: Lessons from adventure, wellness and ecotourism (AWE) in Costa Rica. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 28 100202.

- Hwang, Y.T., Moon, J., Lee, W.S., Kim, S.A., & Kim, J. (2019). Evaluation of Firefly as a Tourist Attraction and Resource Using Contingent Valuation Method Based on a New Environmental Paradigm. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 21, 320–336.
- Jacob, J., Jovic, E., & Brinkerhoff, M. B. (2009). Personal and planetary well-being: Mindfulness meditation, pro-environmental behavior and personal quality of life in a survey from the social justice and ecological sustainability movement. *Social Indicators Research*, 93(2), 275–294.
- Jakobsson, K. M., & Drägun, A. K. (2001). The worth of a possum: Valuing species with the contingent valuation method. *Environmental and Resources Economics*, 19, 21.
- Jeong, J.S., Gonzalez-Gomez, D., Canada-Canada, F. (2016a). Students' perceptions and emotions toward learning in a flipped general science classroom. *Journal of Science Education and Technology*, 25, 747-758.
- Jeong, J.S., García-Moruno, L., Hernandez-Blanco, J., Sanchez-Ríos, A., & Ramírez-Gomez, A. (2017). Identifying priority areas for rural housing development using the participatory multi-criteria and contingent valuation methods in Alange reservoir area, Central Extremadura (Spain). *Journal of Rural Studies*, 50, 117-128.
- Jeon, C.-Y., & Yang, H.-W. (2021). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Tourists' WTP: Using the Contingent Valuation Method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, 8605.
- Ji, S., Choi, Y., Lee, C.-K., & Mjelde, J.W. (2017). Comparing willingness-to-pay between residents and non-residents using a contingent valuation method: Case of the Grand Canal in China. *Asia Pac. J. Tour. Res.* 23, 79–91.
- Jin, M. Juan, Y., Choi, Y., & Lee, C.-K. (2019). Estimating the Preservation Value of World Heritage Site Using Contingent Valuation Method: The Case of the Li River, China. *Sustainability*, 11, 1100.
- Jin, Y., & Park, Y. (2019). An integrated approach to determining rural tourist satisfaction factors using the IPA and conjoint analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(20), 38–48.
- John, St. F.A.V., Edwards-Jones, G., & Jones, J.P.G. (2010). Conservation and human behavior: lessons from social psychology. *Wildlife Research*, 37(8), 658–667.
- Johnson, F.R., Lancsar, E., Marshall, D., Kilambi, V., Mühlbacher, A., Regier, D.A., Bresnahan, B.W., Kanninen, B. & Bridges, J.F. (2013). Constructing experimental designs for discrete-choice experiments: report of the ISPOR Conjoint Analysis Experimental Design Good Research Practices Task Force. *Value Health*, 16(1), 3-13.
- Jolliffe, L., & Cave, J. (2012). *Health and wellness tourism*. In *Tourism: The Key Concepts*; Robinson, P., Ed.; Routledge: London, UK.
- Jones, A.P., Bateman, I.J., & Wright, J. (2000). Predicting and Valuing Informal Recreation Use of Inland Waterways: Report to British Waterways, CSERGE, University of East Anglia.
- Joo, Y., Seok, H. & Nam, Y. (2020). The moderating effect of social media use on sustainable rural tourism: A theory of planned behavior model. *Sustainability*, 12, 4095.

- Joppe, M. (2010). One country's transformation to spa destination: The case of Canada. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 117–126.
- Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). Can tourists easily choose a low carbon footprint vacation? *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 175–194.
- Kalkbrenner, B.J., Yonezawa, K., & Roosen, J. (2017). Consumer preferences for electricity tariffs: does proximity matter? *Energy Policy*, 107, 413–424.
- Kallioras, D., & Petrakos, G. (2009). Industrial growth, economic integration and structural change: evidence from the EU new member-states regions. *The Annals of Regional Science*, 45, 667–680.
- Kallioras, D., & Tsiapa, M. (2015). The regional dimension of economic growth in Ukraine. *Eastern European Business and Economics Journal*, 1(3), 71–95.
- Kan, M., & Fabrigar, L. (2017). Theory of planned behavior. In: Zeigler-Hill V, Shackelford TK (eds) *Encyclopedia of personality and individual differences*. Springer, Cham, 1–8.
- Kazakov, S. & Oyner, O. (2020). Wellness tourism: A perspective article. *Tourism Review* 76, 58–63.
- Kelly, C. (2010). Analyzing wellness tourism provision: A retreat operators' study. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 17, 108–116.
- Khan, F., Ahmed, W., & Najmi, A. (2019). Understanding consumers' behavior intentions towards dealing with the plastic waste: perspective of a developing country. *Resources, Conservation & Recycling*. 142, 49–58.
- Kim, S., Wong, K., & Cho, M. (2007). Assessing the economic value of a world heritage site and willingness to-pay determinants: a case of Changdeok Place. *Tourism Management*, 28, 317–322.
- Kim, S.H., Kim, S., Chang, H., & Knutson, B. (2010). A Predictive Model of Behavioral Intention to Spa Visiting: An Extended Theory of Planned Behavior. *International CHRIE Conference-Refereed Track*. 30.
- Kim, K.H., Yu, G.H., & Lee, C.S. (2014). A Study on Product Empowerment of Medical Tourism Using Conjoint Analysis. *International Commerce and Information Review*, 16(3), 307–329.
- Kim, E., Chiang, L., & Tang, L. (2017). Investigating wellness tourists' motivation, engagement, and loyalty: In search of the missing link. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34, 867–879.
- Kling, R. W., Revier, C. F., & Sable, K. (2004). Estimating the public good value of preserving a local historic landmark: the role of non-substitutability and citizen information. *Urban Studies*, 41(10), 2025–2041.
- Kniivila, M. (2006). Users and non-users of conservation areas: Are there differences in WTP, motives and the validity of responses in CVM surveys? *Ecological Economics*, 59, 530–539.
- Kontoleon, A., Yabe, M., & Darby, L. (2005). Alternative payment vehicles in contingent valuation: The case of genetically modified foods. Paper presented at 14th EAERE Annual Conference. Bremen, Germany.

- Kostakis, I., & Sardianou, E. (2012). Which factors affect the willingness of tourists to pay for renewable energy? 38(1), 169-172.
- Kotchen, M.J., & Reiling, S.D. (2000). Environmental attitudes, motivations and contingent valuation of non use values: a case study involving endangered species. *Ecological Economics*, 32, 93-107.
- Krinsky, I., & Robb, A.L. (1986). On approximating the statistical properties of elasticities. *Review of Economics and Statistics*, 68, 715–719.
- Kucukusta, D., & Heung, V.C. (2012). The problems of developing wellness tourism in China: From supply perspective. *Journal of China Tourism Research*, 8, 146–158.
- Kucukusta, D., & Denizci Guillet, B. (2014). Measuring spa-goers' preferences: A conjoint analysis approach. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 115–124.
- Kuhfeld, W. F., Tobias, R. D., & Garratt, M. (1994). Efficient experimental designs with marketing applications. *Journal of Marketing Research*, 31(4), 545-557.
- Kuhfeld, W. (2010). *Conjoint Analysis. Marketing Research Methods in SAS*. Cary, NC: SAS Institute Inc.
- Kurata, Y.B., Ong, A.K.S., Prasetyo, Y.T., Dizon, R.M., Persada, S.F., Nadlifatin, R. (2023). Determining factors affecting perceived effectiveness among Filipinos for fire prevention preparedness in the National Capital Region, Philippines: Integrating Protection Motivation Theory and extended Theory of Planned Behavior. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 85, 103947.
- Kureshi, S., & Thomas, S. (2019). Online grocery retailing-exploring local grocers' beliefs. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 47(2), 157- 185.
- Lam, T., & Hsu, C.H. (2004). Theory of Planned Behaviour: Potential Travelers from China. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28 (4), 463-482.
- Lam, T., & Hsu, C.H. (2006). Predicting Behavioural Intention of Choosing a Travel Destination. *Tourism Management*, 27, (4), 589-599.
- Lawrence, K.S. (2005). Assessing the value of recreational sea angling in South West England. *Fisheries Management and Ecology*, 12, 369-375.
- Lee, C., & Han, S. (2002). Estimating the use and preservation values of national parks' tourism resources using a contingent valuation method. *Tourism Management*, 23, 531–540.
- Lee, C.F., & King, B.E. (2008). Using the Delphi method to assess the potential of Taiwan's hot springs tourism sector. *International Journal of Tourism Research*, 10, 341–352.
- Lee, W., Kim, J., Graefe, A., & Chi, S. (2013b). Valuation of an eco-friendly hiking trail using the contingent valuation method: an application of psychological ownership theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(1), 55–69.

- Lee, S.S., Kim, Y., & Roh, T. (2023). Pro-environmental behavior on electric vehicle use intention: Integrating value-belief-norm theory and theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 418, 138211.
- Lehto, X. Y., Brown, S., Chen, Y., & Morrison, A. M. (2006). Yoga tourism as a niche within the wellness tourism market. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 25–35.
- Li, Y., Deng, Q., Peng, F., & He, M. (2023). Development and Verification of the Wellness Tourism Experience Scale. *Journal of Travel Research*, 1-14.
- Li, H., Kinoshita, T., Chen, J., Xie, J., Luo, S., & Su, D. (2024). What promotes residents' donation behavior for adaptive reuse of cultural heritage projects? An application of the extended theory of planned behavior. *Sustainable Cities and Society*, 102, 105213.
- Li, Y. & Wen, T. (2024). Psychological mechanism of forest-based wellness tourism decision-making during the prevention and control of COVID-19. *Forest Policy and Economics*, 160, 103140.
- Lim, Y.J., Kim, H.K., & Lee, T.J. (2016). Visitor motivational factors and level of satisfaction in wellness tourism: Comparison between first-time visitors and repeat visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21, 137–156
- Linzenich, A., Arning, K., Bongartz, D., Mitsos, A., & Ziefle, M. (2019). What fuels the adoption of alternative fuels? Examining preferences of German car drivers for fuel innovations. *Applied Energy*, 249 (March), 222–236.
- Lo, A.Y., & Jin, C.Y. (2015). Protest response and willingness to pay for culturally significant urban trees: Implications for Contingent Valuation Method. *Ecological Economics*, 114, 58–66.
- Loehr, J., Becken, S., Nalau, J., & Mackey, B. (2020). Exploring the multiple benefits of ecosystem-based adaptation in tourism for climate risks and destination well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 46, 518–543.
- Löffler, S., & Baier, D. (2015) Bayesian Conjoint Analysis in Water Park Pricing: A New Approach Taking Varying Part Worths for Attribute Levels into Account. *Journal of Service Science and Management*, 8, 46-56.
- Lopes, S. D.F., Boubeta, A.F., & Mallou, J.V. (2009). Post hoc tourist segmentation with conjoint and cluster analysis. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 491-501.
- Lopez, E.P., Navarro, M.M., & Domingez, A.R. (2004). A competitive study of two tourism destinations through the application of conjoint analysis techniques: the case of the Canary Islands. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 163-177.
- Lopez-Mosquera, N., & Sanchez, M. (2012). Theory of planned behavior and the value-belief-norm theory explaining willingness to pay for a suburban park. *Journal of Environmental Management*, 113, 251–262.
- Lopez-Sanchez, Y., & Pulido-Fernandez, J. I. (2017). Factors influencing the willingness to pay for sustainable tourism. a case of mass tourism destinations. *The International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 24(3), 262–275.

- López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Cuesta-Valiño, P. (2021). Sustainable Development and Rural Tourism in Depopulated Areas. *Land*, 10, 985.
- Luo, Y., Lanlung, C., Kim, E., Tang, L.R., & Song, S.M. (2018). Towards quality of life: The effects of the wellness tourism experience. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35, 410–424.
- Louviere, J.J., & Woodworth, G.G. (1988). On the design and analysis of correlated conjoint experiments using difference designs. *Advances in Consumer Research*, 15, 510-517.
- Louviere, J., Hensher, D. Swait, D. & Adamowicz, W. (2000). *Stated Choice Methods: Analysis and Applications*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, U. K.
- Lovei-Kalmar, K., Jeles, T., & Rathonyi, G. (2019). Analysis of bathing habits among spa visitors. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 13(1–2), 81–90.
- Lyu, J., Huang, H., & Mao, Z. (2021). Middle-aged and older adults' preferences for long-stay tourism in rural China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100552.
- Maddison, D., & Mourato, S. (2001). Valuing different road options for Stonehenge. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 4(4), 203-212.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.
- Majumdar, S., Deng, J., Zhang, Y., & Pierskalla, C. (2011). Using contingent valuation to estimate the willingness of tourists to pay for urban forests: A study in Savannah, Georgia. *Urban Forestry & Urban Greening*, 10, 275-280.
- Mak, A.H.N., Wong, K.K.F., & Chang, R.C.Y. (2009). Health or self-indulgence? The motivations and characteristics of Spa-goers. *International Journal of Tourism Research*, 11, 185–199
- Malhotra, N.K., Kim, S.S., & Patil, A. (2006). Common method variance in IS research: a comparison of alternative approaches and a reanalysis of past research. *Management Science*, 52(12), 1865–1883.
- Mallou, L.M., Prado, P.E., & Tobio, T.B. (2004). Segmentation of the Spanish domestic tourism market. *Psicothema*, 16(1), 76-83.
- Marsh, H. W., & Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First- and higher order factor models and their invariance across groups. *Psychological Bulletin*, 97(3), 562–582.
- Massiani, J., & Rosato, P. (2008). Using conjoint analysis to investigate preferences of inhabitants for the future of a greyfield area: an application to the Old Port in Trieste. *European Transport*, 39, 59-81.
- Mathieson, K. (1991). Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. *Information System Research*, 2(3), 173–191.
- Medina-Munoz, D.R., & Medina-Munoz, R.D. (2010). Determinants of expenditures on wellness services: The case of Gran Canaria. *Regional Studies*, 46, 309–319.

- Menegaki, A., & Tugcu, C. (2018). Two versions of the Index of Sustainable Economic Welfare (ISEW) in the Energy-Growth Nexus for selected Asian countries. *Sustainable Production and Consumption*, 14, 21–35.
- Menegaki, A. N., & Tugcu, C. T. (2016). Rethinking the energy-growth nexus: Proposing an index of sustainable economic welfare for Sub-Saharan Africa. *Energy Research & Social Science*, 17, 147–159.
- Messerli, H.R., & Oyama, Y. (2004). Health and wellness tourism – global. *Travel and Tourism Analyst*, August, 1-54.
- Meyerhoff, J., & Liebe, L. (2006). Protest beliefs in contingent valuation: explaining their motivation. *Ecological Economics*, 57, 583-594.
- Meyerhoff, J., & Liebe, U. (2008). Do protest responses to a contingent valuation question and a choice experiment differ. *Environmental and Resource Economics*, 39(4), 433–446.
- Meyers, L.S., Gamst, G.C., & Guarino, A.J. (2005). *Applied Multivariate Research: Design and Interpretation*. Sage Publications, Thousand Oak.
- Mitchell, R.C., & Carson, R.T. (1989). Using Surveys to Value Public Goods: the Contingent Valuation Method, Resources for the Future, Washington D.C.
- Molina, J.R., Rodriguez, F., & Herrera, M.A. (2016). Integrating economic landscape valuation into Mediterranean territorial planning. *Environmental Science and Policy*, 56, 120–128.
- More, T. A., & Stevens, T. (2000). Do user fees exclude low-income people from resource-based recreation? *Journal of Leisure Research*, 32(9), 341–357.
- Mukanjari, S., Ntuli, H., & Muchapondwa, E. (2022). Valuation of nature-based tourism using contingent valuation survey: evidence from South Africa. *Journal of Environmental Economics and Policy*, 11(3), 331-349.
- Mueller, H., & Kaufmann, E.L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7, 5–17.
- Mueller, R.O., & Hancock, G.R. (2018). Structural equation modeling. *The Reviewer's Guide to Quantitative Methods in the Social Sciences* 445–456. Routledge.
- Nandagiri, J.L. (2015). Evaluation of Economic Value of Pilikula Lake Using Travel Cost and Contingent Valuation Methods. *Aquatic Procedia*, 4, 1315-1321.
- Nevitt, J., & Hancock, G. R. (2001). Performance of bootstrapping approaches to model test statistics and parameter standard error estimation in structural equation modeling. *Structural Equation Modeling*, 8, 353-377.
- Ndebele, T. (2009). A case study of the restoration and preservation of Pekapeka Swamp: An application of the contingent valuation method in measuring the economic value of restoring and preserving ecosystems and ecosystem services in an impaired wetland. Master Thesis. Massey University. Palmerston North New Zealand.

- Nguyen, P.H., Hoang, M.V., Hajeerhoy, N., Tran, L.M., Le, C.H., Menon, P., & Rawat, R. (2015). Maternal willingness to pay for infant and young child nutrition counseling services in Vietnam. *Global Health Action*, 8, 28001.
- Niavis, S., & Tsiotas, D. (2019). Assessing the tourism performance of the Mediterranean coastal destinations: A combined efficiency and effectiveness approach, *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100379.
- Nicola, V., Spanu, S., Neagu, R.E. (2013). Regional Tourism Development in Romania - Consistency with Policies and Strategies Developed at EU Level. *Procedia Economics and Finance*, 6, 530 – 541.
- Norman, P., Conner, M., & Bell, R. (1999). The theory of planned behavior and smoking cessation. *Health Psychology*, 18(1), 89.
- Nuraeni, S., Pradiva Arru, A., & Novani, S. (2015). Understanding Consumer Decision-Making in Tourism Sector: Conjoint Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169, 312 – 317.
- Oh, H.C., Uysal, M., & Weaver, P.A. (1995). Product Bundles and Market Segments Based on Travel Motivations: A Canonical Correlation Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14, 123–137.
- Ohe, Y., Ikei, H., Song, C., & Miyazaki, Y. (2017). Evaluating the relaxation effects of emerging forest-therapy tourism: A multidisciplinary approach. *Tourism Management*, 62, 322–334
- Opschoor, J.B. (1987). Monetary valuation of environmental changes: a review of the Dutch case studies and proposals for methodological research. Paper presented at the conference on environmental policy in a market economy. Wageningen.
- Orme, B. (2010). Getting started with conjoint analysis: strategies for product design and pricing research. In: *Getting Started with Conjoint Analysis: Strategies for Product Design and Pricing Research*, fourth ed. Research Publishers LLC.
- Page, S.J., Hartwell, H., Fyall, A., Ladkin, A., Hemingway, A. (2017). Case study: Wellness, tourism and small business development in a UK coastal resort: Public engagement in practice. *Tourism Management*, 60, 466-477.
- Pahrudin, P., Chen, C-T., & Li, L-W. (2021). A modified theory of planned behavioral: A case of tourist intention to visit a destination post pandemic Covid-19 in Indonesia. *Heliyon*, 7, e08230.
- Pai, S., & Ananthakumar, U. (2017). Understanding tourist preferences for travel packages: A conjoint analysis approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (12), 1238–1249
- Pallant, J. (2011). *A Step by Step Guide to Data Analysis Using the SPSS Program: Survival Manual*, (4th Ed.). McGraw-Hill, Berkshire.
- Pappa, D., & Kaliampakos, D. (2022). Assessing the externalities of a ski resort in Tzoumerka: willingness to pay in order to promote or to prevent its construction. *Journal of Mountain Science*, 19(8): 2420-2434.

- Park, B. J., Tsunetsugu, Y., Lee, J., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2012). Effect of the forest environment on physiological relaxation-the results of field tests at 35 sites throughout Japan. In Q. Li (Ed.), *Forest medicine* (pp. 55–65). Nova Science Publishers, Inc.
- Pavlova, M., Groot, W., & van Merode, G. (2004). An Application of Rating Conjoint Analysis to Study the Importance of Quality-, Access and Price-attributes to Health Care Consumers. *Economics of Planning*, 37, 267–286.
- Pearce, D., & Moran, D. (1994). *The Economic Value of Biodiversity*. Earthscan Publications Limited, London.
- Pearce, D., & Turner, R.K., (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Harvester Wheatsheaf, Hertfordshire, U.K.
- Pearce D.W., & Warford, J.J. (1993), *World Without End*, Oxford University Press.
- Pearce, P. and Lee, U. L. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43, 226–237.
- Pechlaner, H., & Fisher, E. (2006). Alpine wellness. A resource-based view. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 67–77.
- Perman, R., Ma, Y., McGilvray, J., & Common, M. (1999). *Natural resource and environmental economics*. Longman. Harlow. Essex.
- Permain, D., Swanson, J., Kroes, E., & Bradley, M. (1991), *Stated Preference Techniques. A Guide to Practice*. 2nd edn. Steer Davis Gleave and Hague Consulting Group.
- Phetvaroon, K. (2006). Application of the theory of planned behavior to select a destination after a crisis: a case study of Phuket, Thailand. PhD Thesis. Oklahoma State University.
- Pike, A. & Pose, A. R., & Tomaney, J. (2006). *Local and regional development*. Routledge.
- Platania, M., Sharpley, R.A.J., Rizzo, M., & Ruggieri, G. (2022). The contingent equilibrium during imbalanced volcano tourism demand through fee estimation: An empirical analysis of tourism in Mount Etna. *Journal of Environmental Management*, 316, 115235.
- Powe, N. A., & Willis, K. G. (1996). Benefits received by visitors to heritage sites: a case study of Warkworth Castle. *Leisure Studies*, 15(4), 259–275.
- Pröbstl-Haider, U., Haider, W., Wirth, V., & Beardmore, B. (2015). Will climate change increase the attractiveness of summer destinations in the European Alps? A survey of German tourists. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 11, 44–57.
- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2015). Exploring well-being as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 94–105.
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, 31(6), 797–805.
- Rastegari, H., Petrescu, D.C., & Petrescu-Mag, R.M. (2023). Factors affecting retailers' fruit waste management: Behavior analysis using the theory of planned behavior and norm activation model. *Environmental Development*, 47, 100913.

- Rathnayake, R.M.W. (2016). Pricing the enjoyment of 'elephant watching' at the Minneriya National Park in Sri Lanka: An analysis using CVM. *Tourism Management Perspective*, 18, 26–33.
- Rao, V.R. (2014). *Applied Conjoint Analysis*. Springer-Verlag. Berlin Heidelberg.
- Reynisdottir, M., Song, H., & Agrusa, J. (2008). Willingness to pay entrance fees to natural attractions: An Icelandic case study. *Tourism Management*, 29, 1076–1083.
- Rodrigues, A., Kastenholz, K., & Rodrigues, A. (2010). Hiking as a wellness activity - an exploratory study of hiking tourists in Portugal. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 331-343.
- Roemer, E., Schuberth, F., & Henseler, J. (2021). HTMT2—an improved criterion for assessing discriminant validity in structural equation modeling. *Industrial Management & Data Systems*, 121(12), 2637-2650.
- Rodrigues, A., Kastenholz, K., & Rodrigues, A. (2017). Hiking as a wellness activity—An exploratory study of hiking tourists in Portugal. *Journal of Vacation Market*, 16, 331–343.
- Rolfe, J., Bennett, J., & Louviere, J. (2000). Choice Modelling and Its Potential Application to Tropical Rainforest Preservation. *Ecological Economics*, 35(2), 289-302.
- Rolfe, J., & Windle, J. (2003). Valuing the protection of aboriginal cultural heritage sites. *Economic Record*, 79(Special issue), 85-95.
- Romão, J., Seal, P.P., Hansen, P., Joseph, S., & Piramanayagam, S. (2022). Stakeholder-based conjoint analysis for branding wellness tourism in Kerala, India. *Asia-Pacific Journal of Regional Sciences* 6, 91–111.
- Ruijgrok, E. (2006). The three economic values of cultural heritage: A case study in the Netherlands. *J. Cult. Herit.* 7, 206–213.
- Ryan, M., & Farrar, S. (2000). Using conjoint analysis to elicit preferences for health care. *BMJ* 320, 1530–3.
- Samus, A., Freeman, C., Dickinson, K.J.M., & van Heezik, Y. (2023). An examination of the factors influencing engagement in gardening practices that support biodiversity using the theory of planned behavior. *Biological Conservation*, 286, 110252.
- Sánchez-Cañizares, S.M., Javier Cabeza-Ramírez, I., Guzmán Muñoz-Fernández & Fuentes-García, F.J. (2021) Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel, *Current Issues in Tourism*, 24(7), 970-984.
- Sayadi, S., Gonzales Roa, C., & Calatrava Requena, J. (2005). Ranking versus scale rating in conjoint analysis: evaluating landscapes in mountainous regions in southeastern Spain. *Ecological Economics*, 55, 539-5.
- Sayili, M., Akca, H., Duman, T., & Esengun, K. (2007). Psoriasis treatment via doctor fishes as part of health tourism: A case study of Kangal fish spring, Turkey. *Tourism Management*, 28(2), 625–629.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*, Second edition. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Schultz, J.R. (2014). Applying the theory of planned behavior to participation in sustainable tourism certification programs. PhD Thesis. University of Utah.
- Segars, A.H., & Grover, V. (1993). Pie-examining perceived ease of use and usefulness: a confirmatory factor Analysis. *Management Information Systems Research Center*, 17(4), 517-525.
- Shahzad, T., Shah, S.T.H., Rais, S.I. *et al.* (2022). People's attitude towards willingness-to-pay for environmental protection in Pakistan. *Environ Science and Pollution Research* 29, 52635–52654.
- Shan, J. Li, Z. Xu, J. (2010). Estimating ecological damage caused by green tides in the Yellow Sea: A choice experiment approach incorporating extended theory of planned behavior. *Ocean Coast. Manag.* 181 (2019) 104901.
- Shan, J., Li, J., Liu, D., Xu, Z., & Hong, L. (2023). Estimating the non-market value of island biodiversity in China: Controlling for warm glow bias in contingent valuation method. *Journal for Nature Conservation*, 76, 126509.
- Sharma, P., & Nayak, J.K. (2018). Testing the role of tourists' emotional experiences in predicting destination image, satisfaction, and behavioral intentions: A case of wellness tourism. *Tourism Management Perspectives*, 28, 41-52.
- Shavell, S. (1993). Contingent valuation of the nonuse values of natural resources: Implications for public policy and the liability system. In Hausman, J. A. *Contingent Valuation A Critical Assessment* Elsevier Science Publishers B V North-Holland Amsterdam.
- Shee, D. Y., & Wu, Y. L. (2008). Is competence set expansion in the information service industry a planned behavior? The moderating effects of action control style. *Service Industries Journal*, 28(10), 1385-1398.
- Shi, H., Fan, J., & Zhao, D. (2017a). Predicting household PM2. 5-reduction behavior in Chinese urban areas: an integrative model of theory of planned behavior and norm activation theory, *Journal of Cleaner Production*, 145, 64–73.
- Shi, H., Wang, S., & Zhao, D. (2017b). Exploring urban resident's vehicular PM2. 5 reduction behavior intention: an application of the extended theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*, 147, 603–613.
- Shokri Garjan, H., Mahdi Paydar, M., & Divsalar, R. (2023). A sustainable supply chain for a wellness tourism center considering discount and quality of service. *Expert Systems with Applications*, 211, 118682.
- Skoumpi, M., Tsartas, P., Sarantakou, E., & Pagoni, M. (2021). Wellness Tourism Resorts: A Case Study of an Emerging Segment of Tourism Sector in Greece. Chapter published in *Published in: Culture and Tourism in a Smart, Globalized, and Sustainable World*. Springer International Publishing.
- Slomonson, N., Aberg, A., & Allwood, J. (2012). Communicative skills that support value creation: a study of B2B interactions between customers and customer service representatives. *Industrial Marketing Management*, 41(1), 145-155.

- Small, N., Munday, M., & Durance, I., (2017). The challenge of valuing ecosystem services that have no material benefits. *Global Environmental Challenge*. Elsevier.
- Smith, S. (1995). *Tourism Analysis: A Handbook*, 2nd ed.; Longman: Harlow, UK.
- Smith, M. & Kelly, C. (2006). Wellness tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 1-4.
- Smith, B. R. (2007). Body, mind and spirit? Towards an analysis of the practice of yoga. *Body & Society*, 13(2), 25–46.
- Smith, M. K., & Puczko, L. (2016). *The Routledge handbook of health tourism*. London: Taylor & Francis.
- Snowball, J.D. (2005). The Economic Valuation of Cultural Events in Developing Countries: Combining Market and Non-Market Valuation Techniques at the South African National Arts Festival. Doctoral Dissertation, Rhodes University, Grahamstown, South Africa.
- Soliman, M. (2021). Extending the Theory of Planned Behavior to Predict Tourism Destination Revisit Intention. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 22(5), 524-549.
- Sourisseau, J-M., Geronimi, Y., Blaise, S., & Bouard, S. (2017). New Caledonia in the turmoil of the 21st Century. *Cahier, du CEMOTEV*, n° 2017-01.
- Spash, C.L. (2008). The contingent valuation method: Retrospect and prospect. *Socioeconomics and the environment in discussion*. CSIRO Working Paper Series, 2008-04.
- Spash, C. L., Urama, K., Burton, R., Kenyon, W., Shannon, P., & Hill, G. (2009). Motives behind willingness to pay for improving biodiversity in a water ecosystem: Economics, ethics and social psychology. *Ecological Economics*, 68(4), 955–964.
- Srivastava, M., & Kaul, D. (2014). Social interaction, convenience and customer satisfaction: the mediating effect of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), 1028-1037.
- Statista. Market size of the wellness tourism industry worldwide 2030. Published by Christina Gough, 13 February 2024. <https://www.statista.com/statistics/1018497/global-market-size-of-the-wellness-tourism-industry/> (Accessed 26 February 2024).
- Steiner, C.J., & Reisinger, Y. (2006). Ringing the fourfold: A philosophical framework for thinking about wellness tourism. *Tour. Recreat. Res.*, 31, 5–14
- Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How effective are behavior change interventions based on the theory of planned behavior? *Zeitschrift für Psychologie*, 224 (3), 216–233.
- Sterner, T. (2003). *Policy Instruments for Environmental and Natural Resource Management*. Resource for the Future Press, Washington, DC.
- Subawa, N.S., Mimaki, E.A., Mimaki, C.A., Baykal, E., & Millinia Utami, M.S. (2023). Exploring the hidden potential of Bali's wellness tourism: Which factors encourage tourists to visit? *Cogent Social Sciences*, 9, 2269722.

- Suh, Y.K., & Gartner, W.C. (2004). Preferences and trip expenditures—a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea. *Tourism Management*, 25, 127-137.
- Suh, Y.K., & McAvoy, L. (2005). Preferences and trip expenditures—a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea. *Tourism Management*, 25, 127-137.
- Supapol, A.B., Barrows, D., & Barrows, A. (2007). Canadian health and wellness tourism: Obstacles impeding international competitiveness. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 12(3), Article 12.
- Tao, Z., Yan, H., & Zhan, J. (2012). Economic valuation of forest ecosystem services in Heshui Watershed using contingent valuation method. *Procedia Environmental Sciences*, 13, 2445–2450.
- Tavlikou, A.E., & Assimakopoulos, C. (2018). Study on The Impact of Socio-Economic Crisis on Greek Wellness Tourists’ Spending Behavior. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(2), 24-31.
- Tesser, A., & Shaffer, D. R. (1990). Attitudes and attitude change. *Annual Review Psychology*, 41, 479-523.
- Thyne, M., Lawson, R., & Todd, S. (2006). The use of conjoint analysis to assess the impact of the cross-cultural exchange between hosts and guests. *Tourism Management*, 27, 201–213.
- Tonin, S. (2018). Citizens’ perspectives on marine protected areas as a governance strategy to effectively preserve marine ecosystem services and biodiversity. *Ecosystem Services*, 34, 189–200.
- Tripathi, S.N., & Siddiqui, M.H. (2010). An empirical study of tourist preferences using conjoint analysis, *International Journal of Business Science & Applied Management*, s.l., 5(2), 1-16.
- Tuan, T., & Navrud, S. (2008). Capturing the benefits of preserving cultural heritage. *Journal of Cultural Heritage*, 9(3), 326-337.
- Tucker, L. R., & Lewis, C. (1973). The reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*, 38, 1-10.
- Turner, R. K., Pearce D., & Bateman I. (1994). *Environmental Economics*. Harvester Wheatsheaf.
- Ullman, J.B., & Bentler, P.M. (2003). Structural equation modeling. *Handbook of psychology*, 607-634.
- Van Liere, K. D., & Dunlap, R. E. (1980). The social bases of environmental concern: A review of hypotheses, explanations and empirical evidence. *Public Opinion Quarterly*, 44, 181–197.
- Vasileiou, M., & Tsartas, P. (2009). The Wellness Tourism Market In Greece- An Interdisciplinary Methodology Approach. *Tourismos An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(4), 127-144.
- Vasquez, W.F., Beaudin, L., Murray, T.J., Pedlowski, M.A., de Rezende, C.E. (2022). Preferences for sea level rise adaptation: A contingent valuation study in Rio de Janeiro State, Brazil. *Ocean and Coastal Management*, 218, 106020.

- Veitch, J., Ball, K., Rivera, E., Loh, V., Deforche, B., & Timperio, A. (2021). Understanding children's preference for park features that encourage physical activity: an adaptive choice based conjoint analysis. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18 (1), 133.
- Venkatachalam, L. (2004). The contingent valuation method: A review. *Environmental impact assessment review*, 24(1), 89–124
- Voltaire, L., Donfouet, H.P.P., Pirrone, C., & Larzilliere, A. (2017). Respondent Uncertainty and Ordering Effect on Willingness to Pay for Salt Marsh Conservation in the Brest Roadstead (France). *Ecological Economics*, 137, 47–55.
- Voigt, C., Howat, G., & Brown, G. (2010). Hedonic and eudaimonic experiences among wellness tourists: An exploratory enquiry. *Annals of Leisure Research*, 13, 541–562
- Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011). Wellness tourists: In search of transformation. *Tourism Review*, 66, 16–30.
- Voigt, C., & Pforr, C. (2014). *Wellness tourism: A destination perspective*. London: Routledge.
- Vukovic, P., Cavlin, G., & Cavlin, M. (2015). Complementarity in the development of rural tourism with the development of thermal baths, spa and wellness tourism. *Economics of Agriculture*, 1, 259–270.
- Walker, J., & Ben-Akiva, M. (2002). Generalized random utility model. *Mathematical Social Sciences* 43, 303–343.
- Wang, P. W., & Jia, J. B. (2012). Tourists' willingness to pay for biodiversity conservation and environment protection, Dalai Lake protected area: Implications for entrance fee and sustainable management. *Ocean & Coastal Management*, 62, 24–33.
- Wang, J., & Wang, X. (2012). *Structural Equation Modeling: Applications using Mplus*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Wang, Z. (2014). Meta-analysis of stated preference environmental valuation studies in China, with implications for benefits transfer. Master of Environmental Management Degree. Nicolas School of the Environment. Duke University.
- Wang, K., Xu, H., & Huang, L. (2020). Wellness tourism and spatial stigma: A case study of Bama, China. *Tour. Manag.*, 78, 104039.
- Wang, Y., Zhao, J., & Pan, J. (2023). The investigation of green purchasing behavior in China: A conceptual model based on the theory of planned behavior and self-determination theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103667.
- Whitehead, J.C., & Haab, T.C. (2023). Contingent valuation method. *Encyclopedia. Reference Module in Earth Systems and Environmental Sciences*.
- Williams, P.W., Andestad, G., Pollock, A., & Dossa, K.B. (1996). Health spa travel markets: Mexican long-haul pleasure travellers. *Journal of Vacation Marketing*, 3, 10–31
- Wu, H., Wang, W., Tao, Y., Shao, M., & Yu, C. (2024). Understand the Chinese Z Generation consumers' Green hotel visit intention: An Extended Theory of Planned Behavior Model. *Heliyon*, 10, e25067.

Xie, L., Guan, X., He, Y., & Huan, T. C. (2022). Wellness tourism: Customer-perceived value on customer engagement. *Tourism Review*, 77(3), 859–876.

Xu, Z., Xu, J., Li, S., & Wang, C. (2024). The influencing factors of residents' willingness to pay in marine ecological restoration: The integration of the theory of planned behavior and social capital theory. *Marine Policy*, 161, 106031.

Yao, Y., Wang, G., Ren, L., & Qiu, H. (2023). Exploring tourist citizenship behavior in wellness tourism destinations: The role of recovery perception and psychological ownership. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 209–219.

Zhang, G., Chen, X., Law, R., Zhang, M. (2020). Sustainability of Heritage Tourism: A Structural Perspective from Cultural Identity and Consumption Intention. *Sustainability*, 12, 9199.

Zhang, J., Wei, X., Fukuda, H., Zhang, L., & Ji, X. (2021). A Choice-based conjoint analysis of social media picture posting and souvenir purchasing preference: A case study of social analytics on tourism. *Information Processing and Management*, 58, 102716.