



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

***«Αναπτυξιακή κατάσταση και δυναμική στην Ήπειρο: Οι
εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός περιφερειακής
οικονομικής ανάπτυξης και η συμβολή του στρατηγικού
σχεδιασμού στην προσπάθεια αυτή»***

Διδακτορική Διατριβή

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών

Γαβριηλίδης Γκάμπυ

Επιβλέπον Καθηγητής: **Μεταξάς Θεόδωρος**

Αθήνα

2024

«Αναπτυξιακή κατάσταση και δυναμική στην Ήπειρο: Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης και η συμβολή του στρατηγικού σχεδιασμού στην προσπάθεια αυτή»

Περίληψη:

Στόχος της παρούσας διδακτορικής διατριβής ήταν να εξετάσει την αναπτυξιακή δυναμική της Ηπείρου σε συνδυασμό με τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την εφαρμογή πρακτικών βιώσιμου ορεινού τουρισμού στην περιοχή. Επιπρόσθετα, διερευνήθηκαν στρατηγικές πολιτικές που μπορούν να εφαρμοστούν σε ορεινές περιφέρειες, όπως αυτή της Ηπείρου, για να ενισχύουν την τοπική οικονομική και κοινωνική τους ανάπτυξη μέσα στο πλαίσιο των ήπιων μορφών τουρισμού. Για τους παραπάνω σκοπούς, ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε ένα δείγμα 1.524 τουριστών που είχαν επισκεφθεί την περιφέρεια της Ηπείρου τα τελευταία 7 χρόνια. Τα ερωτηματολόγια συγκεντρώθηκαν μέσω διαδικτύου με τη μέθοδο της απλής τυχαίας δειγματοληψίας. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν τεχνικές όπως Διερευνητική και Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση, Δομικά Μοντέλα Εξισώσεων και Παραμετρικά Τεστ.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το κοινωνικό και οικονομικό τοπίο στην Ήπειρο, καθώς και η φυσική ομορφιά και μοναδικότητα της περιοχής υποδηλώνουν ότι η ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων, σε συνδυασμό με την προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής, την καλλιέργεια προϊόντων διατροφής υψηλής ποιότητας και την ανάδειξη των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντός της μπορούν να αποτελέσουν βασικούς μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης. Αυτό το οικονομικό μοντέλο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διατήρηση των περιβαλλοντικών πόρων για τις μελλοντικές γενιές, ενισχύοντας μια πιο ανθρωποκεντρική φιλοσοφία για το πώς θα πρέπει να αναπτυχθούν οι κοινωνίες και οι κοινότητες. Η απρογραμμάτιστη τουριστική ανάπτυξη, που οδηγεί στην άδικη κατανομή των οικονομικών της ωφελειών και στην επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος, πρέπει να αντικατασταθεί από στρατηγικά σχεδιασμένες πολιτικές

εναλλακτικού τουρισμού που οδηγούν στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, αξιοποιώντας τις ενδογενείς δυνάμεις κάθε περιοχής. Συνολικά, το παράδειγμα μελέτης της περίπτωσης της Ηπείρου ανέδειξε τις αδυναμίες του παραγωγικού μοντέλου της Ελλάδας, οι οποίες, σε συνδυασμό με τη δημογραφική κρίση, την αναπτυξιακή υστέρηση και τις περιφερειακές ανισότητες, καθιστούν επιτακτική ανάγκη την αναζήτηση και εφαρμογή εναλλακτικών πολιτικών και στρατηγικών που θα οδηγήσουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Λέξεις κλειδιά: Ορεινός Τουρισμός, Βιώσιμος Τουρισμός, Στρατηγικός Σχεδιασμός, Ήπειρος, Ελλάδα

***“The impact of Sustainable Forms of Tourism and Strategic Planning on
Regional development: The case of Epirus, in Greece”***

Abstract:

The aim of this PhD thesis was to examine the development dynamics of Epirus in combination with the investigation of the factors influencing the implementation of sustainable mountain tourism practices in the region of Epirus, in Greece. In addition, strategic policies that can be applied in mountainous regions, such as that of Epirus, for enhancing their local economic and social development within the context of sustainable forms of tourism were explored. For these purposes, questionnaires were distributed to a sample of 1,524 tourists who had visited the region of Epirus in the last 7 years. The questionnaires were collected via the internet, using the method of simple random sampling. Techniques such as Exploratory and Confirmatory Factor Analyses, Structural Equation Modeling and Parametric Tests were used for analyzing primary data.

The results indicated that the social and economic landscape of Epirus, as well as the natural beauty and uniqueness of the region suggest that the development of sustainable tourism activities, combined with the promotion of the cultural identity of the region, the cultivation of high-quality food products and the promotion of the elements of its natural environment can be key drivers of economic development. This economic model places particular emphasis on preserving environmental resources for future generations, reinforcing a more people-centered philosophy of how societies and communities should develop. Unplanned tourism development, which leads to the unfair distribution of its economic benefits and the degradation of the natural environment, must be replaced by strategically planned alternative tourism policies that lead to local economic development, building on the endogenous strengths of each region. Overall, the case of Epirus highlighted the weaknesses of Greece's productive model, which, combined with the demographic crisis and regional

inequalities, make it imperative to seek and implement alternative policies and strategies that will lead to the sustainable development of local communities.

Key words: Mountain Tourism, Sustainable Tourism, Strategic Planning, Epirus, Greece

JEL Classification System: O21, R11, Z32, Q01

*Στους Ισαάκ, στην Πέπη, στην Αλλέγρα, στην Τούλα, στον Σάμη, στον
Φοίβο...*

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή κ. Μεταξά με τον οποίο υπήρξαμε, και ευελπιστώ να συνεχίσουμε να υπάρχουμε, «συνεργάτες» στον ταξίδι της συγγραφής της παρούσας διδακτορικής διατριβής, ξεπερνώντας τη σχέση δασκάλου μαθητή.

Πίνακας Περιεχομένων

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή.....	23
1.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα της Διδακτορικής Διατριβής (ΔΔ)	23
1.2 Συμβολή της Διδακτορικής Διατριβής (ΔΔ)	24
1.2.1 Θεωρητική Συνεισφορά.....	25
1.2.2 Πρακτικές επιπτώσεις.....	25
1.2.3 Ευρύτερες προεκτάσεις	26
1.3 Δομή της διδακτορικής διατριβής	27
Κεφάλαιο 2: Περιφερειακές ανισότητες στην ΕΕ και στην Ελλάδα και η ανάγκη ενίσχυσης των περιοχών που βρίσκονται σε υστέρηση - Περιφερειακές ανισότητες στον τουρισμό στην Ελλάδα.....	29
2.1 Εισαγωγή.....	29
2.2 Το κρίσιμο πρόβλημα του χώρου και οι περιφερειακές ανισότητες	29
2.3. Οι περιφερειακές ανισότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η αναπτυξιακή δυναμική της Ελλάδας και της Ηπείρου	30
2.4 Περιφερειακές Ανισότητες στον Τουρισμό	39
Κεφάλαιο 3: Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (Βιώσιμος Τουρισμός) και Περιφερειακή Ανάπτυξη	45
3.1 Εισαγωγή.....	45
3.2 Οι ήπιες μορφές τουρισμού - Ο Εναλλακτικός τουρισμός ή ο βιώσιμος τουρισμός (sustainable tourism)	45
3.3 Διαφορές ανάμεσα στον μαζικό τουρισμό και στις ήπιες μορφές τουρισμού	47
3.4 Μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού	51
3.5 Τα οφέλη και ο αντίκτυπος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	53
Κεφάλαιο 4: Παράγοντες επιτυχίας (success factors) και στρατηγικές ανάπτυξης ήπιων μορφών τουρισμού που οδηγούν στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	57
4.1 Εισαγωγή.....	57
4.2 Παράγοντες επιτυχίας (success factors) του βιώσιμου τουρισμού	61
4.3 Συμπεράσματα κεφαλαίου	72

Κεφάλαιο 5: Στρατηγικός Σχεδιασμός (ΣΣ) και Περιφερειακή ανάπτυξη	75
5.1 Εισαγωγή.....	75
5.2 Η έννοια του Στρατηγικού Σχεδιασμού	79
5.3 Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού	81
5.4 Χωροταξικός σχεδιασμός και ΣΣ	84
5.5 Τουριστική Ανάπτυξη και ΣΣ	87
5.6 Μεταφορές και ΣΣ.....	90
5.7 Υγειονομική περίθαλψη και ΣΣ.....	92
5.8 Εκπαίδευση και ΣΣ	93
5.9 Ενέργεια και ΣΣ	94
5.10 Στεγαστικές πολιτικές και ΣΣ.....	95
5.11 Τοπική διακυβέρνηση και ΣΣ.....	96
5.12 Συμπεράσματα και σύνοψη κεφαλαίου	97
Κεφάλαιο 6: COVID 19 και Τουρισμός.....	100
6.1 Εισαγωγή.....	100
6.2 Η πανδημία του COVID 19	100
6.3 Οι επιπτώσεις της πανδημίας στον τουριστικό κλάδο.....	101
6.4 Στρατηγικές αντιμετώπισης του αντικτύπου της πανδημίας – Πολιτικές ανάκαμψης	106
Κεφάλαιο 7: Ανάλυση προηγούμενων μελετών σχετικά με την επίδραση του ορεινού και βιώσιμου τουρισμού στην Περιφερειακή ανάπτυξη (Previous Studies) – «Παράγοντες επιτυχίας» του βιώσιμου τουρισμού.....	108
Κεφάλαιο 8: Η περιοχή της Ηπείρου	139
8.1 Εισαγωγή.....	139
8.2 Γεωγραφία	139
8.3 Διοικητική Διαίρεση	139
8.4 Πληθυσμός.....	140
8.5 Οικονομία και απασχόληση	142
8.6 Τουρισμός	150
8.7. Φυσικό Περιβάλλον	155
8.8 Πολιτιστικό περιβάλλον	156
8.9 Μεταφορικές Υποδομές	157

8.10 Σύνοψη.....	158
Κεφάλαιο 9: Ερευνητική Μεθοδολογία.....	159
9.1 Εισαγωγή.....	159
9.2 Τύπος έρευνας	159
9.3 Ερευνητική προσέγγιση	163
9.4 Ερευνητική διαδικασία και στρατηγική δειγματοληψίας	166
9.5 Το ερευνητικό εργαλείο	168
9.6 Μεθοδολογία ανάλυσης των δεδομένων και εννοιολογικό πλαίσιο.....	175
Κεφάλαιο 10: Ανάλυση δεδομένων	183
10.1 Εισαγωγή.....	183
10.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος.....	183
10.3 Προτιμήσεις των ταξιδιωτών στην Ήπειρο.....	189
10.4 Κίνητρα Τουριστών – Σημαντικότητα των χαρακτηριστικών των τουριστικών προορισμών (destinations attributes importance).....	194
10.5 Ικανοποίηση των τουριστών από την Ήπειρο – Απόδοση του προορισμού της Ηπείρου στους ίδιους παράγοντες (Destination Attributes Performance).....	202
10.6 Συνολική ικανοποίηση & COVID 19	210
10.7 Σύγκριση κινήτρων (Destination attributes importance) και Ικανοποίησης (Destination attributes performance) των τουριστών.....	212
10.8 Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση (Exploratory Factor Analysis)	215
10.9 Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (Confirmatory Factor Analysis).....	233
10.9.1 Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση στα Κίνητρα των Τουριστών (Destination attributes Importance/Motivation)	233
10.9.2 Παραγοντική Ανάλυση στην Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψη τους στην Ήπειρο (Destination attributes Performance/Satisfaction)	236
10.10 Δομικά Μοντέλα Εξισώσεων – (Structural Equation Modeling)	241
10.10.1 Κίνητρα με Ικανοποίηση (1 ^ο μοντέλο SEM)	241
10.10.2 Διαστάσεις Συνολικής Ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο (2 ^ο μοντέλο SEM).....	245
10.11 Παραμετρικά τεστ – επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στις απαντήσεις τους	249
10.11.1 Κίνητρα (Destination attributes importance/motivation)	249
10.11.2 Ικανοποίηση (Destination attributes performance/satisfaction)	259

Κεφάλαιο 11: Συμπεράσματα -Συζήτηση	271
11.1 Συμπεράσματα – Συζήτηση	271
11.1.1 Αναπτυξιακή Δυναμική της Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες Περιφέρειες της ΕΕ και της Ελλάδας (ερευνητικό ερώτημα 1)	271
11.1.2 Παράγοντες επιτυχίας (success factors) για την ανάπτυξη του ορεινού βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο από την πλευρά της ζήτησης και επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών σε αυτούς (ερευνητικά ερωτήματα 2 και 3)	273
11.1.3 Διαστάσεις ικανοποίησης των επισκεπτών από την εμπειρία τους στην Ήπειρο (ερευνητικό ερώτημα 3).	277
11.1.4 Σχέσεις κινήτρων και επίπεδων ικανοποίησης των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο (ερευνητικό ερώτημα 4).....	278
11.1.5 Διαφοροποιήσεις στα κίνητρα των τουριστών ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (ερευνητικό ερώτημα 5)	281
11.1.6 Διαφοροποιήσεις στα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών από την εμπειρία τους στην Ήπειρο ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (ερευνητικό ερώτημα 6).....	282
11.1.7 Βέλτιστες πρακτικές (best practices) στο πλαίσιο του Στρατηγικού Σχεδιασμού που αφορούν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και μπορούν να εφαρμοστούν στην Ήπειρο (ερευνητικό ερώτημα 7).....	284
11.2 Ερευνητικοί Περιορισμοί της Διδακτορικής Διατριβής.....	290
11.3 Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.....	291
11.4 Σύνοψη - Επίλογος.....	292
Βιβλιογραφία:.....	293
Παραρτήματα.....	315

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα	Σελ.
Διάγραμμα 2.1: Κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε ΜΑΔ σε σχέση με τον Ευρωπαϊκό Μέσο όρο (EU=100), NUTS 2	32
Διάγραμμα 2.2: Καθαρό πρωτογενές εισόδημα ανά κάτοικο σε ΜΑΔ ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2020), NUTS 2 (EU=19500)	33
Διάγραμμα 2.3: Ποσοστό απασχόλησης ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2022), NUTS 2 (EU=74,6%), Άτομα 20-64 ετών	34
Διάγραμμα 2.4: Διαφορά στην απασχόληση ανάμεσα στα δύο φύλα (2022), ποσοστό απασχόλησης των ανδρών μείον το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών για άτομα ηλικίας 20-64 ετών, ανά περιφέρειες NUTS 2	35
Διάγραμμα 2.5: Ποσοστό ανεργίας ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2022), NUTS 2 (EU=6,2%), Άτομα 15-74 ετών	36
Διάγραμμα 2.6: Ποσοστό αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2022), NUTS 2 (EU=42%), Άτομα 25-34 ετών	37
Διάγραμμα 2.7: Αναφερόμενες μη ικανοποιημένες ανάγκες για ιατρικές εξετάσεις, ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2021), σε % ατόμων άνω των 16 ετών, NUTS 2 (EU=2%), Άτομα 25-34 ετών	39
Διάγραμμα 2.8: Διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα (σε χιλιάδες), ανά Περιφέρεια (2022)	41
Διάγραμμα 2.9: Επισκέψεις (σε χιλιάδες), Ανά Περιφέρεια (2022)	43
Διάγραμμα 2.10: Εισπράξεις από τον Τουρισμό (σε εκ. €), Ανά Περιφέρεια (2022)	43
Διάγραμμα 3.1: Ο Βιώσιμος τουρισμός στη σύγχρονη οικονομία	47
Διάγραμμα 3.2: Οι διαφορές του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού ανά χωρικό επίπεδο	50
Διάγραμμα 3.3: Ενοικιολογικό πλαίσιο του βιώσιμου τουρισμού	51
Διάγραμμα 4.1: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση τη γεωγραφική περιοχή μελέτης (ανά Ήπειρο)	58
Διάγραμμα 4.2: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση την ερευνητική μεθοδολογία	59
Διάγραμμα 4.3: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση το χρόνο	59
Διάγραμμα 4.4: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση το περιοδικό (Journal)	60
Διάγραμμα 4.5: Κατηγοριοποίηση παραγόντων επιτυχίας του βιώσιμου τουρισμού	73
Διάγραμμα 5.1: Ταξινόμηση των άρθρων (ΣΣ) με βάση το περιοδικό (Journal)	76
Διάγραμμα 5.2: Ταξινόμηση των άρθρων (ΣΣ) με βάση το χρόνο	77

Διάγραμμα 5.3: Ταξινόμηση των άρθρων (ΣΣ) με βάση τη γεωγραφική περιοχή μελέτης (ανά Ήπειρο)	78
Διάγραμμα 5.4: Κατανομή των άρθρων (ΣΣ) ανά τομέα (σε %)	79
Διάγραμμα 5.5: Μεθοδολογία ανασκόπησης (ΣΣ)	80
Διάγραμμα 5.6: Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού	82
Διάγραμμα 5.7: Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού για περιοχές και Περιφέρειες	83
Διάγραμμα 7.1: Βιώσιμος τουρισμός ως πηγή ανάπτυξης φυσικού πλεονεκτήματος	120
Διάγραμμα 7.2: Εννοιολογικό πλαίσιο ορεινού τουρισμού	121
Διάγραμμα 8.1: Ποσοστιαία κατανομή του πληθυσμού της Περιφέρειας Ηπείρου, 2021	141
Διάγραμμα 8.2: Εξέλιξη του κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ελλάδα και στην Ήπειρο, (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020	144
Διάγραμμα 8.3: Κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ήπειρο ανά Περιφερειακή Ενότητα (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020	145
Διάγραμμα 8.4: Απασχόληση ανά τομέα στην Περιφέρεια Ηπείρου, 2021, σε άτομα	147
Διάγραμμα 8.5: Ποσοστό ανεργίας ανά Περιφέρεια στην Ελλάδα, Δ τρίμηνο 2023	149
Διάγραμμα 8.6: Εξέλιξη της απασχόλησης στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης στην Ήπειρο, 2011-2022, (σε χιλ.)	150
Διάγραμμα 8.7: Αφίξεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2011-2022	152
Διάγραμμα 8.8: Διανυκτερεύσεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2011-2022	152
Διάγραμμα 8.9: Αφίξεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2010-2022, Ανά Περιφερειακή Ενότητα	154
Διάγραμμα 8.10: Διανυκτερεύσεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2010-2022, Ανά Περιφερειακή Ενότητα	154
Διάγραμμα 8.11: Πληρότητα σε ξενοδοχειακά καταλύματα σε % στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2010-2022, Ανά Περιφερειακή Ενότητα	155
Διάγραμμα 8.12: Μεταφορικές Υποδομές της Περιφέρειας Ηπείρου	157
Διάγραμμα 8.13: Βασικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Ηπείρου	158
Διάγραμμα 9.1: 1 ^ο θεωρητικό μοντέλο – Σχέσεις Κινήτρων, Ικανοποίησης και Μελλοντικών Στάσεων	178
Διάγραμμα 9.2: 2 ^ο θεωρητικό μοντέλο – Δομικές Διαστάσεις Συνολικής ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο	181
Διάγραμμα 9.3: Σύνοψη μεθοδολογίας ανάλυσης της διδακτορικής διατριβής	182
Διάγραμμα 10.1: Φύλο των συμμετεχόντων, σε %	185
Διάγραμμα 10.2: Ηλικία των συμμετεχόντων, σε %	186
Διάγραμμα 10.3: Οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, σε %	186

Διάγραμμα 10.4: Μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων, σε %	187
Διάγραμμα 10.5: Επάγγελμα των συμμετεχόντων, σε %	188
Διάγραμμα 10.6: Τόπος διαμονής των συμμετεχόντων, σε %	188
Διάγραμμα 10.7: Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των συμμετεχόντων, σε %	189
Διάγραμμα 10.8: Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε στην Ήπειρο; (δημοφιλείς προορισμοί), (απαντήσεις σε %)	190
Διάγραμμα 10.9: Διάρκεια παραμονής (αριθμός διανυκτερεύσεων σε βράδια)	191
Διάγραμμα 10.10: Τύπος καταλύματος των επισκεπτών στην Ήπειρο; (Σε τι κατάλυμα μείνατε;), (απαντήσεις σε %)	192
Διάγραμμα 10.11: Πόσα χρήματα ξοδέψατε περίπου κατ' άτομο στη διάρκεια των διακοπών σας στην Ήπειρο; (απαντήσεις σε %)	193
Διάγραμμα 10.12: Πως ήρθατε στην Ήπειρο; (απαντήσεις σε %)	193
Διάγραμμα 10.13: Μήτρα Σημαντικότητας /Ικανοποίησης για τον βιώσιμο τουρισμό στην Περιφέρεια Ηπείρου	214
Διάγραμμα 10.14: Σύγκριση Σημαντικότητας /Ικανοποίησης για τον βιώσιμο τουρισμό στην Περιφέρεια Ηπείρου – Αραχνοειδές διάγραμμα	215
Διάγραμμα 10.15: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (CFA) – Κίνητρα Τουριστών (Destination attributes importance/Motivation)	237
Διάγραμμα 10.16: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση – Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψη στην Ήπειρο (Destination Attributes Performance/Satisfaction)	240
Διάγραμμα 10.17: Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων (SEM), Σχέση Κινήτρων – Ικανοποίησης	243
Διάγραμμα 10.18: Μοντέλο (SEM) Διαστάσεων Συνολικής Ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο	247

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας	Σελ.
Πίνακας 2.1: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (2022)	40
Πίνακας 2.2: Βασικοί δείκτες τουρισμού ανά Περιφέρεια	43
Πίνακας 3.1: Σύγκριση χαρακτηριστικών βιώσιμου και μαζικού τουρισμού	48
Πίνακας 3.2: Μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού	52
Πίνακας 3.3: Ο αντίκτυπος του βιώσιμου τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη	54
Πίνακας 4.1: Παράγοντες επιτυχίας (Success factors) των εναλλακτικών μορφών τουρισμού από την πλευρά της ζήτησης	61
Πίνακας 4.2: Παράγοντες επιτυχίας (Success factors) των εναλλακτικών μορφών τουρισμού από την πλευρά της προσφοράς	65
Πίνακας 5.1: Αστική ανάπτυξη και στρατηγικός σχεδιασμός: Επίδραση, βέλτιστες πρακτικές και εμπόδια	84
Πίνακας 5.2: Τουριστική ανάπτυξη και στρατηγικός σχεδιασμός: Επίδραση, βέλτιστες πρακτικές και εμπόδια	87
Πίνακας 5.3: Μεταφορές και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση, βέλτιστες πρακτικές και εμπόδια	91
Πίνακας 5.4: Υγειονομική περίθαλψη και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές	92
Πίνακας 5.5: Εκπαίδευση και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές	93
Πίνακας 5.6: Ενέργεια και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές	94
Πίνακας 5.7: Στεγαστική πολιτική και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές	95
Πίνακας 5.8: Τοπική διακυβέρνηση και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές	96
Πίνακας 6.1: Αρνητικός αντίκτυπος της πανδημίας του COVID 19 στις τουριστικές επιχειρήσεις και στους εργαζόμενους στον τουρισμό	104
Πίνακας 7.1: Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του ιππικού τουρισμού σε τοπικό επίπεδο	111
Πίνακας 7.2: Παράγοντες που επηρεάζουν την ανθεκτικότητα στον ορεινό τουρισμό	117
Πίνακας 7.3: Παράγοντες επιτυχίας του βιώσιμου τουρισμού – Σύνδεση με τη λειτουργία της τοπικής κοινωνίας	118
Πίνακας 7.4: Κρίσιμοι παράγοντες που καθορίζουν το πλαίσιο λειτουργίας του ορεινού τουρισμού	121

Πίνακας 7.5: Σύνοψη της ανάλυσης προηγούμενων εμπειρικών ερευνών	125
Πίνακας 8.1: Εξέλιξη του πληθυσμού της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2011-2021	140
Πίνακας 8.2: Εξέλιξη του πληθυσμού της Περιφέρειας Ηπείρου, 2011-2021	141
Πίνακας 8.3: Κατανομή του πληθυσμού της Περιφέρειας Ηπείρου ανά ηλικιακή κατηγορία, 2011-2021	142
Πίνακας 8.4: Κατά κεφαλή ακαθάριστο εγχώριο προϊόν ανά περιφέρεια (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020	143
Πίνακας 8.5: Κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ήπειρο ανά Περιφερειακή Ενότητα (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020	144
Πίνακας 8.6: Απασχόληση ανά Περιφέρεια 2021*, Σε αριθμό εργαζομένων	146
Πίνακας 8.7: Αριθμός νομικών μονάδων, κύκλος εργασιών (σε χιλ. ευρώ) και απασχολούμενοι στην Περιφέρεια Ηπείρου (2021)	148
Πίνακας 8.8: Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου 2022	151
Πίνακας 8.9: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Ηπείρου	153
Πίνακας 9.1: Είδη έρευνας	159
Πίνακας 9.2: Πλεονεκτήματα των μελετών περίπτωσης	160
Πίνακας 9.3: Σύγκριση Ερευνητικών Προσεγγίσεων	163
Πίνακας 9.4: Μεταβλητές (items) του ερωτηματολογίου που αφορούν τον τουριστικό προορισμό	169
Πίνακας 9.5: Μεταβλητές (items) του ερωτηματολογίου που αφορούν τη συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Ήπειρο και τις μελλοντικές προθέσεις των τουριστών	174
Πίνακας 9.6: Μεταβλητές (items) του ερωτηματολογίου που αφορούν τον COVID 19	175
Πίνακας 10.1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος	183
Πίνακας 10.2: Διάρκεια παραμονής (αριθμός διανυκτερεύσεων σε βράδια)	190
Πίνακας 10.3: Χαρακτήρας του προορισμού (περιγραφικά μέτρα)	194
Πίνακας 10.4: Παροχές και υπηρεσίες (περιγραφικά μέτρα)	195
Πίνακας 10.5: Πολιτιστικοί παράγοντες (περιγραφικά μέτρα)	196
Πίνακας 10.6: Φυσικό περιβάλλον (περιγραφικά μέτρα)	197
Πίνακας 10.7: Πρόσβαση (περιγραφικά μέτρα)	198
Πίνακας 10.8: Γαστρονομία (περιγραφικά μέτρα)	199
Πίνακας 10.9: Πληροφόρηση (περιγραφικά μέτρα)	200
Πίνακας 10.10: Κόστος (περιγραφικά μέτρα)	200
Πίνακας 10.11: Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (περιγραφικά μέτρα)	201
Πίνακας 10.12: Χαρακτήρας του προορισμού (περιγραφικά μέτρα)	202
Πίνακας 10.13: Παροχές και υπηρεσίες (περιγραφικά μέτρα)	203
Πίνακας 10.14: Πολιτιστικοί παράγοντες (περιγραφικά μέτρα)	204

Πίνακας 10.15: Φυσικό περιβάλλον (περιγραφικά μέτρα)	205
Πίνακας 10.16: Πρόσβαση (περιγραφικά μέτρα)	206
Πίνακας 10.17: Γαστρονομία (περιγραφικά μέτρα)	207
Πίνακας 10.18: Πληροφόρηση (περιγραφικά μέτρα)	208
Πίνακας 10.19: Κόστος (περιγραφικά μέτρα)	209
Πίνακας 10.20: Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (περιγραφικά μέτρα)	209
Πίνακας 10.21: Συνολική Ικανοποίηση (περιγραφικά μέτρα)	210
Πίνακας 10.22: Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση – Κίνητρα Τουριστών (Destination Attributes Importance)	217
Πίνακας 10.23: Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση – Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψη στην Ήπειρο (Destination Attributes Performance)	222
Πίνακας 10.24: Σύνοψη Παραγοντικής Ανάλυσης (Destination attributes Importance/motivation)	227
Πίνακας 10.25: Σύνοψη Παραγοντικής Ανάλυσης (Destination attributes performance/ satisfaction)	230
Πίνακας 10.26: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (CFA) – Κίνητρα Τουριστών (Destination Attributes Importance/Motivation)	234
Πίνακας 10.27: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση – Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψη στην Ήπειρο (Destination Attributes Performance/Satisfaction)	238
Πίνακας 10.28: Fit indices πρώτου μοντέλου	241
Πίνακας 10.29: Στατιστικά σημαντικές σχέσεις πρώτου μοντέλου (Regression coefficients)	242
Πίνακας 10.30: Έλεγχος υποθέσεων πρώτου μοντέλου Δομικών Εξισώσεων (SEM), Σχέση Κινήτρων – Ικανοποίησης	244
Πίνακας 10.31: Fit indices δεύτερου μοντέλου	245
Πίνακας 10.32: Στατιστικά σημαντικές σχέσεις δεύτερου μοντέλου (Regression coefficients)	246
Πίνακας 10.33: Έλεγχος υποθέσεων δεύτερου μοντέλου SEM - Διαστάσεων Συνολικής Ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο	248
Πίνακας 10.34: Independent T-tests με βάση το φύλο	249
Πίνακας 10.35: One-way ANOVA με βάση την ηλικία	251
Πίνακας 10.36: One-way ANOVA με βάση την οικογενειακή κατάσταση	253
Πίνακας 10.37: One-way ANOVA με βάση το εκπαιδευτικό επίπεδο	255
Πίνακας 10.38: One-way ANOVA με βάση το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα	257
Πίνακας 10.39: Independent T-tests με βάση το φύλο	259
Πίνακας 10.40: One-way ANOVA με βάση την ηλικία	260
Πίνακας 10.41: One-way ANOVA με βάση την οικογενειακή κατάσταση	263
Πίνακας 10.42: One-way ANOVA με βάση το εκπαιδευτικό επίπεδο	265
Πίνακας 10.43: One-way ANOVA με βάση το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα	268

Πίνακας 11.1: Βέλτιστες πρακτικές για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην περιφέρεια της Ηπείρου	285
Πίνακας 11.2: Πρακτικές για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην περιφέρεια της Ηπείρου εστιασμένες στα πεδία: Πολιτισμού, Ενημέρωσης Τουριστών, Τιμολογιακής Πολιτικής	288

Συντομογραφίες

NUTS	Nomenclature of Territorial Units for Statistics: γεωκωδική τυποποίηση για την αναφορά των υποδιαίρέσεων των χωρών που χρησιμοποιεί η Ευρωπαϊκή Ένωση για στατιστικούς και διοικητικούς λόγους
NUTS 2	NUTS 2 Υποδιαίρεση του χώρου – Περιφέρειες
NUTS 3	NUTS 3 Υποδιαίρεση του χώρου – Περιφερειακές ενότητες
ΣΕΤΕ	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΜΑΔ	Μονάδα Αγοραστικής Δύναμης: τεχνική που χρησιμοποιείται για να καθορίσει τη σχετική αξία των νομισμάτων, τον υπολογισμό του ποσού της προσαρμογής που απαιτείται για την ισοτιμία μεταξύ των χωρών προκειμένου η ανταλλαγή να είναι ισοδύναμη με (ή στο ίδιο επίπεδο με) κάθε νόμισμα
ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
ΣΣ	Στρατηγικός Σχεδιασμός
ΔΔ	Διδακτορική Διατριβή
EFA	Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση (Exploratory Factor Analysis)
CFA	Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (Confirmatory Factor Analysis)
SEM	Μοντέλα δομικών εξισώσεων (Structural Equation Modeling)
ΕΕ (ΕΥ)	Ευρωπαϊκή Ένωση
UNWTO	Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization)
ΟΗΕ	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα της Διδακτορικής Διατριβής (ΔΔ)

Ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί ως κρίσιμος μοχλός οικονομικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Τα τελευταία χρόνια, η εστίαση σε διεθνή βάση έχει μετατοπιστεί όλο και περισσότερο προς βιώσιμες μορφές τουρισμού, οι οποίες στοχεύουν στην εξισορρόπηση των οικονομικών ωφελειών του με την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική ευημερία (UNWTO, 2005). Μια ακόμα ενδιαφέρουσα διάσταση του τουρισμού είναι η έννοια του χώρου. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η Τουφεγγοπούλου (2014), ο τουρισμός είναι ένα κατεχοχόν χωρικό φαινόμενο, αποτελώντας έτσι μια πρόταση αναδιοργάνωσης του με σκοπό τη βελτίωση της κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας. Σε αυτό το πλαίσιο, η παρούσα Διδακτορική Διατριβή (ΔΔ) διερευνά τον αντίκτυπο του βιώσιμου τουρισμού και του στρατηγικού σχεδιασμού στην περιφερειακή ανάπτυξη στην Ήπειρο, μια ορεινή περιοχή στη βορειοδυτική Ελλάδα, με πλούσια φυσική και πολιτιστική κληρονομιά.

Η Ήπειρος παρουσιάζει μοναδικές ευκαιρίες και προκλήσεις για την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού. Το ορεινό ανάγλυφο της περιοχής, η βιοποικιλότητα και οι παραδοσιακοί ορεινοί οικισμοί την καθιστούν ιδανική μελέτη περίπτωσης για την εξέταση του τρόπου με τον οποίο ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να αξιοποιηθεί για την προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης, διατηρώντας παράλληλα τα τοπικά οικοσυστήματα και τις πολιτιστικές ιδιαιτερότητές της.

Με βάση τα παραπάνω, *κεντρικός στόχος* της παρούσας διατριβής είναι να εξετάσει την αναπτυξιακή δυναμική της Ηπείρου σε συνδυασμό με τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την εφαρμογή πρακτικών βιώσιμου ορεινού τουρισμού στην περιοχή. Επιπρόσθετα, εξετάζονται και στρατηγικές πολιτικές που μπορούν να εφαρμοστούν σε ορεινές περιφέρειες, όπως αυτή της Ηπείρου, για να ενισχύσουν την τοπική οικονομική και κοινωνική τους ανάπτυξη μέσα στο πλαίσιο των ήπιων μορφών τουρισμού.

Αναλύοντας την αλληλεπίδραση μεταξύ των τουριστικών πρακτικών, του στρατηγικού σχεδιασμού και της περιφερειακής ανάπτυξης, η παρούσα διατριβή αποσκοπεί στον εντοπισμό βέλτιστων πρακτικών και στην παροχή αξιοποιήσιμων γνώσεων για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής.

Σε σχέση με τον κεντρικό στόχο που αναφέρθηκε νωρίτερα, τα ερευνητικά ερωτήματα της διατριβής είναι τα εξής:

1. Ποια είναι η αναπτυξιακή δυναμική της Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες Περιφέρειες της Ελλάδας και της ΕΕ;
2. Ποιοι παράγοντες θεωρούνται σημαντικοί για την ανάπτυξη και υποστήριξη του ορεινού βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο από την πλευρά της ζήτησης (κίνητρα τουριστών);
3. Ποια είναι τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών που επισκέπτονται την Ήπειρο σε σχέση με αυτούς τους παράγοντες;
4. Ποια η σχέση ανάμεσα στα κίνητρα και τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο;
5. Διαφοροποιούνται τα κίνητρα των επισκεπτών ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση);
6. Διαφοροποιούνται τα επίπεδα ικανοποίησης των επισκεπτών από την εμπειρία τους στην Ήπειρο ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση);
7. Ποιες βέλτιστες πρακτικές (best practices) στο πλαίσιο του Στρατηγικού Σχεδιασμού που αφορούν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορούν να εφαρμοστούν στο μέλλον από τους τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς της Ηπείρου;

1.2 Συμβολή της Διδακτορικής Διατριβής (ΔΔ)

Η συμβολή της παρούσας διατριβής αντανακλάται σε θεωρητικές, πρακτικές και ευρύτερες προεκτάσεις.

1.2.1 Θεωρητική Συνεισφορά

Πρώτον, η παρούσα μελέτη αποσκοπεί να εμπλουτίσει τις θεωρητικές γνώσεις γύρω από τον βιώσιμο τουρισμό επεκτείνοντάς τες στο πλαίσιο των ορεινών περιοχών. Η πλειονότητα των υφιστάμενων ερευνών για τον βιώσιμο τουρισμό συχνά επικεντρώνεται σε παράκτιες ή αστικές περιοχές, αφήνοντας ένα κενό στην κατανόηση της δυναμικής και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι ορεινές περιοχές. Με την ενσωμάτωση των θεωριών της βιώσιμης ανάπτυξης, του περιφερειακού σχεδιασμού και της διαχείρισης του τουρισμού, η παρούσα έρευνα προάγει τη γνώση σχετικά με το πώς αυτές οι έννοιες αλληλεπιδρούν ειδικά σε προορισμούς όπως η Ήπειρος που διακρίνονται για την βιοποικιλότητά τους.

Παράλληλα, η μελέτη προτείνει μια διαφοροποιημένη κατανόηση των παραγόντων επιτυχίας (success factors) που στηρίζουν τις πρωτοβουλίες βιώσιμου τουρισμού σε ορεινές περιοχές. Εντοπίζοντας και αναλύοντας αυτούς τους παράγοντες, η έρευνα παρέχει θεωρητικά μοντέλα που μπορεί να εφαρμοστούν και σε άλλα παρόμοια γεωγραφικά πλαίσια, συμβάλλοντας έτσι στον ευρύτερο τομέα των μελετών βιώσιμου ορεινού τουρισμού.

1.2.2 Πρακτικές επιπτώσεις

Όσον αφορά τις πρακτικές επιπτώσεις, λαμβάνοντας υπόψη τις επιτυχημένες στρατηγικές που εφαρμόστηκαν σε άλλους προορισμούς, καθώς και το μεγάλο αριθμό ορεινών όγκων που έχει η Ήπειρος (ΕΛ ΣΤΑΤ, 2021) τα αποτελέσματα της διατριβής αναμένεται να βοηθήσουν τους τοπικούς αναπτυξιακούς και τουριστικούς φορείς της Ηπείρου να σχεδιάσουν και να υιοθετήσουν στρατηγικές που θα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής τους, τονώνοντας έτσι την τοπική οικονομία και προσφέροντας μια εναλλακτική επιλογή ανάπτυξης της χώρας σε εποχές οικονομικής αστάθειας. Ειδικότερα, η παρούσα μελέτη παρέχει εμπειρικά στοιχεία που μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη αποτελεσματικότερων και πιο στοχευμένων τουριστικών πολιτικών. Οι γνώσεις που αποκτήθηκαν από την ανάλυση της περίπτωσης της Ηπείρου μπορούν να βοηθήσουν τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής στο σχεδιασμό κανονισμών και πρωτοβουλιών που εξισορροπούν την τουριστική ανάπτυξη με τη διατήρηση του περιβάλλοντος και την κοινωνική

ευημερία. Σε αυτό το πλαίσιο, ο προσδιορισμός των βασικών παραγόντων επιτυχίας προσφέρει ένα οδικό χάρτη για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού που ευθυγραμμίζεται με τους στόχους της περιφερειακής ανάπτυξης.

Παράλληλα, η εστίαση της μελέτης στον στρατηγικό σχεδιασμό είναι σημαντική, καθώς αναδεικνύει τον κρίσιμο ρόλο των συντονισμένων, μακροπρόθεσμων προσπάθειών σχεδιασμού για την επίτευξη βιώσιμων αποτελεσμάτων. Οι πρακτικές συστάσεις που απορρέουν από την έρευνα μπορούν να βοηθήσουν στη βελτιστοποίηση της κατανομής των πόρων, στη βελτίωση των υποδομών και στην προώθηση της δέσμευσης της κοινότητας, τα οποία αποτελούν βασικά συστατικά στοιχεία του επιτυχημένου βιώσιμου τουρισμού.

Ακόμα, τα ευρήματα της μελέτης μπορούν να συμβάλουν στη διαμόρφωση περιφερειακών και εθνικών στρατηγικών για τον τουρισμό που δίνουν προτεραιότητα στη βιωσιμότητα. Καταδεικνύοντας τα οφέλη και τη σκοπιμότητα των πρακτικών βιώσιμου τουρισμού, η παρούσα έρευνα μπορεί να επηρεάσει τις αλλαγές πολιτικής προς πιο βιώσιμα και ανθεκτικά μοντέλα τουρισμού. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό στο πλαίσιο των παγκόσμιων προσπαθειών για την επίτευξη των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης, όπου ο τουρισμός αναγνωρίζεται ως ένας σημαντικός τομέας για την προώθηση της χωρίς αποκλεισμούς και αειφόρας οικονομικής λειτουργίας.

1.2.3 Ευρύτερες προεκτάσεις

Πέρα από το άμεσο πλαίσιο της Ηπείρου, η παρούσα έρευνα έχει ευρύτερες επιπτώσεις για τις ορεινές περιοχές σε διεθνή βάση. Οι παράγοντες επιτυχίας και οι πρακτικές στρατηγικού σχεδιασμού που αντλήθηκαν από την παρούσα μελέτη μπορούν να χρησιμεύσουν ως σημείο αναφοράς για άλλες περιοχές που αντιμετωπίζουν παρόμοιες προκλήσεις και ευκαιρίες. Με την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών η μελέτη συμβάλλει σε μια βάση γνώσεων που υποστηρίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σε διαφορετικά περιβάλλοντα.

1.3 Δομή της διδακτορικής διατριβής

Η παρούσα εργασία περιέχει 11 κεφάλαια με το εξής περιεχόμενο:

Κεφάλαιο 2: στο κεφάλαιο αυτό περιγράφεται και αναλύεται θεωρητικά η έννοια των Περιφερειακών ανισοτήτων. Στη συνέχεια, εξετάζονται οι Περιφερειακές ανισότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και στην Ελλάδα, δίνοντας έμφαση στην περιοχή της Ηπείρου. Τέλος, πραγματοποιείται και μια ανάλυση των περιφερειακών ανισοτήτων στον πεδίο του τουρισμού στη χώρα μας

Κεφάλαιο 3: στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται θεωρητικά η έννοια των εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθώς και η συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη. Στο μέρος αυτό της εργασίας δίνεται έμφαση στα οφέλη και τον αντίκτυπο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη μέσα από την ανάλυση της βιβλιογραφίας.

Κεφάλαιο 4: στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύονται διεξοδικά οι παράγοντες επιτυχίας (success factors) και οι στρατηγικές ανάπτυξης των ήπιων μορφών τουρισμού που οδηγούν στην Περιφερειακή Ανάπτυξη με βάση τη διεθνή εμπειρία.

Κεφάλαιο 5: στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται μια αναλυτική ανασκόπηση της ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας που σχετίζεται με την εφαρμογή του Στρατηγικού Σχεδιασμού (ΣΣ) σε διαφορετικά πεδία της περιφερειακής ανάπτυξης.

Κεφάλαιο 6: στο έκτο κεφάλαιο γίνεται μια αναφορά στην πανδημία του COVID 19 και της συνολικής του επίδρασης στον τουριστικό κλάδο.

Κεφάλαιο 7: στο μέρος αυτό της εργασίας πραγματοποιείται μια ανάλυση προηγούμενων μελετών σχετικά με την επίδραση του ορεινού και βιώσιμου τουρισμού στην Περιφερειακή ανάπτυξη (Previous Studies).

Κεφάλαιο 8: στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται και αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Ηπείρου. Δίνεται έμφαση σε γεωγραφικά, δημογραφικά, οικονομικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά δεδομένα, σε μια προσπάθεια απεικόνισης του χαρακτήρα της εξεταζόμενης περιοχής.

Κεφάλαιο 9: στο ένατο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ερευνητική μεθοδολογία της διατριβής. Δίνεται έμφαση στην περιγραφή του τύπου της έρευνας, της ερευνητικής

μεθόδου και διαδικασίας, στο σχεδιασμό του ερωτηματολογίου, στη στρατηγική ανάλυσης και στο ερευνητικό εννοιολογικό πλαίσιο της διατριβής.

Κεφάλαιο 10: στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων. Το κεφάλαιο είναι δομημένο ανάλογα με τις τεχνικές ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν: περιγραφικά μέτρα, παραγοντικές αναλύσεις, δομικά μοντέλα εξισώσεων και παραμετρικά τεστ.

Κεφάλαιο 11: τέλος, στο ενδέκατο κεφάλαιο παρουσιάζεται η συζήτηση των αποτελεσμάτων της διατριβής, σκιαγραφούνται τα συμπεράσματα της μελέτης και παρατίθενται οι ερευνητικοί της περιορισμοί σε συνδυασμό με τις προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

Κεφάλαιο 2: Περιφερειακές ανισότητες στην ΕΕ και στην Ελλάδα και η ανάγκη ενίσχυσης των περιοχών που βρίσκονται σε υστέρηση - Περιφερειακές ανισότητες στον τουρισμό στην Ελλάδα

2.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό περιγράφεται και αναλύεται θεωρητικά η έννοια των Περιφερειακών ανισοτήτων. Στη συνέχεια, εξετάζονται οι Περιφερειακές ανισότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και στην Ελλάδα, δίνοντας έμφαση στην περιοχή της Ηπείρου. Τέλος, πραγματοποιείται και μια ανάλυση των περιφερειακών ανισοτήτων στον πεδίο του τουρισμού στη χώρα μας

2.2 Το κρίσιμο πρόβλημα του χώρου και οι περιφερειακές ανισότητες

Από την εποχή του Αριστοτέλη, που πρώτος είχε συνδέσει τον χώρο με τη δράση, μέχρι και σήμερα επικρατεί η άποψη ότι η γενική γνώση του κόσμου και η ανάπτυξη δραστηριότητας μέσα σε αυτόν, σχηματίζουν την έννοια του χώρου, που γίνεται κατανοητή από την λειτουργία των αισθήσεων του ανθρώπου (Κόνσολας, 1997). Η μεταβλητή του χώρου λοιπόν αποκτά συνεχώς μεγαλύτερη σημασία στη συνάρτηση της κοινωνικής ευημερίας. Ο λόγος είναι ότι τα προβλήματα που δημιουργούνται από τις κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές επηρεάζουν άμεσα την οργάνωση του χώρου και αντίστροφα επηρεάζονται από αυτή. Ο χώρος λοιπόν και τα μεγέθη που τον εκφράζουν ασκούν βασική επίδραση στη διαδικασία μεγιστοποίησης της κοινωνικής ευημερίας (Κόνσολας, 1997).

Ο Κόνσολας (1997) ακόμα αναφέρει ότι τα κρίσιμα προβλήματα που επηρεάζουν την οργάνωση του χώρου είναι: 1) η παγκοσμιοποίηση και οι μεταβολές που προκάλεσε στην οργάνωση της οικονομίας, όπως η ανάπτυξη της υψηλής τεχνολογίας, η στροφή στην ευέλικτη παραγωγή, η προσαρμογή των πολυεθνικών επιχειρήσεων στο νέο οικονομικό περιβάλλον κτλ., 2) η ενεργοποίηση των γεωπολιτικών μονάδων (περιφερειών), 3) η αστικοποίηση και η χωροταξική

ισορροπία, 4) η ρύπανση του περιβάλλοντος, και 5) η πληθυσμιακή έκρηξη στις αναπτυσσόμενες χώρες σε συνδυασμό με την υπογεννητικότητα στις αναπτυγμένες.

Σχετικό λοιπόν με την οργάνωση του χώρου είναι το πρόβλημα των περιφερειακών ανισοτήτων. Οι Παπαδασκαλόπουλος, και Χριστοφοράκης (2004) ορίζουν τις περιφερειακές ανισότητες ως ανισότητες στις ευκαιρίες που υπάρχουν στις επιμέρους χωρικές μονάδες: ευκαιρίες για οικονομικές δραστηριότητες, για επενδύσεις, για απασχόληση, για σταδιοδρομία, για σπουδές, για περίθαλψη, για αναψυχή, για πολιτιστική δραστηριότητα κ.λπ.

Ενδεικτικό είναι ότι συγγραφείς όπως οι Hudson (2005) και Harvey (2010) πιστεύουν ότι η δημιουργία των περιφερειακών ανισοτήτων δεν είναι απλά αποτέλεσμα του τρόπου λειτουργίας του σύγχρονου οικονομικού συστήματος αλλά είναι και απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του, καλώντας έτσι τους φορείς χάραξης πολιτικής να πάρουν μέτρα αντιμετώπισης τους. Σε κλίμα συμφωνίας ο Κόνσολας (1997) γράφει ότι ο μηχανισμός της αγοράς δεν δημιουργεί αυτόματα περιφερειακή ισορροπία προκαλώντας έτσι περιφερειακές ανισότητες. Συνεπώς, οι βασικοί στόχοι μιας περιφερειακής αναπτυξιακής πολιτικής πρέπει να είναι η αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκαλεί η ανάπτυξη στο χώρο, η αντιμετώπιση των χωρικών ανισορροπιών και η εκμετάλλευση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της κάθε περιφέρειας (Korres, 2007; Κόνσολας, 1997; Siegel et al., 1995).

2.3. Οι περιφερειακές ανισότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση και η αναπτυξιακή δυναμική της Ελλάδας και της Ηπείρου

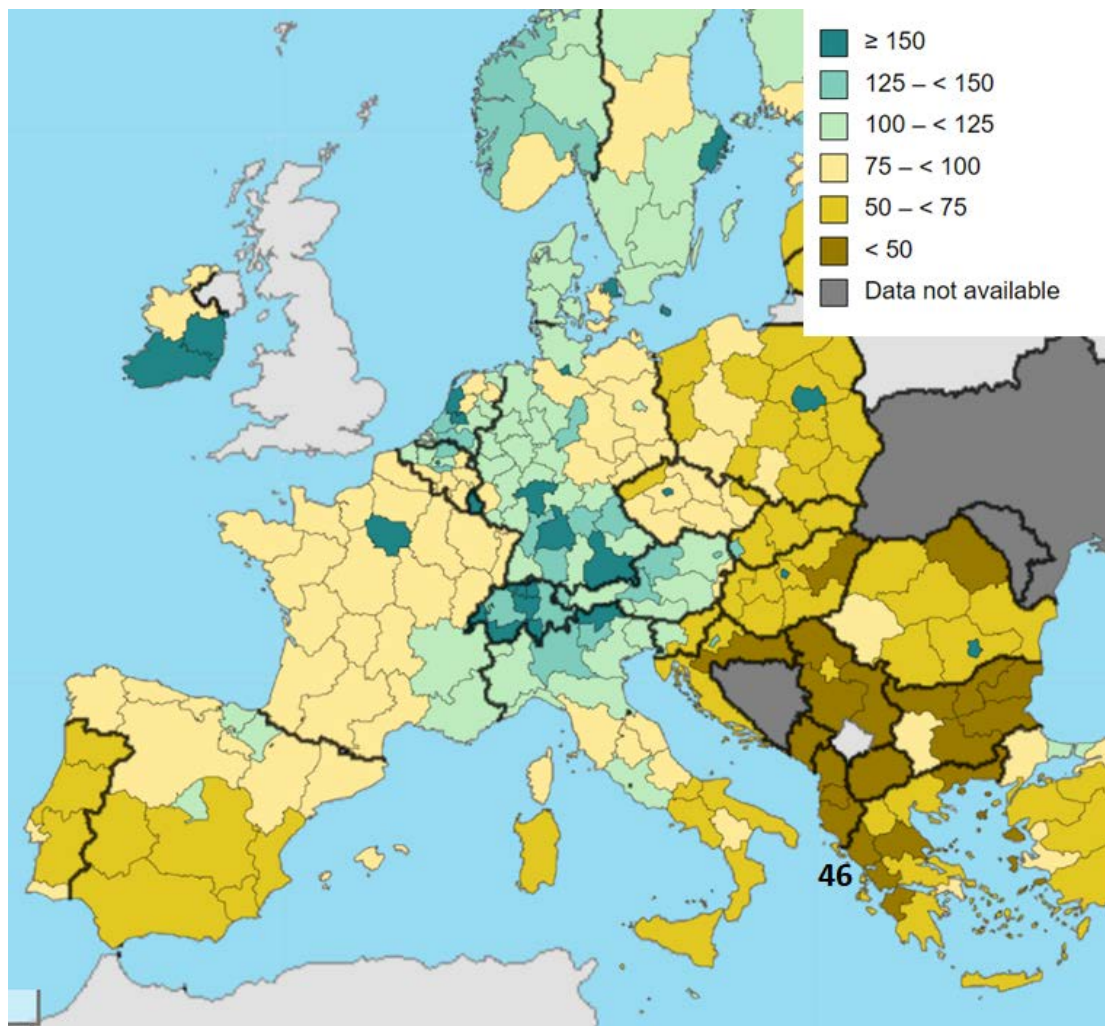
Πριν ξεκινήσει η διερεύνηση των περιφερειακών ανισοτήτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), αξίζει να σημειωθεί ότι η ΕΕ αποτελεί τη μόνη προσπάθεια οικονομικής ολοκλήρωσης σε διεθνές επίπεδο που έχει θεσμική υποχρέωση να αντιμετωπίζει τις ανισότητες μεταξύ των κρατών-μελών και των περιφερειών της και έχει διαθέσει τις τελευταίες δεκαετίες αρκετούς πόρους προς αυτή την κατεύθυνση (Πετράκος και Ψυχάρης, 2004; 2016). Παρόλο αυτά, και όπως θα φανεί και στη συνέχεια, οι ανισότητες παραμένουν σε σχετικά υψηλά επίπεδα.

Στην παράγραφο αυτή λοιπόν εξετάζονται οι βασικοί δείκτες που συνθέτουν το οικονομικό περιβάλλον της ΕΕ με σκοπό να διερευνηθούν οι ανισότητες μεταξύ των περιφερειών της σε επίπεδο NUTS II. Επίσης, έμφαση δίνεται και στην αποτύπωση της αναπτυξιακής δυναμικής της Ηπείρου σε σχέση με τις αντίστοιχες Ευρωπαϊκές και Ελληνικές περιφέρειες. Ειδικότερα, χρησιμοποιούνται οι παρακάτω δείκτες:

- Κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε ΜΑΔ
- Καθαρό πρωτογενές εισόδημα ανά κάτοικο σε ΜΑΔ
- Ποσοστό απασχόλησης
- Χάσμα απασχόλησης μεταξύ των δύο φύλων
- Ποσοστό ανεργίας
- Ποσοστό αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης
- Αναφερόμενες μη ικανοποιημένες ανάγκες για ιατρικές εξετάσεις

Ξεκινώντας λοιπόν από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε Μονάδες Αγοραστικής Δύναμης (ΜΑΔ), και όπως φαίνεται στο διάγραμμα 2.1, η Περιφέρεια της Ηπείρου βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις τόσο σε σύγκριση με τις αντίστοιχες Περιφέρειες της ΕΕ όσο και της Ελλάδας. Ειδικότερα, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ ανέρχεται μόλις στο 46 % του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Στην ίδια δυσμενή κατηγορία βρίσκονται οι περιφέρειες των Βαλκανικών χωρών, ενώ αντίθετα στις υψηλότερες θέσεις βρίσκονται οι περιφέρειες των χωρών της Κεντρικής Ευρώπης και των Σκανδιναβικών χωρών.

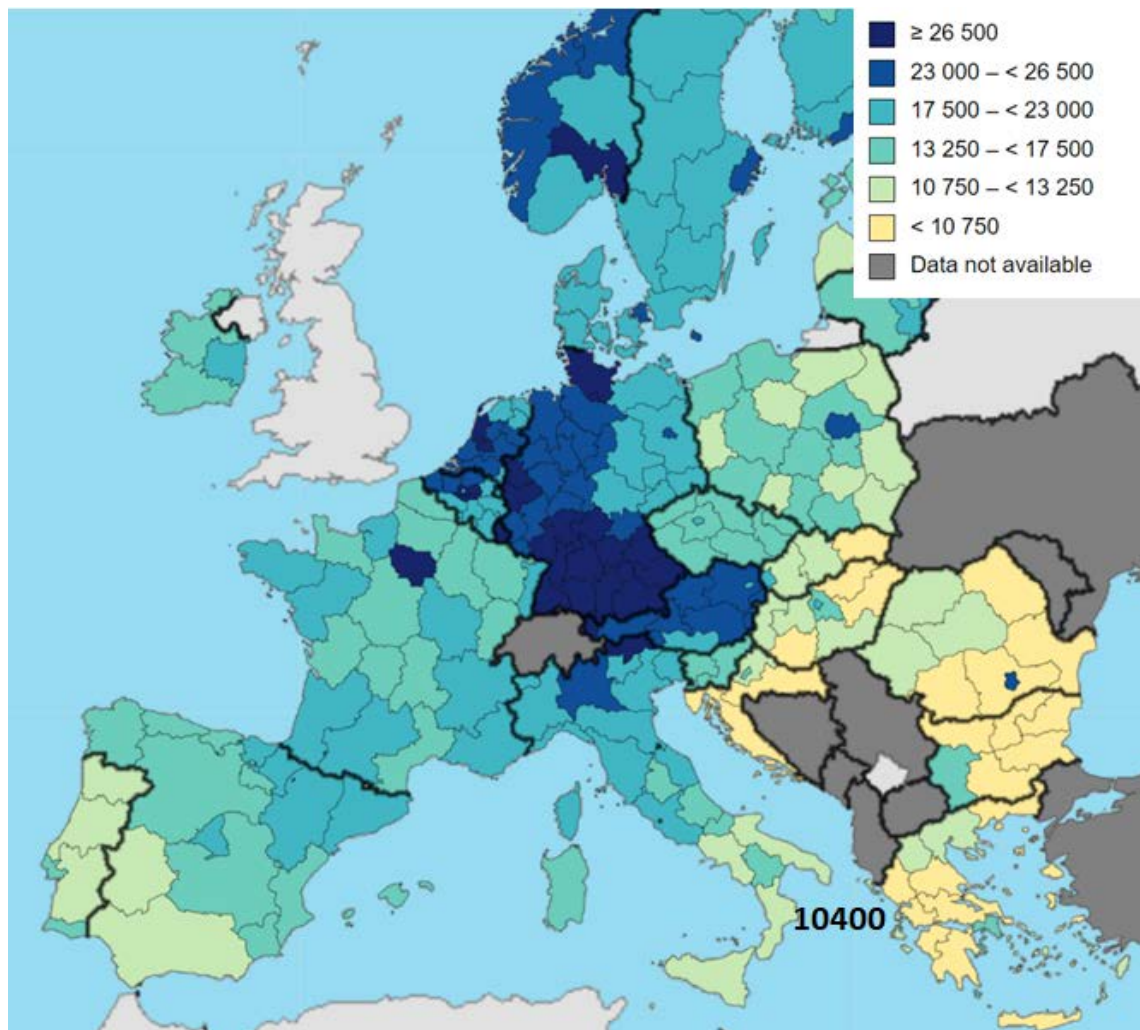
Στο ίδιο μήκος κύματος, η Ήπειρος βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις σε Ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο όσον αφορά το πρωτογενές εισόδημα ανά κάτοικο. Πιο αναλυτικά, αυτό ανέρχεται σε 10.400 ευρώ σε ΜΑΔ, τη στιγμή που ο ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 19.500 (διάγραμμα 2.2). Και σε αυτή την περίπτωση οι περιφέρειες της κεντρικής Ευρώπης, και ειδικότερα της Γερμανίας, της Αυστρίας, της Ολλανδίας και του Βελγίου βρίσκονται στις πρώτες θέσεις, αναδεικνύοντας τις ανισότητες εντός των περιφερειών της ΕΕ.



Κατάταξη Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες 13 Περιφέρειες: 12^η θέση

Διάγραμμα 2.1: Κατά κεφαλήν ΑΕΠ σε ΜΑΔ σε σχέση με τον Ευρωπαϊκό Μέσο όρο (EU=100), NUTS 2, Πηγή: Eurostat (2023)

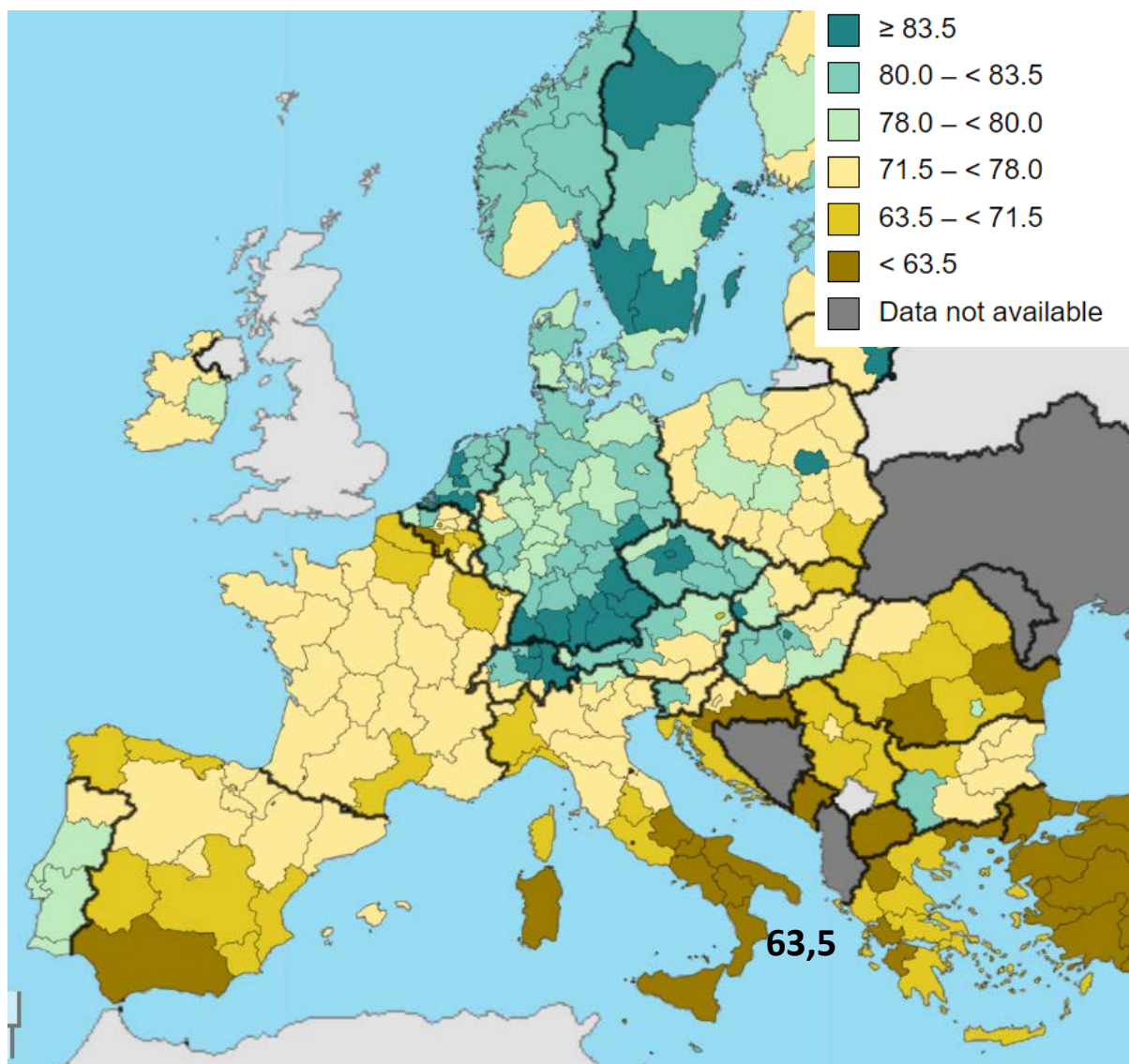
Εκτός από τους οικονομικούς δείκτες και οι δείκτες απασχόλησης δείχνουν τις διαφορετικές δυναμικές ανάπτυξης που υπάρχουν στην ΕΕ. Για παράδειγμα, στην Περιφέρεια της Ηπείρου το ποσοστό απασχόλησης στα άτομα 20-64 ετών ανέρχεται στο 63,5 % του συνολικού πληθυσμού, ενώ ο Ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται στο 74,6 % (διάγραμμα 2.3). Και σε αυτή την περίπτωση παρατηρούνται έντονες διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις περιφέρειες των χωρών της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης και τις αντίστοιχες της Κεντρικής και Βόρειας. Ενδεικτικά, οι περιφέρειες της Γερμανίας, των κάτω χωρών και της Σουηδίας και Νορβηγίας κινούνται σημαντικά πάνω από τον Ευρωπαϊκό μέσο



Κατάταξη Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες 13 Περιφέρειες: 9^η θέση

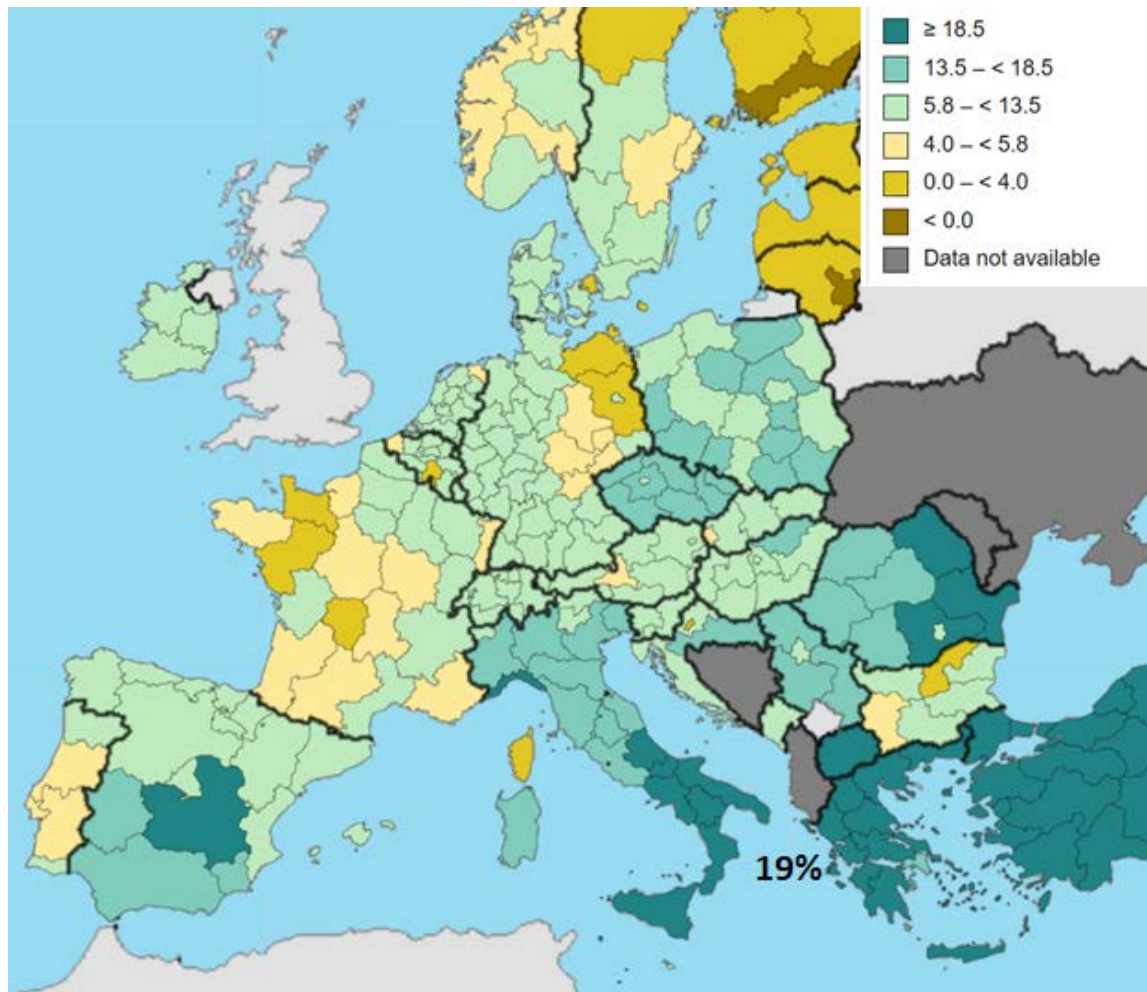
Διάγραμμα 2.2: Καθαρό πρωτογενές εισόδημα ανά κάτοικο σε ΜΑΔ ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2020), NUTS 2 (EU=19500), Πηγή: Eurostat (2023)

Σημαντικό είναι και το χάσμα ανάμεσα στην απασχόληση των δυο φύλων, το οποίο σαν δείκτης μετράει το ποσοστό απασχόλησης των ανδρών μείον το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών για άτομα ηλικίας 20-64 ετών. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 2.4, η διαφορά αυτή στην Ήπειρο βρίσκεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα και ειδικότερα στο 19 %. Αντίστοιχη είναι η κατάσταση σχεδόν σε όλες τις Ελληνικές Περιφέρειες, φαινόμενο που παρατηρείται και στις περιφέρειες της Νότιας Ιταλίας και στα Βαλκάνια. Σε αντίθετη κατεύθυνση κινούνται οι περιφέρειες των Σκανδιναβικών χωρών.



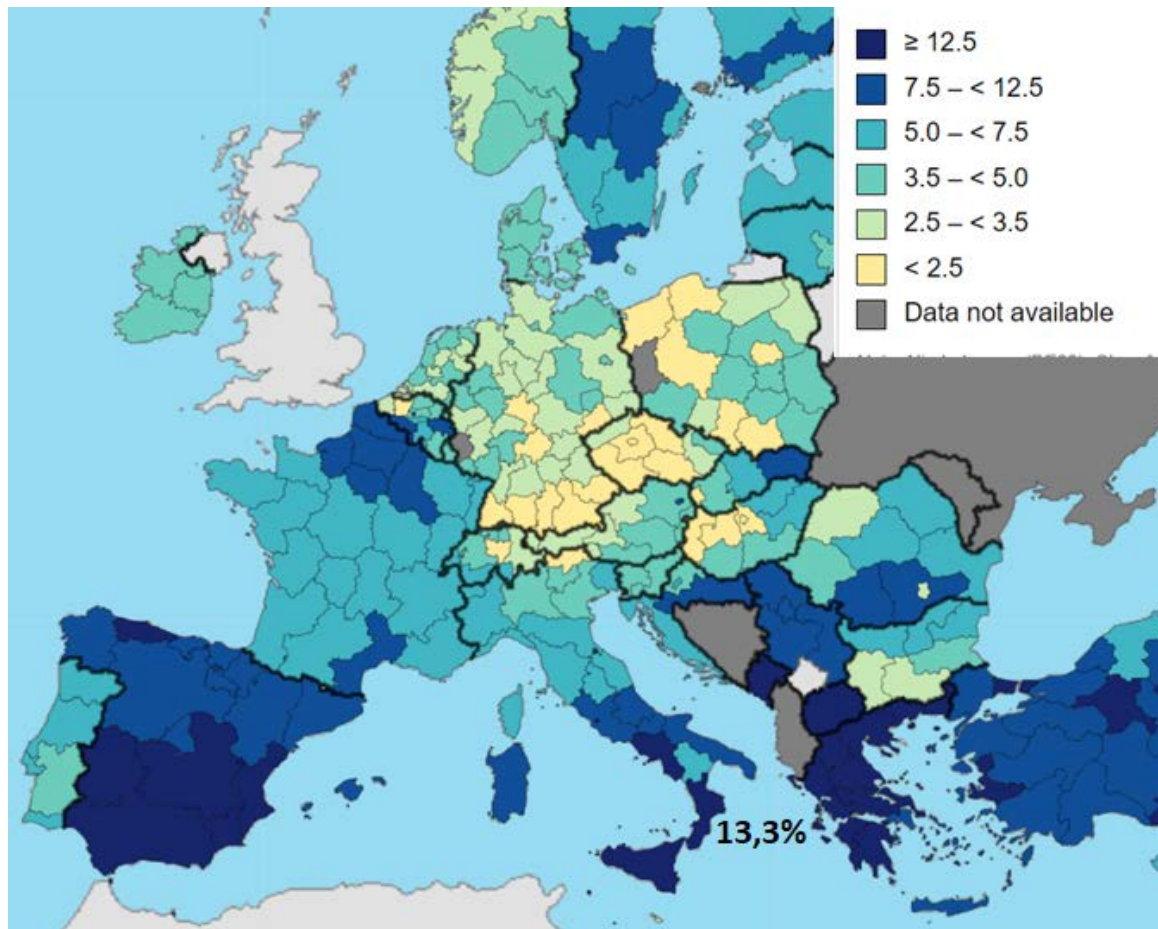
Διάγραμμα 2.3: Ποσοστό απασχόλησης ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2022), NUTS 2 (ΕΥ=74,6%), Άτομα 20-64 ετών, Πηγή: Eurostat (2023)

Στο ίδιο μήκος κύματος, υψηλή είναι και η ανεργία τόσο στην Ήπειρο όσο και στις περισσότερες Ελληνικές Περιφέρειες, κινούμενες σε ποσοστά μεγαλύτερα του 12,5 %. Ειδικότερα, στην Ήπειρο η ανεργία ανέρχεται στο 13,3 %, τη στιγμή που ο Ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι μόλις στο 6,2 %. Χαρακτηριστικό είναι ότι η ανεργία κινείται σε σχετικά υψηλά επίπεδα σε όλες τις Περιφέρειες της Νότιας Ευρώπης, ενώ αντίθετα χαμηλότερη είναι στις ανεπτυγμένες Περιφέρειες της Νότιας Γερμανίας (διάγραμμα 2.5).



Διάγραμμα 2.4: Διαφορά στην απασχόληση ανάμεσα στα δύο φύλα (2022), ποσοστό απασχόλησης των ανδρών μείον το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών για άτομα ηλικίας 20-64 ετών, ανά περιφέρειες NUTS 2 (ΕΥ=10,7%), Πηγή: Eurostat (2023)

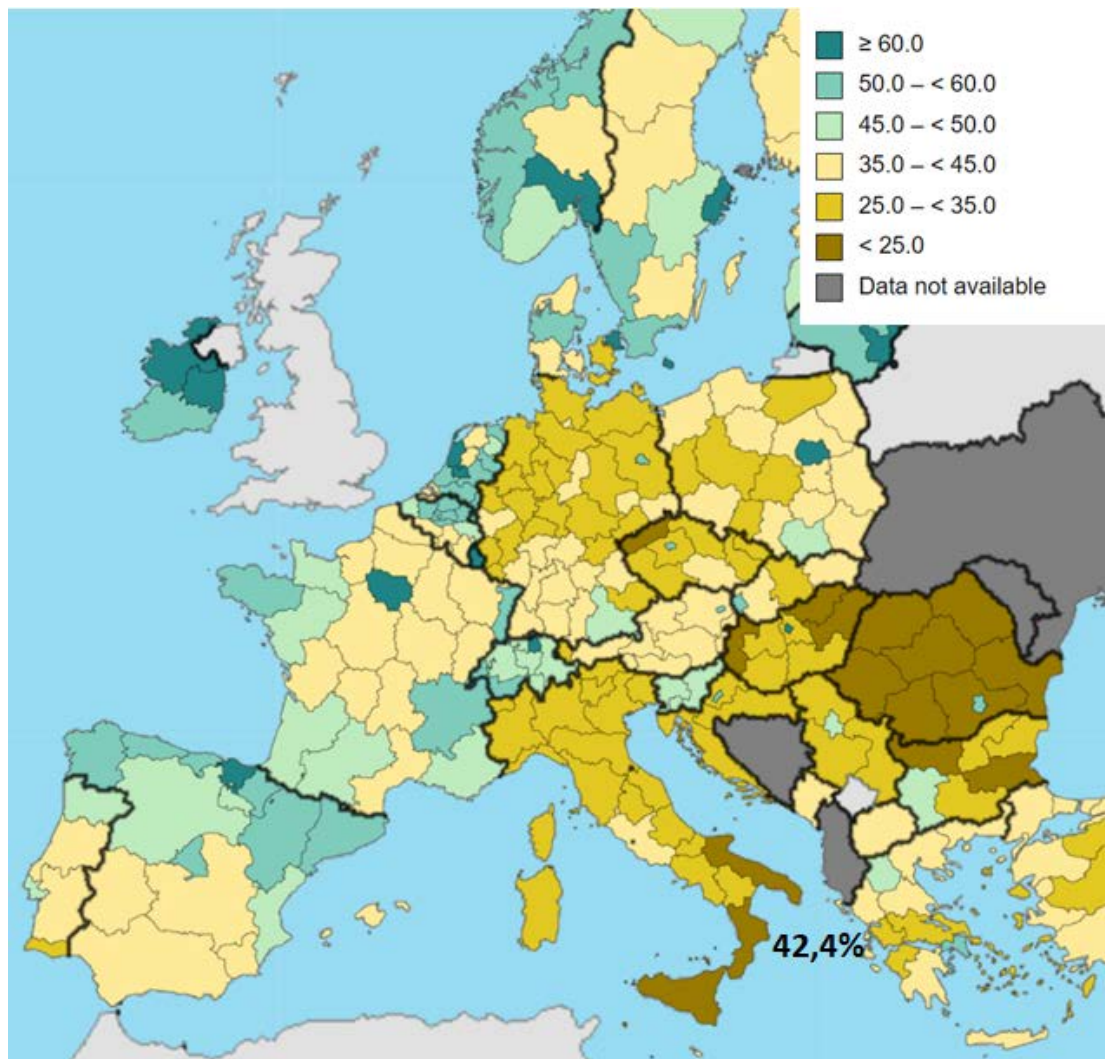
Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στις ηλικίες 25-34 στην Ήπειρο βρίσκεται στα επίπεδα του Ευρωπαϊκού μέσου όρου και ειδικότερα στο 42,4%. Το ποσοστό αυτό την κατατάσσει στην 8^η θέση σε σχέση με τις άλλες Περιφέρειες της χώρας (διάγραμμα 2.6). Τα υψηλά ποσοστά συμμετοχής στην τριτοβάθμια εκπαίδευση που παρατηρούνται στις αναπτυγμένες οικονομίες των Σκανδιναβικών και των κάτω χωρών, ως ένα βαθμό, αναδεικνύουν τον χαρακτήρα της Ευρωπαϊκής οικονομίας που είναι οικονομία της γνώσης.



Κατάταξη Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες 13 Περιφέρειες: 9^η θέση

Διάγραμμα 2.5: Ποσοστό ανεργίας ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2022), NUTS 2 (ΕΥ=6,2%), Άτομα 15-74 ετών, Πηγή: Eurostat (2023)

Τέλος, ανισότητες παρατηρήθηκαν και στον χώρο της υγείας και ειδικότερα στη μέτρηση των αναφερόμενων μη ικανοποιημένων αναγκών για ιατρικές εξετάσεις ανά περιφέρεια στην ΕΕ. Πιο συγκεκριμένα, το ποσοστό των ατόμων άνω των 16 ετών που ανέφερε μη ικανοποιημένες ανάγκες στην υγεία στην Ήπειρο ήταν 5,4 % (Ευρωπαϊκός μέσος όρος: 2 %). Ενδεικτικό είναι ότι σε αυτή την κατηγορία οι Ελληνικές Περιφέρειες βρίσκονται σε σημαντική υστέρηση με τις αντίστοιχες Ευρωπαϊκές, υπογραμμίζοντας ότι είναι επιτακτική ανάγκη να ενισχυθεί συνολικά το δημόσιο σύστημα υγείας, το οποίο μετά την οικονομική κρίση και την πανδημία του COVID 19 έχει δεχθεί σημαντικές πιέσεις (διάγραμμα 2.7).

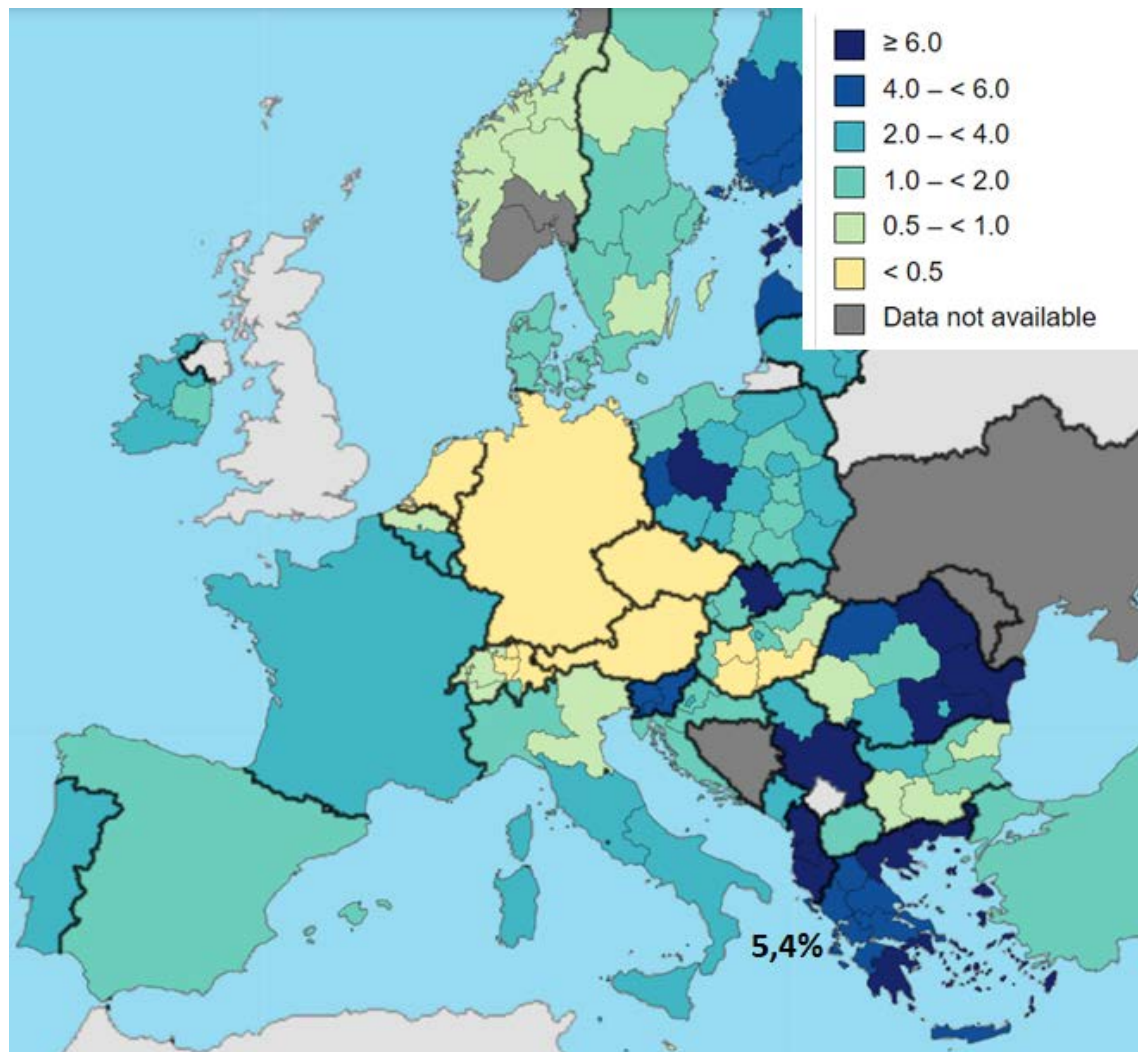


Κατάταξη Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες 13 Περιφέρειες: 8^η θέση

Διάγραμμα 2.6: Ποσοστό αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2022), NUTS 2 (EU=42%), Άτομα 25-34 ετών, Πηγή: Eurostat (2023)

Συμπερασματικά, στην ΕΕ υπάρχει μια απόκλιση μεταξύ των χωρών της Βόρειας και Δυτικής Ευρώπης, που παραδοσιακά ήταν και οι ισχυρές χώρες της ένωσης, και των χωρών της Ανατολικής και Νότιας Ευρώπης –συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας. Όπως αναφέρουν οι Πετράκος και Ψυχάρης (2004; 2016), φαίνεται ότι οι τάσεις που επικράτησαν τα τελευταία χρόνια ήταν τάσεις απόκλισης. Η μετάβαση από τον κεντρικό σχεδιασμό στην οικονομία της αγοράς δεν οδήγησε τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και τις άλλες περιφέρειες με χαμηλή αναπτυξιακή δυναμική σε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και στη γρήγορη σύγκλιση. Αντίθετα, οδήγησαν σε ένα

αναπτυξιακό πρότυπο που προκάλεσε προβλήματα και στην πλειοψηφία των περιπτώσεων τάσεις απόκλισης. Η απόκλιση αυτή καλεί τους υπεύθυνους φορείς να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα και να εφαρμόσουν πολιτικές που θα επιτρέψουν την οικονομική ανάπτυξη των ασθενέστερων περιφερειών μειώνοντας έτσι τις περιφερειακές ανισότητες στους κόλπους της ΕΕ.



Διάγραμμα 2.7: Αναφερόμενες μη ικανοποιημένες ανάγκες για ιατρικές εξετάσεις, ανά περιφέρεια στην ΕΕ (2021), σε % ατόμων άνω των 16 ετών, NUTS 2 (EU=2%), Άτομα 25-34 ετών, Πηγή: Eurostat (2023)

Όσον αφορά την Ήπειρο, υπολείπεται σημαντικά σε αναπτυξιακή δυναμική και αυτό αποτυπώνεται σχεδόν σε όλες τις επιδόσεις της (Κατά κεφαλήν ΑΕΠ, Εισόδημα, Απασχόληση, κτλ.) συγκριτικά με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο. Μοναδική εξαίρεση η συμμετοχή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση που όμως γεννάει προβληματισμό γιατί

φαίνεται ότι υπάρχει εργατικό δυναμικό υψηλής κατάρτισης στην περιοχή το οποίο μένει αναξιοποίητο.

Τα συμπεράσματα που παρουσιάστηκαν παραπάνω έρχονται σε συμφωνία με παλαιότερες μελέτες και ειδικότερα με αυτές των Παπαδασκαλόπουλου και Χριστοφάκη (2004) και Πετράκου και Ψυχάρη (2004) που υπογράμμισαν την ιδιαίτερη δυναμική που παρουσιάζει η Αττική και οι νησιωτικές περιφέρειες σε σχέση με τις άλλες περιοχές της χώρας. Το πρόβλημα γίνεται ακόμα πιο οξύ αν συνυπολογιστούν οι αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στο σύνολο των περιφερειών της χώρας, καθώς και η απόκλιση τους από την δυναμική των περισσότερων περιφερειών της ΕΕ.

Σε αυτό το πλαίσιο λοιπόν, πρέπει να εφαρμοστούν πολιτικές και στρατηγικές που θα θέσουν ως κύριο στόχο την μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων και την δημιουργία συγκριτικών πλεονεκτημάτων στις περιοχές που βρίσκονται σε υστέρηση (Πετράκος και Ψυχάρης, 2004). Μια από αυτές τις πολιτικές είναι η ανάπτυξη και η υποστήριξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού, ειδικώς σε περιφέρειες που παρουσιάζουν μειωμένη αναπτυξιακή δυναμική, όπως είναι αυτή της Ηπείρου. Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι, όπως αναφέρει και η Τουφεγγοπούλου (2014,) ο τουρισμός είναι ένα κατεξοχήν χωρικό φαινόμενο αποτελώντας έτσι μια πρόταση αναδιοργάνωσης του χώρου με σκοπό την βελτίωση της κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας.

2.4 Περιφερειακές Ανισότητες στον Τουρισμό

Εκτός από τις ανισότητες που αναφέρθηκαν προηγουμένως, ιδιαίτερη σημασία έχει να εξεταστούν και οι περιφερειακές ανισότητες στον χώρο του τουρισμού στην Ελλάδα. Καταρχάς, κοιτώντας τα γενικά και πιο πρόσφατα στοιχεία που παραθέτει ο ΣΕΤΕ (2023) σχετικά με τη δυναμική και τις επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού (πίνακας 2.1) παρατηρείται ότι η συμμετοχή του κλάδου στο ΑΕΠ (18,5%) και στην απασχόληση (19,3 %) είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθιστώντας τον ως έναν από τους πιο ζωτικούς για την εγχώρια οικονομία. Παρόλα αυτά, σημασία έχει να εξεταστεί πως

διανέμεται ο πλούτος και η προστιθέμενη αξία που παράγει ο τουρισμός στις τοπικές κοινωνίες.

Πίνακας 2.1: Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (2022)

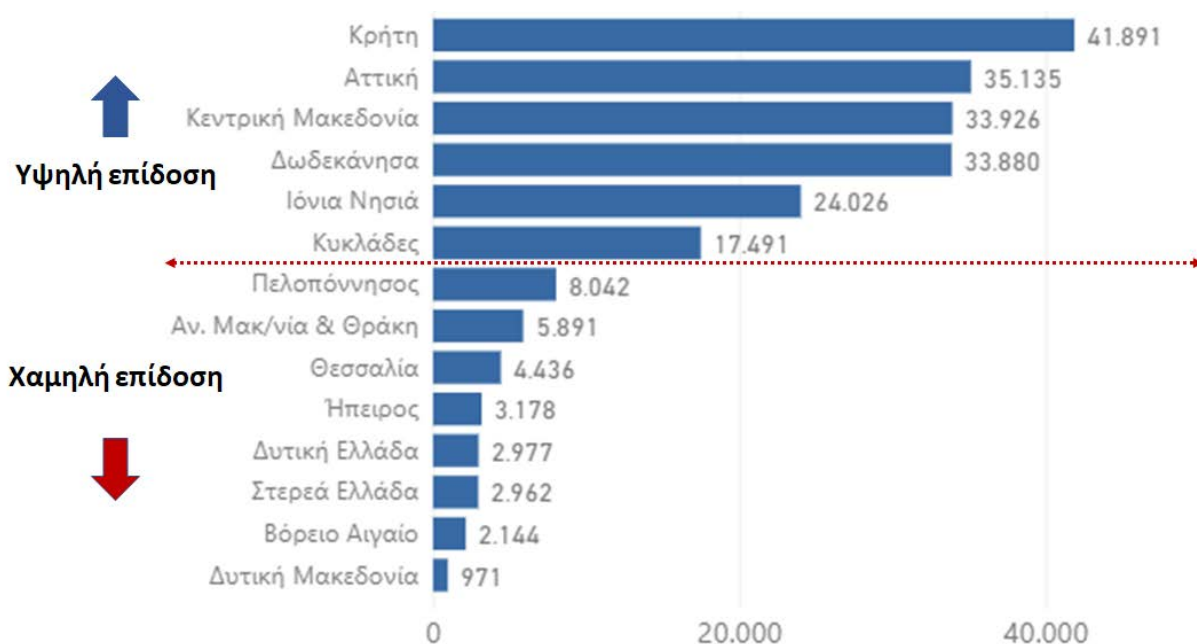
Μέγεθος	Απόδοση
Συνολική συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,5% (Word Travel and Tourism Council, 2023)
Συνολική συμμετοχή στην απασχόληση	19,3% της συνολικής απασχόλησης (Word Travel and Tourism Council, 2023)
Συνολική Απασχόληση	800.000 (Word Travel and Tourism Council, 2023)
Έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό	17,3 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα)
Αφίξεις μη κατοίκων	27,8 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	620 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Εποχικότητα	56,4% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο – Αύγουστο – Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	71% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας
Ξενοδοχειακή Υποδομή	10.087 ξενοδοχεία / 885.624 κλίνες
Τοπ 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (5.552.227), Ηράκλειο (3.405.728), Ρόδος (2.548.501), Θεσσαλονίκη (1.975.959), Κέρκυρα (1.691.021)

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), 2023

Σε αυτό το πλαίσιο, τρία στοιχεία προκαλούν έντονο προβληματισμό που σχετίζονται με την υψηλή χωρική και «χρονική» συγκέντρωση των εγχώριων τουριστικών υπηρεσιών. Πρώτον, η εποχικότητα είναι υψηλή, με το 56,4 % των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών, που αποτελούν και τη συντριπτική πλειοψηφία των επισκεπτών, να πραγματοποιείται το διάστημα μεταξύ Ιουλίου και Σεπτεμβρίου. Δεύτερον, το 71 % των ξενοδοχειακών κλινών, και κατ' επέκταση της τουριστικής

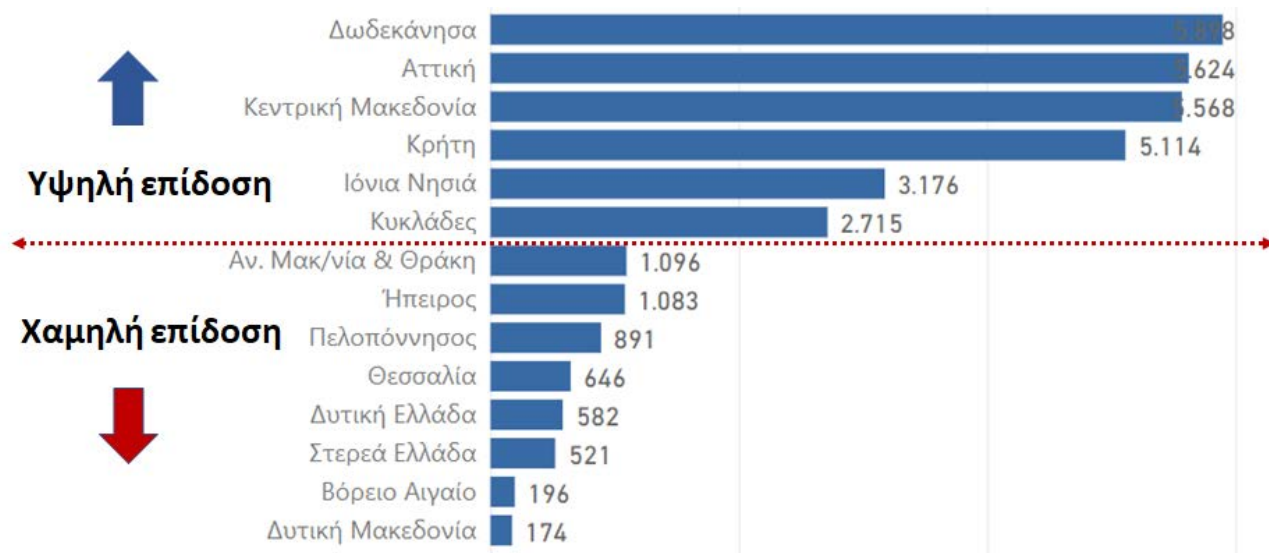
προσφοράς, συγκεντρώνεται σε μόλις τέσσερις περιοχές της Ελλάδας. Τέλος, τρίτον, ένα ακόμα στοιχείο που αναδεικνύει τη χωρική συγκέντρωση της προσφοράς έχει να κάνει με τις επιδόσεις των πέντε κορυφαίων αεροδρομίων της χώρας που αντιπροσωπεύουν πάνω από το 50 % των συνολικών αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών.

Ανισότητες παρατηρούνται και αναλύοντας τις τουριστικές επιδόσεις ανά περιφέρεια. Για παράδειγμα, όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις σε καταλύματα, περιφέρειες όπως η Κρήτη, η Αττική, η Κεντρική Μακεδονία, τα Δωδεκάνησα, τα Ιόνια Νησιά και οι Κυκλάδες βρίσκονται σε σαφώς ευνοϊκότερη θέση σχετικά με τις υπόλοιπες περιφέρειες της χώρας, παρουσιάζοντας σημαντικά υψηλότερες επιδόσεις (διάγραμμα 2.8). Αντίθετα, Περιφέρειες όπως η Ήπειρος, η Στερεά Ελλάδα, τα νησιά του Βορείου Αιγαίου και η Δυτική Μακεδονία παρουσιάζονται πολύ χαμηλότερες αποδόσεις με σημαντικά μικρότερο αριθμό διανυκτερεύσεων.



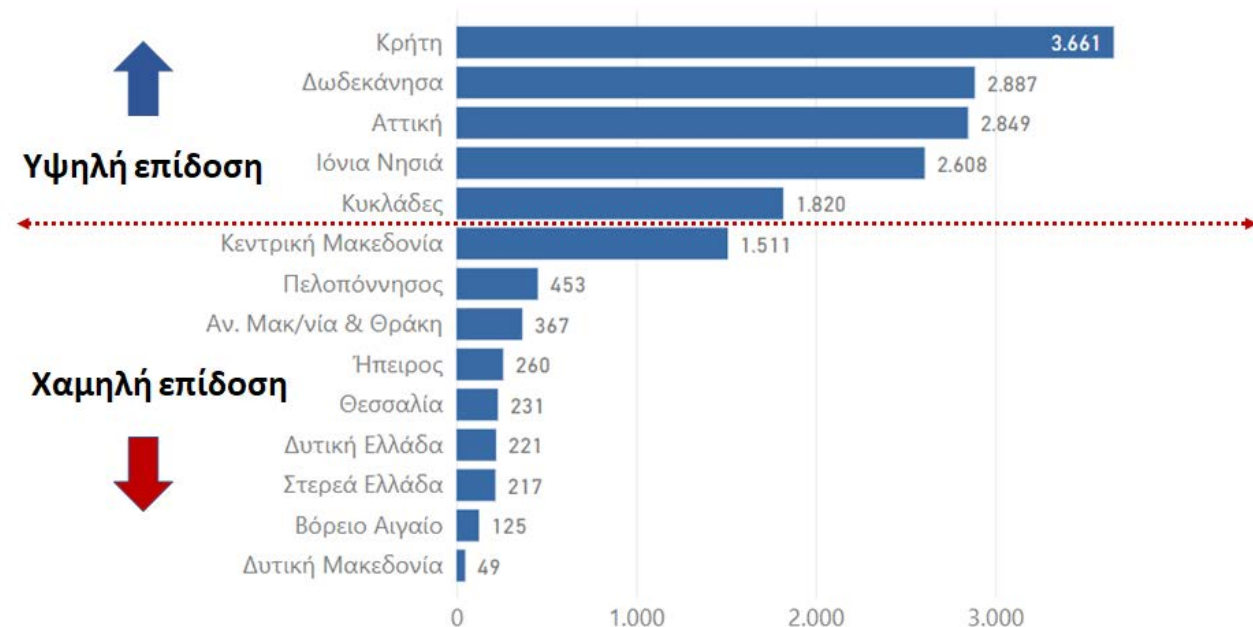
Διάγραμμα 2.8: Διανυκτερεύσεις σε τουριστικά καταλύματα (σε χιλιάδες), ανά Περιφέρεια (2022), Πηγή: INSETE Intelligence (2023)

Η ίδια εικόνα παρουσιάζεται και σχετικά με τις επισκέψεις των επισκεπτών, με τις ίδιες έξι Περιφέρειες να έχουν σημαντικά υψηλότερες τουριστικές επιδόσεις σε σχέση με τις άλλες (διάγραμμα 2.9).



Διάγραμμα 2.9: Επισκέψεις (σε χιλιάδες), Ανά Περιφέρεια (2022), Πηγή: INSETE Intelligence (2023)

Ακόμα μεγαλύτερες είναι οι ανισότητες στις τουριστικές εισπράξεις, με την Κρήτη, τα Δωδεκάνησα, την Αττική και τα Ιόνια Νησιά να έχουν σημαντικά μεγαλύτερα έσοδα από όλες τις άλλες Περιφέρειες, δείχνοντας έτσι τον μη συμμετρικό χαρακτήρα της εγχώριας τουριστικής ανάπτυξης (διάγραμμα 2.10).



Διάγραμμα 2.10: Εισπράξεις από τον Τουρισμό (σε εκ. €), Ανά Περιφέρεια (2022), Πηγή: INSETE Intelligence (2023)

Οι περιφερειακές ανισότητες στον τουρισμό φαίνονται και στον πίνακα 2.2, στον οποίο παρουσιάζονται οι βασικοί τουριστικοί δείκτες ανά Περιφέρεια. Ειδικότερα, Περιφέρειες όπως η Κρήτη, οι Κυκλάδες και τα Ιόνια Νησιά έχουν σημαντικά υψηλότερες μέσες δαπάνες ανά επίσκεψη και διανυκτέρευση αντίστοιχα, σε σχέση με τις άλλες Περιφέρειες. Αντίθετα, στην Ήπειρο, η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη είναι σημαντικά χαμηλότερη (240 €) με εξίσου χαμηλή μέση διάρκεια παραμονής (2,9), κάτι το οποίο παρατηρείται και σε Περιφέρειες όπως η Δυτική Μακεδονία, η Θράκη, η Δυτική Ελλάδα, κτλ.

Πίνακας 2.2: Βασικοί δείκτες τουρισμού ανά Περιφέρεια

		Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη	Μέση Δαπάνη ανά διανυκτέρευση	Μέση διάρκεια παραμονής (διανυκτερεύσεις)
 Υψηλή απόδοση	Κρήτη	716,00 €	87,00 €	8,2
	Κυκλάδες	670,00 €	104,00 €	6,4
	Ιόνια Νησιά	821,00 €	109,00 €	7,6
	Δωδεκάνησα	489,00 €	85,00 €	5,7
 Χαμηλή απόδοση	Πελοπόννησος	509,00 €	56,00 €	9,0
	Βόρειο Αιγαίο	638,00 €	58,00 €	10,9
	Αττική	507,00 €	81,00 €	6,2
	Θεσσαλία	357,00 €	52,00 €	6,9
	Κεντρική Μακεδονία	271,00 €	45,00 €	6,1
	Δυτική Ελλάδα	379,00 €	74,00 €	5,1
	Στερεά Ελλάδα	416,00 €	73,00 €	5,7
	Ήπειρος	240,00 €	82,00 €	2,9
	Δυτική Μακεδονία	280,00 €	50,00 €	5,6
	Θράκη	334,00 €	62,00 €	5,4

Πηγή: INSETE Intelligence (2023)

Συμπερασματικά, η ανάλυση έδειξε ότι υπάρχουν κρίσιμες ανισότητες στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα. Τέσσερις περιοχές της χώρας παρουσιάζουν σημαντικά μεγαλύτερη δυναμική σε σχέση με τις άλλες, στοιχείο που γεννάει έντονο προβληματισμό σχετικά με τη συμμετρικότητα και τη δικαιοσύνη συνολικά της οικονομικής ανάπτυξης στην Ελλάδα. Σε αυτό το πλαίσιο, είναι επιτακτική ανάγκη να ενισχυθεί η βιωσιμότητα και η ανθεκτικότητα του κλάδου. Η έμφαση στις εναλλακτικές και ήπιες μορφές τουρισμού μπορεί να βοηθήσει σημαντικά τις περιοχές που βρίσκονται σε υστέρηση να ενισχύσουν την αναπτυξιακή τους δυναμική και να περιορίσουν τον βαθμό συγκέντρωσης της τουριστικής προσφοράς. Τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού σχετίζονται με την επίτευξη μακροχρόνιας και σταθερής οικονομικής ανάπτυξης μέσω της στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, της ανάδειξης και προώθησης της πολιτιστικής ταυτότητας των τουριστικών προορισμών και της προστασίας των φυσικών τους πόρων (βλέπε επόμενο κεφάλαιο).

Η απρογραμμάτιστη τουριστική ανάπτυξη που οδηγεί στην άδικη κατανομή των οικονομικών οφελών της και στην επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος πρέπει να αντικατασταθεί από την εφαρμογή στρατηγικά σχεδιασμένων πολιτικών βιώσιμου τουρισμού, οι οποίες οδηγούν στην τοπική οικονομική ανάπτυξη μέσα από την αξιοποίηση των ενδογενών δυνάμεων του κάθε προορισμού.

Κεφάλαιο 3: Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (Βιώσιμος Τουρισμός) και Περιφερειακή Ανάπτυξη

3.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται θεωρητικά η έννοια των εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθώς και η συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη. Σε αυτό το πλαίσιο, το κεφάλαιο περιέχει πέντε ενότητες που περιγράφουν την έννοια του βιώσιμου τουρισμού, τις διαφορές ανάμεσα στον μαζικό τουρισμό και στις ήπιες μορφές τουρισμού, τις μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού και τα οφέλη και τον αντίκτυπο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη μέσα από την ανάλυση της βιβλιογραφίας.

3.2 Οι ήπιες μορφές τουρισμού - Ο Εναλλακτικός τουρισμός ή ο βιώσιμος τουρισμός (sustainable tourism)

Η έννοια των ήπιων μορφών τουρισμού στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία ταυτίζεται με την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού ή/και του αειφόρου τουρισμού (Swarbrooke, 1999; Αυγερινού και συν., 2014), που συχνά αναφέρεται και ως βιώσιμος τουρισμός. Δεδομένου ότι αυτοί οι όροι είναι αρκετά σύνθετοι είναι δύσκολο να δοθεί ένας ακριβής ορισμός (Swarbrooke, 1999). Παρόλο αυτά, ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (1987) στην έκθεση της Μπρούντλαντ ορίζει τον αειφόρο τουρισμό ως:

«...τη μορφή τουρισμού που ανταποκρίνεται και ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών, των επιχειρηματιών του τουρισμού και των μόνιμων κατοίκων χωρίς να υποθηκεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες».

Για να εφαρμοστεί αυτός ο τύπος τουρισμού απαραίτητο είναι να ληφθούν υπόψη οι παράγοντες του φυσικού περιβάλλοντος, της οικονομίας και της κοινωνίας, που είναι

και οι βασικές πτυχές της αειφόρας ανάπτυξης. Σε κλίμα συμφωνίας ο Swarbrooke (1999, σελ.13) διατυπώνει ότι ο αειφόρος τουρισμός:

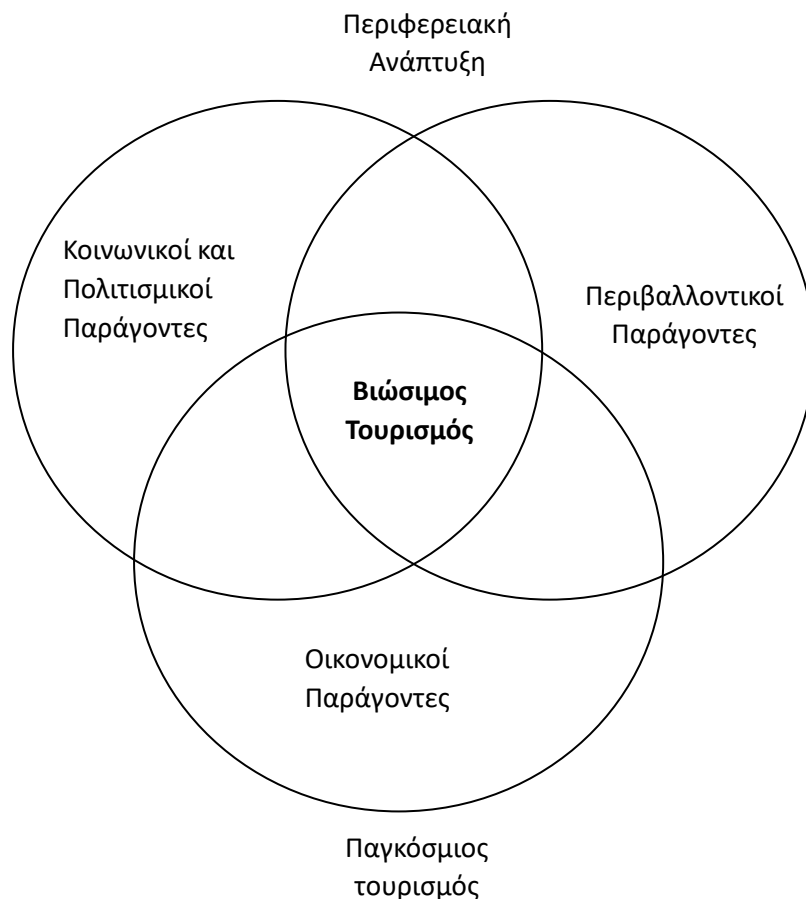
«...σημαίνει τουρισμός που είναι οικονομικά βιώσιμος, αλλά και δεν καταστρέφει τους φυσικούς πόρους και τον κοινωνικό ιστό του εκάστοτε τουριστικού προορισμού, από τους οποίους εξαρτάται το μέλλον του τουρισμού».

Στο ίδιο μήκος κύματος, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO, 2005) αναφέρει ότι ο αειφόρος τουρισμός βασίζεται σε τρεις άξονες:

- 1) Σέβεται και χρησιμοποιεί υγιώς τους πόρους του περιβάλλοντος τους οποίους θεωρεί ως ακρογωνιαίο λίθο για την ανάπτυξη του τουρισμού και τη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας.
- 2) Σέβεται και προωθεί την πολιτιστική ιδιαιτερότητα κάθε περιοχής δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στις τοπικές παραδόσεις. Με αυτό τον τρόπο συμβάλει ενεργά στην ενίσχυση της διαπολιτισμικότητας και της ανεκτικότητας.
- 3) Συμβάλει ενεργά στη μακροχρόνια οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών που αναπτύσσονται τουριστικά δημιουργώντας σταθερές θέσεις εργασίας, προσφέροντας ίσες ευκαιρίες για όλους, μειώνοντας το ποσοστό της φτώχειας και εξασφαλίζοντας ότι τα οφέλη του τουρισμού μοιράζονται με δίκαιο τρόπο στο σύνολο της κοινωνίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο ορισμός που δίνει ο UNWTO (2005), ο οποίος είναι και πιο πρόσφατος, εμπεριέχει και την έννοια του πολιτισμού, που στις αναφορές του ΟΗΕ (1987) και του Swarbrooke (1999) δεν υπήρχε.

Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι οι ήπιες μορφές τουρισμού ή ο αειφόρος/εναλλακτικός τουρισμός τοποθετούνται ανάμεσα στους κοινωνικούς, πολιτιστικούς, περιβαλλοντικούς και οικονομικούς παράγοντες του κάθε προορισμού όπου αν συνδυαστούν σωστά μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Ένα μοντέλο που συνοψίζει διαγραμματικά όλα τα παραπάνω είναι αυτό που αναπτύχθηκε από τους Mowforth και Munt (1996) και απεικονίζεται παρακάτω (διάγραμμα 3.1).



Διάγραμμα 3.1 :Ο Βιώσιμος τουρισμός στη σύγχρονη οικονομία, *Πηγή: Mowforth και Munt, (1996) αναφερόμενοι από τον Τεο (2002)*

3.3 Διαφορές ανάμεσα στον μαζικό τουρισμό και στις ήπιες μορφές τουρισμού

Η φιλοσοφία των ήπιων μορφών τουρισμού, ή του αειφόρου τουρισμού, γίνεται καλύτερα κατανοητή αναλύοντας τις διαφορές τους από τον μαζικό τουρισμό (Swarbrooke, 1999; Andriotis, 2002; Godfrey, 1996; Hunter και Green, 1994). Ειδικό ενδιαφέρον σε αυτή την σύγκριση έχουν τα κριτήρια αξιολόγησης που χρησιμοποιούνται από τους συγγραφείς τα οποία αφορούν το σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα, αυτά τα κριτήρια είναι: η κλίμακα, η επίδραση στο φυσικό περιβάλλον, οι σχέσεις με την τοπική κοινότητα, η επίδραση στην κοινωνία, η επίδραση στην οικονομία, ο ρόλος του προορισμού, η εμπειρία των

τουριστών, η συμπεριφορά των τουριστών, τα προαπαιτούμενα για την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας και τέλος η ιδιοκτησία και ο έλεγχος (πίνακας 3.1).

Πίνακας 3.1: Σύγκριση χαρακτηριστικών βιώσιμου και μαζικού τουρισμού

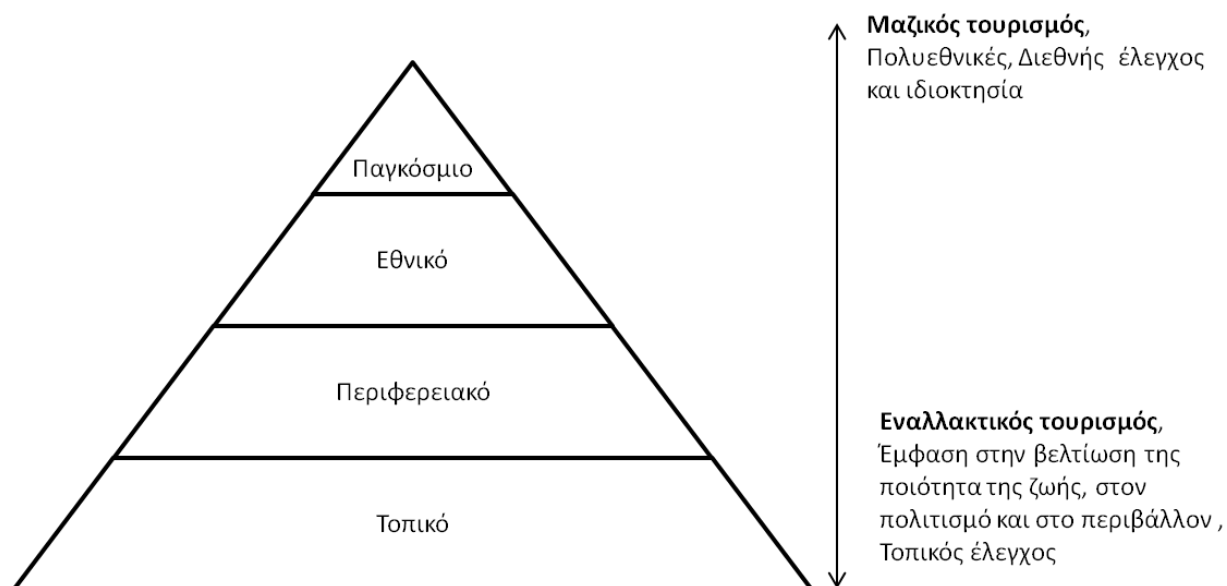
	Βασικά Χαρακτηριστικά	
	Μαζικός Τουρισμός	Ήπιες μορφές τουρισμού (βιώσιμος τουρισμός)
Κλίμακα	Μεγάλη, πολλές φορές ακατάλληλη για τον τουριστικό προορισμό	Μικρή, ανάλογα με τις δυνατότητες του προορισμού και χωρίς να προκαλεί φθορές (περιβαλλοντικές κτλ.)
Επίδραση στο φυσικό περιβάλλον	-Υπεροικοδόμηση και δημιουργία πολλών υποδομών που καταστρέφουν το περιβάλλον -Κατασκευή κτιρίων και ξενοδοχείων που δεν ταιριάζουν με το αστικό περιβάλλον	-Μικρές μονάδες -Ελεγχόμενη αύξηση των τουριστικών υποδομών
Σχέσεις με την τοπική κοινότητα	-Τυπικές -Μικρή επαφή με τους μόνιμους κατοίκους που ασχολούνται με τον τουρισμό	-Δυναμική αλληλεπίδραση με το σύνολο των μόνιμων κατοίκων
Επίδραση στην κοινωνία	-Μετασχηματισμός της τοπικής κουλτούρας -Εισαγωγή εργατικού δυναμικού που δεν προέρχεται από την τοπική κοινωνία	-Μικρή επίδραση στην τοπική κουλτούρα -Αξιοποίηση του εργατικού δυναμικού της τοπικής κοινωνίας
Επίδραση στην οικονομία	-Μεγάλα κέρδη -Το μεγαλύτερο ποσοστό των κερδών μεταφέρεται και αξιοποιείται μακριά από τον προορισμό	-Μικρά κέρδη -Το μεγαλύτερο ποσοστό των κερδών μένει και αξιοποιείται από την τοπική κοινωνία -Αναπτύσσονται παραδοσιακές οικονομικές δραστηριότητες, συμπληρωματικά με τον τουρισμό

	-Ο τουρισμός γίνεται η κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα	
Ο ρόλος του τουριστικού προορισμού	-Μπορεί να αναπτυχθεί παντού αρκεί να υπάρχει θάλασσα και καλός καιρός -Οι ιδιαιτερότητες του κάθε προορισμού δεν έχουν μεγάλη σημασία	-Οι ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του εκάστοτε προορισμού διαμορφώνουν τις τουριστικές υπηρεσίες
Η εμπειρία των τουριστών	-Σύντομη χαλάρωση και διασκέδαση	-Γνωριμία με τον τρόπο ζωής και τις παραδόσεις της τοπικής κοινωνίας
Συμπεριφορά των τουριστών	-Ηδονιστική -Αδιάφορη απέναντι στους ντόπιους και στην ντόπια κουλτούρα -Μεγάλα γκρουπ -Ακολουθούν συγκεκριμένο πρόγραμμα -Σπάνια επαναλαμβάνονται οι επισκέψεις στο ίδιο μέρος	-Αυξημένο ενδιαφέρον στο να γνωρίσουν τον τρόπο ζωής και τον πολιτισμό του προορισμού τον οποίο επισκέπτονται -Μικρά γκρουπ, μεμονωμένοι τουρίστες -Αυθόρμητο πρόγραμμα -Επαναλαμβανόμενες επισκέψεις
Προαπαιτούμενα	-Μαζικές πωλήσεις -Δεν απαιτείται εκπαιδευμένο προσωπικό	-Εκπαιδευμένο προσωπικό -Καλά ενημερωμένοι τουρίστες
Ιδιοκτησία-έλεγχος	-Εθνικός, Διεθνής	-Τοπικός

Πηγή: Swarbrooke, 1999; Andriotis, 2002; Godfrey, 1996; Hunter και Green, 1994

Όσον αφορά τις διαφορές του εναλλακτικού τουρισμού από τον μαζικό τουρισμό, ενδιαφέρον έχει και ο διαχωρισμός των Milne και Ateljevic (2001) όπου ξεχωρίζουν τα δυο είδη τουρισμού ανάλογα με τα επίπεδα του χώρου (βλέπε διάγραμμα 3.2). Πιο συγκεκριμένα, οι συγγραφείς διακρίνουν 4 επίπεδα: το παγκόσμιο, το εθνικό, το περιφερειακό, και το τοπικό. Οι ήπιες μορφές τουρισμού είναι κοντά στο περιφερειακό και το τοπικό επίπεδο, δίνοντας έμφαση στην βελτίωση της ποιότητας

της ζωής, στο περιβάλλον και στον πολιτισμό. Αντίθετα, ο μαζικός τουρισμός κινείται σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Τέλος, όσον αφορά τον έλεγχο, οι Milne και Ateljevic (2001), σε συμφωνία με τον Ανδριώτη (2002), γράφουν ότι στον μαζικό τουρισμό είναι διεθνής και γίνεται από πολυεθνικές επιχειρήσεις ενώ στον εναλλακτικό είναι τοπικός.

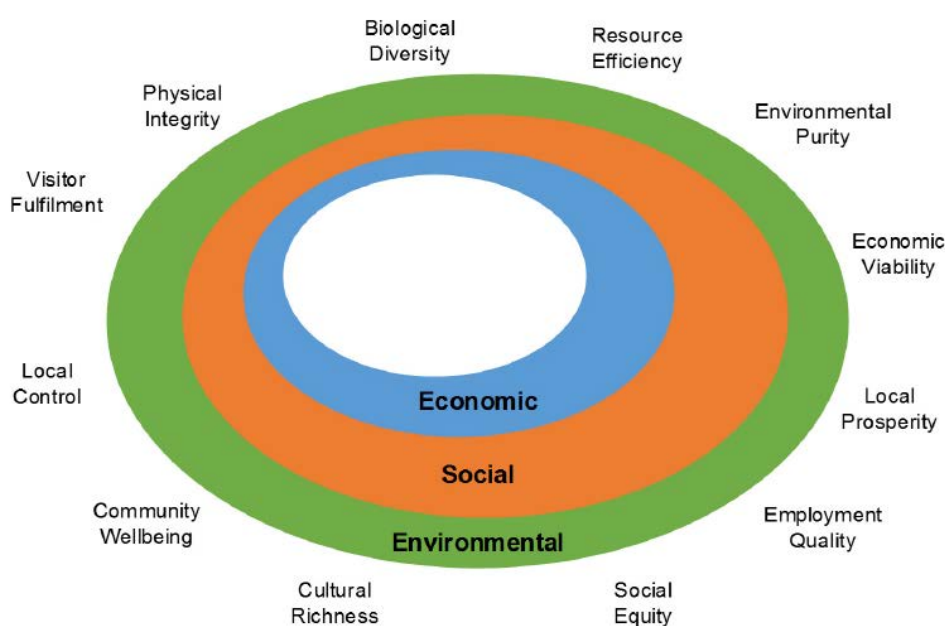


Διάγραμμα 3.2: Οι διαφορές του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού ανά χωρικό επίπεδο, πηγή: *Milne και Ateljevic, 2001*

Οι Tosun et al. (2003) και οι Wen και Sinha (2009) προεκτείνοντας τον διαχωρισμό των Milne και Ateljevic (2001) και μελετώντας την επίδραση αυτών των δυο τύπων τουρισμού σε σχέση με τις περιφερειακές ανισότητες πιστεύουν ότι ο μαζικός τουρισμός συνήθως συμβάλλει στη διεύρυνση των ανισοτήτων μεταξύ των γεωγραφικών περιφερειών μιας χώρας, ενώ οι ήπιες μορφές τουρισμού μπορούν να συμβάλλουν προς την αντίθετη κατεύθυνση. Σε κλίμα συμφωνίας, και οι Janusz και Bajdor (2013) υπογραμμίζουν τη συμβολή του βιώσιμου τουρισμού στην ενίσχυση σύνθετων και ιδιαίτερα σημαντικών εννοιών που αφορούν συνολικά τη βελτίωση της ζωής σε μια κοινότητα όπως η κοινωνική ισότητα, η τοπική ευημερία, η ποιοτική

απασχόληση, η διατήρηση του πολιτιστικού πλούτου, η αποτελεσματική χρήση των περιβαλλοντικών πόρων, κτλ. (βλέπε διάγραμμα 3.3).

Εν κατακλείδι, στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία οι ήπιες μορφές τουρισμού σε σύγκριση με τον μαζικό τουρισμό αναφέρονται ως μια μορφή τουρισμού που μπορεί να συμβάλει πιο αργά αλλά σταθερά στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μιας περιοχής. Όμως, προϋποθέτει την ενεργότερη συμμετοχή τόσο των πολιτών όσο και των ίδιων των τουριστών για να αναπτυχθεί αποτελεσματικότερα.



Διάγραμμα 3.3: Εννοιολογικό πλαίσιο του βιώσιμου τουρισμού, πηγή: Janusz και Bajdor (2013)

3.4 Μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού

Οι μορφές του τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού ή αλλιώς τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού είναι πολυάριθμα, υποδεικνύοντας την πολυδιάστατη έννοια τους (πίνακας 3.2). Ειδικότερα, στις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού περιλαμβάνονται είδη τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο μικρής κλίμακας αγροτουρισμός που ενισχύει τα εισοδήματα κυρίως των αγροτών, ο αστικός τουρισμός που προτείνει νέες χρήσεις

εγκαταλελειμμένων χώρων, ο φυσιολατρικός τουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο περιπατητικός τουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, και ο ορεινός τουρισμός (Swarbrooke, 1999; Τσάρτας και Σταυρινούδης, 2005; Αυγερινού και συν. 2014).

Αντίθετα, οι μορφές τουρισμού που δεν είναι συμβατές με τον αειφόρο τουρισμό είναι λιγότερες. Παρόλο αυτά, οι περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν αυτά τα είδη τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, αυτές οι μορφές τουρισμού είναι ο μαζικός παράκτιος τουρισμός, οι διακοπές που περιλαμβάνουν δραστηριότητες που βλάπτουν το φυσικό περιβάλλον, ο σεξουαλικός τουρισμός, ο τουρισμός που περιλαμβάνει δράσεις όπως το κυνήγι και το ψάρεμα σε περιοχές ή/και σε εποχές που απαγορεύονται και τέλος ο τουρισμός σε περιοχές που η πρόσβαση σε αυτές είναι απαγορευμένη λόγω της ιδιαιτερότητας και της ευαισθησίας του φυσικού περιβάλλοντος (βλέπε πίνακα 3.2).

Πίνακας 3.2: Μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού

Μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού	Μορφές τουρισμού που είναι ασύμβατες με την έννοια του βιώσιμου τουρισμού
– Οικοτουρισμός – Πολιτιστικός τουρισμός – Μικρής κλίμακας αγροτουρισμός που προσφέρει εισοδήματα στους αγρότες	– Μαζικός παράκτιος τουρισμός – Διακοπές που περιλαμβάνουν δραστηριότητες που έχουν αρνητική επίδραση στο περιβάλλον όπως σκι, αγώνες δρόμου με αυτοκίνητα κτλ. – Σεξουαλικός τουρισμός

-
- Αστικός τουρισμός που προτείνει νέες χρήσεις εκμετάλλευσης εγκαταλελειμμένων χώρων
 - Φυσιολατρικός τουρισμός
 - Τουρισμός περιπέτειας
 - Ορεινός τουρισμός
 - Περιπατητικός τουρισμός
 - Περιηγητικός τουρισμός
 - Ιαματικός τουρισμός
 - Αθλητικός τουρισμός
 - Θρησκευτικός τουρισμός
 - Θαλάσσιος Τουρισμός
 - Οινοτουρισμός
 - Γαστροτουρισμός
 - Εκπαιδευτικός τουρισμός
 - Συνεδριακός τουρισμός
 - Ιατρικός τουρισμός
 - Διακοπές που περιλαμβάνουν δραστηριότητες όπως κυνήγι και ψάρεμα σε περιοχές και εποχές που απαγορεύεται
 - Επίσκεψη περιοχών που είναι απαγορευμένη η πρόσβαση λόγω αυξημένης ευαισθησίας του περιβάλλοντος

Πηγή: Swarbrooke, 1999; Τσάρτας και Σταυρινούδης, 2005; Αυγερινού και συν. 2014

3.5 Τα οφέλη και ο αντίκτυπος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη

Ο αντίκτυπος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη έχει υπογραμμιστεί εκτενώς στη βιβλιογραφία (βλέπε πίνακα 3.3). Τα περισσότερα οφέλη έχουν να κάνουν με την επίτευξη μακροχρόνιας οικονομικής ανάπτυξης με μοχλό τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), την ανάδειξη και προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται ο τουρισμός και την

προστασία των φυσικών πόρων. Χαρακτηριστικό είναι ότι μόνο οι Malik και Bhat (2015) αναφέρουν αρνητικό αντίκτυπο των ήπιων μορφών τουρισμού που έχει να κάνει κυρίως με την επίδραση στο περιβάλλον όταν αυτές δεν εφαρμόζονται σωστά. Το γεγονός όμως ότι η συντριπτική πλειοψηφία των συγγραφέων παραθέτει ένα μεγάλο εύρος θετικών επιδράσεων καθιστά την εστίαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μια στρατηγική που συνεισφέρει στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας και στην αξιοποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της με στόχο τη δημιουργία περιφερειακών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

Πίνακας 3.3: Ο αντίκτυπος του βιώσιμου τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη

Αντίκτυπος (οφέλη)	Πηγή
– Αυξημένα έσοδα που προέρχονται από την κατανάλωση των τουριστών (διαμονή, εστίαση, αγορά προϊόντων κτλ.)	Cater (2017); Strom και Kerstein (2015); Maekawa et al. (2013); Nicula, Spanu και Neagu (2013); Singh και Mishra (2004); Boatto et al. (2013)
– Αύξηση στον αριθμό διανυκτερεύσεων	Strom και Kerstein (2015); Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017)
– Μεγαλύτερα φορολογικά έσοδα	Strom και Kerstein (2015); Maekawa et al. (2013)
– Αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των μόνιμων κατοίκων στον προορισμό	Maekawa et al. (2013); Dimitrovski, Todorović και Valjarević (2012); Chen, Li και Li (2017); Novelli, Schmitz, και Spencer (2006)
– Αύξηση του αριθμού αφίξεων των τουριστών στον προορισμό	Maekawa et al. (2013); Nyaupani Timothy (2010); Abubakirova et al. (2016); Banki, Ismail, Muhammad (2016); Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017); Nepal (2005); Singh και Mishra (2004); Boatto et al. (2013)

-
- Έσοδα από εισιτήρια σε τοπικά πάρκα και αξιοθέατα Maekawa et al. (2013)
 - Βελτίωση της αποδοτικότητας των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων (κυρίως MME) Margaryan και Fredman (2017); Boatto et al. (2013); Alonso (2010)
 - Περισσότερες ξένες επενδύσεις Abubakirova et al. (2016)
 - Ιδιωτικές επενδύσεις Novelli, Schmitz, και Spencer (2006)
 - Δημόσιες επενδύσεις Novelli, Schmitz και Spencer (2006)
 - Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας/ Μείωση της ανεργίας Nicula, Spanu και Neagu (2013); Dimitrovski, Todorović και Valjarević (2012); Nepal (2005); Novelli, Schmitz, και Spencer (2006); Poitras και Donald, G. (2006)
 - Ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών κλάδων που λειτουργούν συμπληρωματικά ως προς τον τουρισμό Nicula, Spanu και Neagu (2013); Singh και Mishra (2004); Novelli, Schmitz και Spencer (2006); Byrd et al. (2016)
 - Βελτίωση της εικόνας του προορισμού (destination image) Nicula, Spanu και Neagu (2013)
 - Αρνητικός αντίκτυπος του τουρισμού στο περιβάλλον (-) Malik και Bhat (2015)
 - Μεγάλη ποσότητα παραγωγής αποβλήτων (-) Malik και Bhat (2015)
 - Υποβάθμιση των δασών (-) Malik και Bhat (2015)
 - Επιδείνωση της ποιότητας του νερού(-) Malik και Bhat (2015)
 - Μείωση του φαινομένου της μετανάστευσης προς τα μεγάλα αστικά κέντρα. Dimitrovski, Todorović και Valjarević (2012)
 - Ανάπτυξη της πολιτιστικής ζωής στον τουριστικό προορισμό Dimitrovski, Todorović και Valjarević (2012)

– Διατήρηση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας	Dimitrovski, Todorović και Valjarević (2012)
– Διατήρηση και προστασία των φυσικών πόρων	Dimitrovski, Todorović και Valjarević (2012); Poitras και Donald (2006)
– Βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών	Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017); Pyke al. (2016)
– Ανάπτυξη και μεγέθυνση παραδοσιακών οικισμών (κυρίως ορεινών)	Nepal (2005)
– Εσωτερική μετανάστευση προς τον προορισμό λόγω οικονομικής ανάπτυξης	Nepal (2005); Novelli, Schmitz, και Spencer (2006)
– Μείωση των πολιτικών εντάσεων	Maekawa et al. (2013)

Συμπερασματικά, ο βιώσιμος τουρισμός και η περιφερειακή ανάπτυξη είναι στενά συνυφασμένες έννοιες που τονίζουν τη σημασία εφαρμογής υπεύθυνων και περιβαλλοντικά φιλικών τουριστικών πρακτικών για την ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας σε τοπικό επίπεδο. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο βιώσιμος τουρισμός απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και διαχείριση ώστε να διασφαλιστεί ότι τα οφέλη του μεγιστοποιούνται, ενώ παράλληλα ελαχιστοποιούνται οι αρνητικές επιπτώσεις, όπως ο υπερτουρισμός, η περιβαλλοντική υποβάθμιση και η πολιτιστική εμπορευματοποίηση. Για να επιτευχθούν όμως όλα τα παραπάνω, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να διερευνηθούν οι παράγοντες επιτυχίας (success factors) και οι στρατηγικές που μπορούν να οδηγήσουν επιτυχώς στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη (βλέπε επόμενο κεφάλαιο).

Κεφάλαιο 4: Παράγοντες επιτυχίας (success factors) και στρατηγικές ανάπτυξης ήπιων μορφών τουρισμού που οδηγούν στην Περιφερειακή Ανάπτυξη

4.1 Εισαγωγή

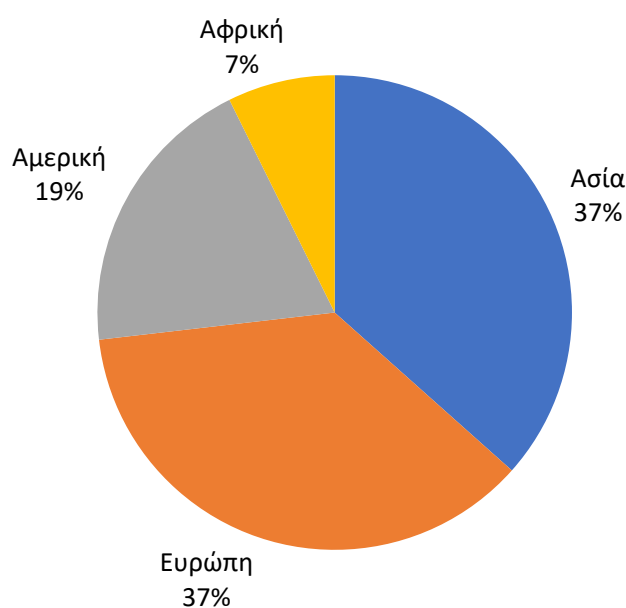
Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να διερευνήσει τις στρατηγικές και τους παράγοντες επιτυχίας (success factors) του εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να οδηγήσουν στην περιφερειακή ανάπτυξη. Ειδικότερα, διεξήχθη μια κριτική επισκόπηση σε άρθρα της διεθνούς βιβλιογραφίας και εντοπίστηκαν οι παράγοντες και οι επιτυχημένες στρατηγικές του βιώσιμου τουρισμού που εφαρμόστηκαν σε άλλες χώρες και οδήγησαν στην περιφερειακή ανάπτυξη. Οι παράγοντες και οι επιτυχημένες στρατηγικές των ήπιων μορφών τουρισμού διακρίθηκαν σε στρατηγικές προσφοράς και ζήτησης, ακολουθώντας τα υποδείγματα των Nepal & Chipeniuk (2005), Boatto et al. (2013) και Mitchell και Hall (2003). Η διάκριση αυτή επιτρέπει την καλύτερη ανάλυση και προσαρμογή τους σε περιφερειακές στρατηγικές.

Για την εξεύρεση των άρθρων χρησιμοποιήθηκαν βάσεις όπως οι: Business Source Complete (EBSCOhost), Science direct, Academic Search Premier, Emerald Insight, J Stor, Hospitality & Tourism Complete, Taylor and Francis Journals online, Sage Journals Online, και Google Scholar. Οι λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν: «περιφερειακή ανάπτυξη (regional development)», «παράγοντες επιτυχίας (success factors)», «βιώσιμος τουρισμός (sustainable tourism)», «ορεινός τουρισμός (mountain tourism)», «βέλτιστες πρακτικές (best practices)», «τοπική οικονομική ανάπτυξη (local economic development)» και «εναλλακτικές μορφές τουρισμού (alternative forms of tourism)».

Στη συνέχεια, παρατίθεται μια ταξινόμηση των άρθρων που χρησιμοποιήθηκαν, με βάση την περιοχή μελέτης, την ερευνητική μεθοδολογία, το όνομα του περιοδικού και το χρόνο δημοσίευσής τους, στο πρότυπο των Marais, Plessis και Saayman (2017).

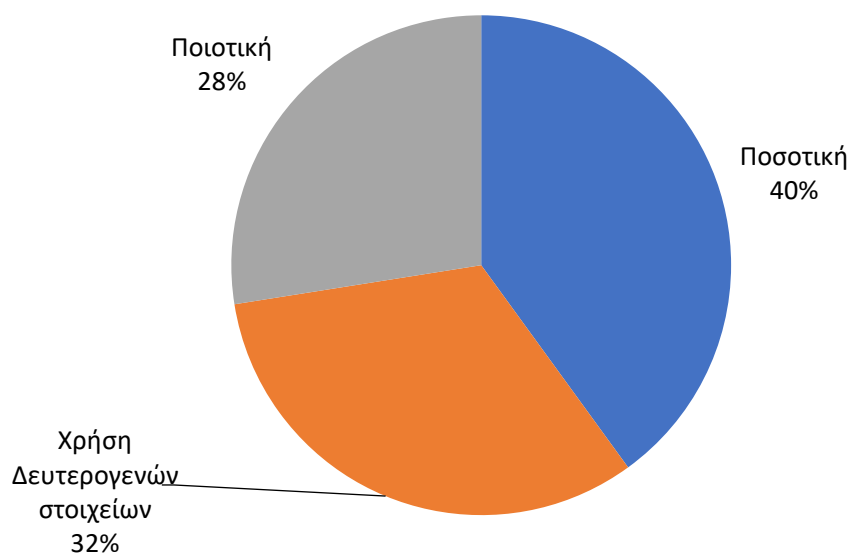
Πρώτον, τα άρθρα που αναλύθηκαν ήταν βασισμένα σε διαφορετικές περιοχές της παγκόσμιας εναλλακτικής τουριστικής αγοράς και ειδικότερα το 37 % αφορούσε

προορισμούς της Ευρώπης, επίσης το 37 % αφορούσε περιοχές της Ασίας, το 17 % προορισμούς της Αμερικής και το 7 % της Αφρικής (διάγραμμα 4.1). Αυτό δείχνει τη σημαντικότητα της Ευρωπαϊκής τουριστικής αγοράς, αλλά και τον μεγάλο αριθμό ορεινών όγκων που έχει η Ασία, ο οποίος ευνοεί την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού. Αξίζει να σημειωθεί ότι δεδομένου ότι η εργασία εστιάζει στην περιοχή της Ηπείρου, δόθηκε έμφαση στην έννοια του ορεινού τουρισμού, ο οποίος ορίζεται ως ο τουρισμός ήπιας μορφής που αναπτύσσεται σε ορεινές περιοχές (Nepal και Chireniuk, 2005). Σαν μορφή του εναλλακτικού τουρισμού περιλαμβάνει και άλλα είδη αειφόρου τουρισμού όπως ο τουρισμός περιπέτειας, ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός κτλ. Η συμπερίληψη αυτή υποδεικνύει τις σχέσεις και τη συμπληρωματικότητα μεταξύ των κατηγοριών του εναλλακτικού τουρισμού.



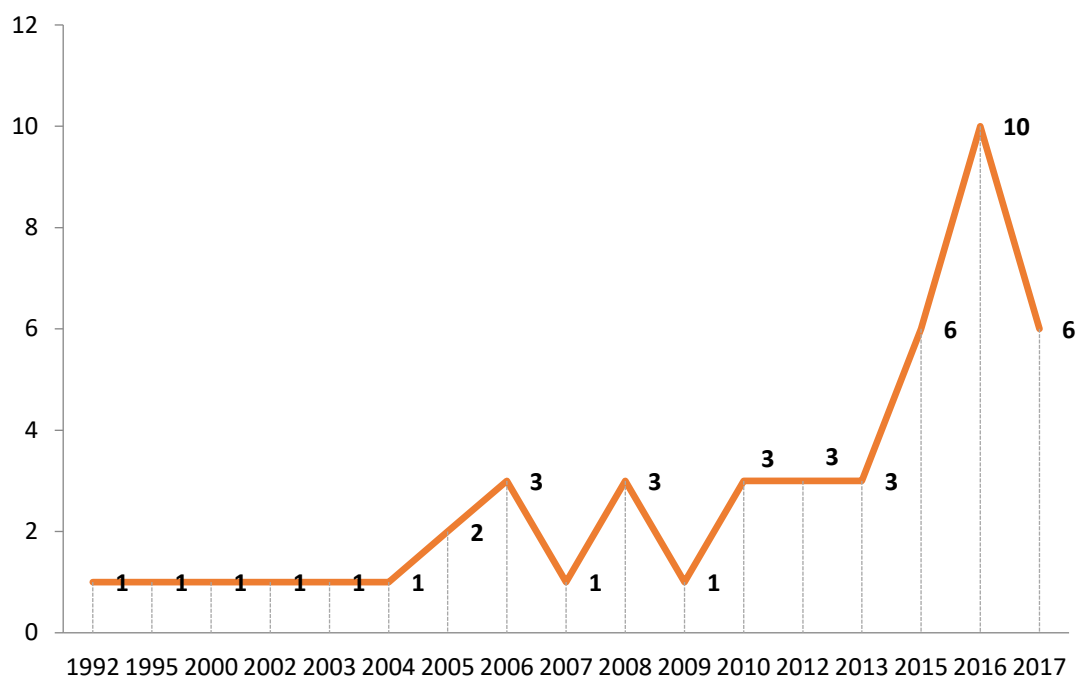
Διάγραμμα 4.1: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση τη γεωγραφική περιοχή μελέτης (ανά Ήπειρο)

Όσον αφορά την ερευνητική μεθοδολογία, το 42 % των μελετητών χρησιμοποίησε ποσοτική προσέγγιση, το 28 % ποιοτική και το 32 % στηρίχτηκε αποκλειστικά σε δευτερογενή στοιχεία (διάγραμμα 4.2). Συνεπώς, η ποσοτική έρευνα είναι η πιο συνηθισμένη ερευνητική προσέγγιση για τη διερεύνηση των παραγόντων επιτυχίας των ήπιων μορφών τουρισμού.



Διάγραμμα 4.2: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση την ερευνητική μεθοδολογία

Τρίτον, τα περισσότερα από τα άρθρα που αναλύθηκαν είχαν δημοσιευτεί μετά το 2015, στοιχείο που δείχνει ότι χρησιμοποιήθηκαν επίκαιρα επιστημονικά δεδομένα. Το 2016 φαίνεται να είναι ο χρόνος που δημοσιεύτηκαν οι περισσότερες σχετικές μελέτες (διάγραμμα 4.3).



Διάγραμμα 4.3: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση το χρόνο

Τέλος, τα άρθρα που χρησιμοποιήθηκαν στην επισκόπηση αυτού του μέρους της διατριβής είχαν δημοσιευθεί σε διεθνώς αναγνωρισμένα ακαδημαϊκά περιοδικά του τουρισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης όπως τα: Tourism Management, Tourism Management perspectives, Wine economics and Policy, Annals of Tourism Research, Tourism Geographies, Journal of Hospitality and Tourism Management, Mountain Research and Development, Procedia Economic and Finance, κτλ. (βλέπε διάγραμμα 4.4).



Διάγραμμα 4.4: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση το περιοδικό (Journal)

4.2 Παράγοντες επιτυχίας (success factors) του βιώσιμου τουρισμού

Ξεκινώντας από τους παράγοντες της ζήτησης, και όπως φαίνεται και στον πίνακα 4.1, μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση πέντε διαστάσεις και ειδικότερα σε: 1) παράγοντες που σχετίζονται με τον προορισμό, 2) τουριστικές τάσεις που επικρατούν στην αγορά, 3) παροχές και ευκαιρίες για τους τουρίστες, 4) πολιτιστικοί και περιβαλλοντικοί παράγοντες και 5) παράγοντες που σχετίζονται με το προϊόν του κρασιού. Οι τελευταίοι αφορούν κυρίως τα είδη του γαστρονομικού και οινοποιητικού τουρισμού.

Πίνακας 4.1: Παράγοντες επιτυχίας (Success factors) των εναλλακτικών μορφών τουρισμού από την πλευρά της ζήτησης

Παράγοντες ζήτησης	Συγγραφείς
Προορισμός	
– Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες, κλίμα	Cater (2017); Malik και Bhat (2015); Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006)
– Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων	Cater (2017); Papadimitriou και Gibson (2008); Johnsen et al. (2008)
– Ευκολία πρόσβασης	Cater (2017); Margaryan και Fredman (2017); Nestorosk (2012); Nepal και Chipeniuk (2005); Cohen και Ben-Nun (2009); Rendleman et al. (2016); Byrd et al. (2016)
– Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου κοντά στους προορισμούς ανάπτυξης του τουρισμού	Galloway et al. (2013); Getz και Brown (2006)
– Κατάσταση των δρόμων στον προορισμό	Cater (2017)
– Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών	Margaryan και Fredman (2017)

-
- Μεταφορά των τουριστών στον προορισμό Malik και Bhat (2015); Nestorosk (2012); Pyke al. (2016); Singh και Mishra (2004);
 - Εικόνα του προορισμού Nepal και Chipeniuk (2005); Galloway et al. (2013)
 - Βαθμός απομόνωσης του προορισμού Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Ασφάλεια στον προορισμό Papadimitriou και Gibson (2008); Nepal (2002)
 - Καλός οδικός άξονας που διευκολύνει την πρόσβαση των τουριστών στα οινόποιεία Getz και Brown (2006); Galloway et al. (2013)
 - Εναλλακτικά μέσα μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα) Novelli, Schmitz και Spencer (2006)

Τουριστικές τάσεις

- Εποχικότητα και προσπάθεια μείωσής της Margaryan και Fredman (2017); Banki, Ismail και Muhammad (2016); Malik και Bhat (2015); Pyke al. (2016); Boatto et al. (2013); Jones, Singh και Hsiung (2015)
- Τάση για μικρότερες σε διάρκεια αλλά πιο έντονες και υψηλής ποιότητας διακοπές Margaryan και Fredman (2017)
- Προηγούμενη θετική εμπειρία σχετικά με τον βιώσιμο τουρισμό Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015)
- Βαθμός συμμετοχής στον αστικό τρόπο ζωής Nepal και Chipeniuk (2005)
- Κοινωνικοποίηση (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους κτλ.) Papadimitriou και Gibson (2008); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015)

Παροχές και ευκαιρίες για τους τουρίστες

-
- Ευκαιρίες χαλάρωσης Papadimitriou και Gibson (2008);
Galloway et al. (2013); Alebaki, Menexes
και Koutsouris (2015)
 - Αθλητικές δραστηριότητες Banki και Ismail (2015); Papadimitriou και
Gibson (2008)
 - Γαστρονομία και καλό φαγητό με τοπικές συνταγές Banki και Ismail (2015); Papadimitriou και
Gibson (2008); Getz και Brown (2006);
Galloway et al. (2013); Jones, Singh και
Hsiung (2015); Cohen και Ben-Nun (2009)
 - Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες Papadimitriou και Gibson (2008); Novelli,
Schmitz και Spencer (2006); Nepal και
Chipeniuk (2005)
 - Βαθμός εξοικείωσης των τουριστών με την τοπική κουλτούρα του προορισμού Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες θα συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού. Getz και Brown (2006); Hall, Mitchell και
Sharples (2003); Boatto et al. (2013);
Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-
Nun (2009)
 - Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων Nepal και Chipeniuk (2005); Getz και
Brown (2006); Sheppard και Williams
(2016)
 - Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Γνωριμία με καινούρια σπορ και καινούριες εμπειρίες Papadimitriou και Gibson (2008);
Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015)
 - Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία Papadimitriou και Gibson (2008); Getz
και Brown (2006)
 - Εστίαση στην υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή Novelli, Schmitz και Spencer (2006)
 - Πληροφόρηση των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή Novelli, Schmitz και Spencer (2006)

-
- Εστίαση στην ικανοποίηση των τουριστών Poitras και Donald (2006); Galloway et al. (2013); Jones, Singh και Hsiung (2015); Byrd et al. (2016); Johnsen et al. (2008)

Πολιτιστικοί παράγοντες και φυσικό περιβάλλον

- Γνωριμία με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες Papadimitriou και Gibson (2008)
- Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας Margaryan και Fredman (2017); Banki και Ismail (2015); Nepal και Chipeniuk (2005); Papadimitriou και Gibson (2008)
- Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία Papadimitriou και Gibson (2008)
- Όμορφο φυσικό περιβάλλον και τοπία Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006); Boatto et al. (2013); Galloway et al. (2013); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Byrd et al. (2016)

Παράγοντες που σχετίζονται με το προϊόν του κρασιού (οινοποιητικός τουρισμός)

- Φιλική ατμόσφαιρα στα οινοποιεία Getz και Brown (2006); Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009)
- Ομαδικές ξεναγήσεις στα οινοποιεία Getz και Brown (2006)
- Εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες που σχετίζονται με τον τουριστικό προορισμό και το οινοποιείο Getz και Brown (2006); Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009); Byrd et al. (2016)
- Γνωριμία και επαφή με τους οινοπαραγωγούς Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Cohen και Ben-Nun (2009)
- Ευκαιρίες μάθησης για τους επισκέπτες ζητημάτων που σχετίζονται με το κρασί Galloway et al. (2013); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Cohen και Ben-Nun (2009)

-
- | | |
|--|--|
| – Φήμη των οινοποιών και του κρασιού | Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009) |
| – Μεγάλος αριθμός οινοποιείων σε ένα προορισμό | Getz και Brown (2006); Boatto et al. (2013) |
-

Από την άλλη πλευρά, οι επιτυχημένες στρατηγικές και οι παράγοντες που αφορούν την προσφορά μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση οκτώ διαστάσεις και ειδικότερα: 1) μάνατζμεντ και διακυβέρνηση, 2) παράγοντες μάρκετινγκ, 3) τοπική κοινωνία, 4) ανάπτυξη συνεργασιών, 5) πολιτιστικοί παράγοντες και φυσικό περιβάλλον, 6) επιχειρηματικότητα, 7) παράγοντες που σχετίζονται με το προϊόν του κρασιού και 8) λοιποί παράγοντες (βλέπε αναλυτικά πίνακα 4.2).

Πίνακας 4.2: Παράγοντες επιτυχίας (Success factors) των εναλλακτικών μορφών τουρισμού από την πλευρά της προσφοράς

Παράγοντες προσφοράς	Συγγραφείς
<i>Μάνατζμεντ και Διακυβέρνηση</i>	
– Στρατηγικός σχεδιασμός και παροχή οράματος	Li, Ryan, και Cave (2016); Borseková, Vaňoná, Vitálišová (2016); Kline et al. (2015); Banki και Ismail (2015); Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017); Sheppard και Williams (2016); Pyke al. (2016); Chen και Li (2017)
– Υποστήριξη της τουριστικής προσπάθειας από τους επίσημους κρατικούς φορείς	Kline et al. (2015); Nyaupani και Timothy (2010); McCamley και Gilmore (2017)
– Συστηματική επανεπένδυση μέρους των κερδών	Li, Ryan, και Cave (2016); Nepal και Chipeniuk (2005)
– Δημιουργία τουριστικών θέρετρων που θα λειτουργούν όλο το χρόνο.	Getz και Brown (2006)

-
- Δημιουργία και εύρος τουριστικών υποδομών Li, Ryan, και Cave (2016); Borseková, Vaňová, Vitálišová (2016); Kline et al. (2015); Malik και Bhat (2015); Chen και Li (2017); Poitras και Donald (2006); Boatto et al. (2013); Galloway et al. (2013); Johnsen et al. (2008)
 - Ειδικά φορολογικά μέτρα που ευνοούν την τουριστική ανάπτυξη στις ορεινές περιοχές (μειωμένος φόρος στα καύσιμα, στις επιχειρήσεις κτλ.) Singh και Mishra (2004)
 - Δανειοδότηση για την κατασκευή υποδομών (δρόμοι, αεροδρόμια κτλ.) που συνδέονται με την περιφερειακή ανάπτυξη Singh και Mishra (2004)
 - Ανάπτυξη εργαλείων μέτρησης της αποτελεσματικότητας της τουριστικής προσπάθειας Qian et al.(2016); Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Δομή διακυβέρνησης/ Πολύ-επίπεδη διακυβέρνηση Alberti και Giusti D. (2012); Sheppard και Williams (2016); Hall, Mitchell και Sharples (2003)
 - Διαφάνεια Poitras και Donald (2006)
 - Εστίαση στη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών Nicula, Spanu και Neagu (2013); Johnsen et al. (2008)
 - Ανάπτυξη στρατηγικών που αντιμετωπίζουν τις κρίσεις και τα προβλήματα που δημιουργούνται στον τομέα του τουρισμού Sheppard και Williams (2016); Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Δημιουργία οργανισμών ή ινστιτούτων που θα διαχειρίζονται τη γνώση και την τεχνογνωσία σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης Sheppard και Williams (2016)
 - Σύσταση ενός φορέα που θα συντονίζει την τουριστική προσπάθεια Chen και Li (2017)

-
- Ανάπτυξη τοπικών προγραμμάτων πιστοποίησης Potts, T. (2010)

Μάρκετινγκ

- Χρήση εργαλείων μάρκετινγκ και destination branding Strom και Kerstein (2015); Kline et al. (2015); Abubakirova et al. (2016); Nicula, Spanu και Neagu (2013); McCamley και Gilmore (2017); Pyke al.(2016); Chen και Li (2017); Jones, Singh και Hsiung (2015); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Hall, Mitchell και Sharples (2003)
- Τμηματοποίηση της αγοράς και εστίαση σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών/ αποφυγή στρατηγικών μαζικού τουρισμού Nyaupani και Timothy (2010); Poitras και Donald (2006)
- Χρήση ενός ενιαίου σλόγκαν για όλη την περιφέρεια Pyke al. (2016)
- Συμμετοχικό μάρκετινγκ που συμβάλει στην προβολή όλης της περιφέρειας Pyke al. (2016); Novelli, Schmitz και Spencer (2006); Hall, Mitchell και Sharples (2003)
- Χρήση εργαλείων niche marketing Nepal και Chipeniuk (2005)
- Ανάπτυξη διεθνών καναλιών μάρκετινγκ και τόνωση της εξαγωγικής δραστηριότητας στον χώρο των τοπικών προϊόντων Alonso, A. D. (2010)
- Εστίαση στην επανάληψη επισκέψεων από τους τουρίστες Chen και Li (2017)

Τοπική κοινωνία

- Σύνδεση των τουριστικών δραστηριοτήτων με τη βελτίωση της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας Strom και Kerstein (2015); Pyke al. (2016); Poitras και Donald (2006)
- Δίκαιη κατανομή των οικονομικών οφελών του τουρισμού στους μόνιμους κατοίκους Li, Ryan, και Cave (2016); Qian et al. (2016); Chen και Li (2017)

-
- Προστασία των δικαιωμάτων των μόνιμων κατοίκων Li, Ryan, και Cave (2016)
 - Ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια Li, Ryan, και Cave (2016); Kline et al. (2015); Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017); Nepal και Chipeniuk (2005); Johnsen et al. (2008)
 - Συμμετοχική διαχείριση, λήψη αποφάσεων και αυτό-οργάνωση της τοπικής κοινωνίας Sheppard και Williams (2016); Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Παροχή κινήτρων στους κατοίκους για να συμμετέχουν στην τουριστική ανάπτυξη Sheppard και Williams (2016)
 - Απασχόληση ανθρώπινου δυναμικού υψηλής ποιότητας Borseková, Vaňová, Vitálišová (2016); Rendleman et al. (2016)
 - Εκπαίδευση και κατάρτιση των ανθρώπων που ασχολούνται με τον τουρισμό Nicula, Spanu και Neagu (2013); Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017); Sheppard και Williams (2016); Chen και Li (2017); Nepal και Chipeniuk (2005); Rendleman et al. (2016); Nepal (2002)

Ανάπτυξη συνεργασιών

- Συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και φορέων (ιδιωτικών, τοπικών και εθνικών) του τουρισμού Strom και Kerstein (2015); Kline et al. (2015); Nicula, Spanu και Neagu (2013); Sheppard και Williams (2016); Poitras και Donald (2006); Jones, Singh και Hsiung (2015); Rendleman et al. (2016); Nepal (2002); Hall, Mitchell και Sharples (2003)
- Δημιουργία δικτύων συνεργασίας μεταξύ των επαγγελματιών του τουρισμού και δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων Nicula, Spanu και Neagu (2013); Alberti και Giusti D. (2012); Potts, (2010); Singh και Mishra (2004); Novelli, Schmitz και Spencer (2006); Hall, Mitchell και Sharples (2003); Jones, Singh και Hsiung (2015)

-
- Συνεργασία μεταξύ των βιώσιμων μορφών τουρισμού
Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017)
 - Συνεργασία με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας (γεωργία, κτηνοτροφία, βιοτεχνία κτλ.)
Gugushvili, Salukvadze και Salukvadze (2017); Nepal (2002)
 - Πακέτα προσφορών που βασίζονται στη συνεργασία τουριστικών επιχειρήσεων
Pyke al. (2016)
 - Οργάνωση ημερίδων και workshops για την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων
Pyke al. (2016)
 - Συνεργασία φορέων για λήψη χρηματοδοτήσεων
Pyke al. (2016)
 - Συνεργασία μεταξύ των φορέων διαφορετικών τουριστικών περιοχών για ανταλλαγή τεχνογνωσίας
Bourdeau (2009)
 - Ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ ακαδημαϊκής κοινότητας και επιχειρήσεων
Bourdeau (2009); Rendleman et al. (2016)
 - Έμφαση στην έρευνα και την καινοτομία
Borseková, Vaňová, Vitálišová (2016); Sheppard και Williams (2016); Potts, (2010); Johnsen et al. (2008)

Πολιτιστικοί παράγοντες και φυσικό περιβάλλον

- Ανάδειξη και προβολή της τοπική κουλτούρας, των τοπικών παραδόσεων και της πολιτιστικής ταυτότητας του προορισμού
Li, Ryan, και Cave (2016); Borseková, Vaňová, Vitálišová (2016); Chen και Li (2017); Nepal και Chipeniuk (2005); Hall, Mitchell και Sharples (2003); Strom και Kerstein (2015); Alberti και Giusti D. (2012); Nestorosk (2012); Poitras και Donald (2006); Jones, Singh και Hsiung (2015)
- Παραδοσιακοί οικισμοί με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής
Nepal (2005); Getz και Brown (2006)

-
- Διατήρηση της αίσθησης της υπαίθρου και της ατμόσφαιρας των χωριών Poitras και Donald (2006)
 - Ανάδειξη και προστασία των φυσικών πόρων και του νερού /εκπαίδευση των πολιτών σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος Li, Ryan, και Cave (2016); Strom και Kerstein (2015); Nestorosk (2012); Sheppard και Williams (2016); Potts, T. (2010); Nepal και Chipeniuk (2005); Singh και Mishra (2004); Poitras και Donald (2006); Jones, Singh και Hsiung (2015)
 - Δημιουργία μηχανισμών για τη μέτρηση του αντίκτυπου του τουρισμού στο περιβάλλον Sheppard και Williams (2016)
 - Αξιοποίηση συγκριτικού πλεονεκτήματος που πηγάζει από τα χαρακτηριστικά του προορισμού Nepal και Chipeniuk (2005)

Επιχειρηματικότητα

- Στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (χρηματοδότηση, φορολογικά κίνητρα, συμβουλευτικές υπηρεσίες, κτλ.) Li, Ryan, και Cave (2016); Kline et al. (2015); Banki και Ismail (2015); McCamley και Gilmore (2017); Pyke al. (2016); Potts, (2010); Singh και Mishra (2004); Novelli, Schmitz και Spencer (2006); Nepal (2002)
- Υποστήριξη στην επιχειρηματικότητα που σέβεται το περιβάλλον Potts, T. (2010)
- Θερμοκοιτίδα για τοπικές επιχειρήσεις Potts, T. (2010)
- Ανάπτυξη ενός συστήματος benchmarking για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων Potts, T. (2010)
- Παροχή κινήτρων σε δίκτυα επιχειρήσεων Pyke al. (2016); Potts, T. (2010)
- Εξειδίκευση τοπικών επιχειρήσεων Alberti και Giusti D. (2012)
- Δημιουργία σταθερού και σαφώς οριοθετημένου θεσμικού και νομικού πλαισίου λειτουργίας των επιχειρήσεων Chen και Li (2017)

-
- Αναβίωση παραδοσιακών δραστηριοτήτων Nepal και Chipeniuk (2005)
 - Προώθηση τουριστικών προϊόντων Chen και Li (2017); Nepal και Chipeniuk (2005) Singh και Mishra (2004); Cohen και Ben-Nun (2009); Nepal (2002)
 - (εργόχειρα, βιοτεχνικά είδη, χειροτεχνίες κτλ.) που συνδέονται με τον προορισμό

Λοιποί παράγοντες

- Καθαριότητα χώρων Novelli, Schmitz και Spencer (2006)
- Εκπτώτικα κουπόνια για υγιεινά προϊόντα Novelli, Schmitz και Spencer (2006)
- Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής. Singh και Mishra (2004); Getz και Brown (2006)
- Σχετικά καλό επίπεδο τιμών για να εξυπηρετεί κατηγορίες τουριστών μεσαίου εισοδήματος Singh και Mishra (2004); Getz και Brown (2006)
- Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας Bentley, Page και Macky (2007)
- Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο Nicula, Spanu και Neagu (2013)
- Τεχνολογικές υποδομές και μικρής κλίμακας τεχνολογική καινοτομία Borseková, Vaňová, Vitálišová (2016); Nepal και Chipeniuk (2005); Rendleman et al. (2016)

Παράγοντες που σχετίζονται με το προϊόν του κρασιού (οινοποιητικός τουρισμός)

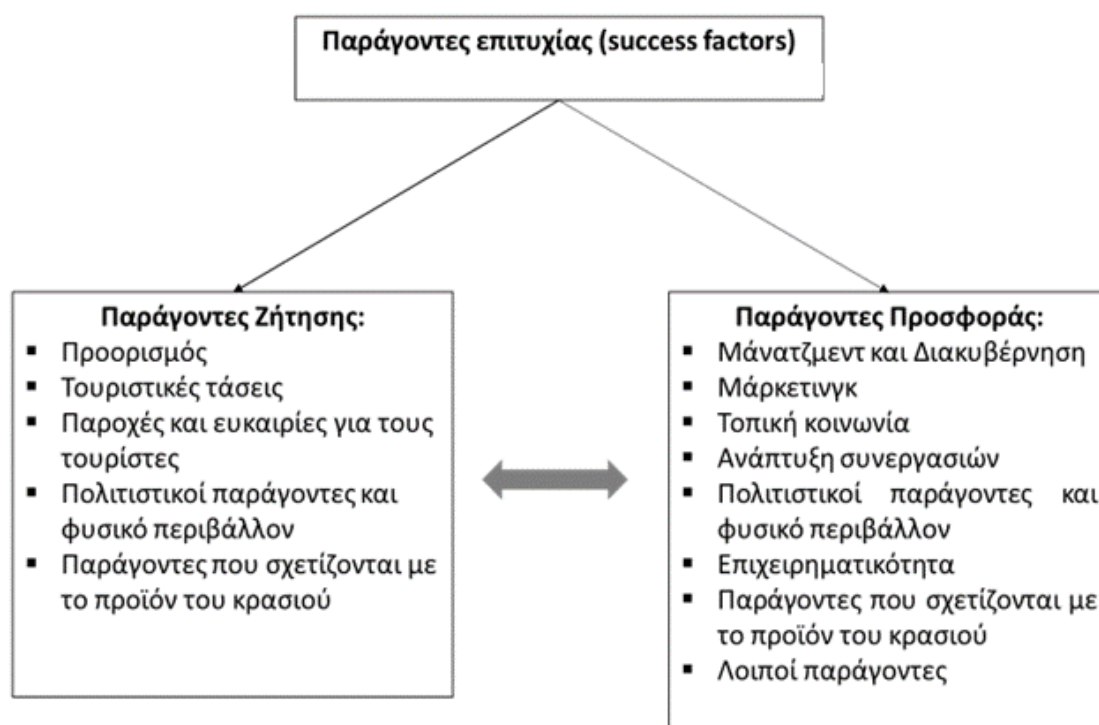
- Οργάνωση οινικών διαδρομών Getz και Brown (2006); Hall, Mitchell και Sharples (2003); Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009)
- Δημιουργία τουριστικών πακέτων που θα στηρίζουν τον βιώσιμο και οινοποιητικό τουρισμό Getz και Brown (2006); Galloway et al. (2013)

-
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – Επαρκείς γνώσεις και κατάρτιση του προσωπικού των οινοποιείων – Φροντίδα και συστηματική καλλιέργεια των αμπελώνων και οπωρώνων και αποδοχή από την κοινωνία του σημαντικού ρόλου που παίζουν για την τοπική οικονομία – Υποστήριξη της τοπικής οινοποιητικής δραστηριότητας (ευνοϊκά φορολογικά μέτρα, επιδοτήσεις κτλ.) – Προβολή των τοπικών προϊόντων και σύνδεση τους με τις οινοποιητικές και γαστρονομικές δραστηριότητες – Προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας των τοπικών προϊόντων διατροφής (ΠΟΠ και ΠΓΕ) – Γευσιγνωσία κρασιού – Παραγωγή σπάνιων εκλεκτών κρασιών – Ποικιλίες σταφυλιών στον προορισμό | <p>Getz και Brown (2006); Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009)</p> <p>Poitras και Donald (2006)</p> <p>Poitras και Donald (2006); Jones, Singh και Hsiung (2015); Rendleman et al. (2016)</p> <p>Hall, Mitchell και Sharples (2003); Cohen και Ben-Nun (2009)</p> <p>Hall, Mitchell και Sharples (2003)</p> <p>Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Rendleman et al. (2016)</p> <p>Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Jones, Singh και Hsiung (2015)</p> <p>Galloway et al. (2013); Byrd et al. (2016)</p> |
|--|--|
-

4.3 Συμπεράσματα κεφαλαίου

Από την παράθεση των παραγόντων επιτυχίας του βιώσιμου τουρισμού δύο είναι τα σημεία τα οποία είναι άξια αναφοράς. Πρώτον, οι παράγοντες προσφοράς και ζήτησης αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους, παρέχοντας κατευθύνσεις προς τους αρμόδιους φορείς προς τα πού πρέπει να κινηθεί η τουριστική ανάπτυξη (διάγραμμα 4.5). Για παράδειγμα, η τάση των τουριστών να επισκεφθούν μέρη με πλούσια πολιτιστική παράδοση καλεί τους επαγγελματίες να αναδείξουν την ταυτότητα της περιοχής τους με στόχο να αυξήσουν τον αριθμό των αφίξεων. Δεύτερον, οι παράγοντες προσφοράς που αναφέρονται στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία είναι σημαντικά περισσότεροι από αυτούς της ζήτησης. Πιθανώς αυτό να οφείλεται στο

γεγονός ότι από την πλευρά της προσφοράς εμπλέκονται περισσότερες ομάδες επαγγελματιών όπως ξενοδόχοι, εργαζόμενοι σε αναπτυξιακούς φορείς, ταξιδιωτικοί πράκτορες κτλ., απ' ότι στη ζήτηση που εμπλέκονται κυρίως οι τουρίστες.



Διάγραμμα 4.5: Κατηγοριοποίηση παραγόντων επιτυχίας του βιώσιμου τουρισμού

Λαμβάνοντας υπόψη τις επιτυχημένες στρατηγικές που εφαρμόστηκαν σε άλλους προορισμούς, τα αποτελέσματα της επισκόπησης αναμένεται να βοηθήσουν τους τοπικούς αναπτυξιακούς και τουριστικούς φορείς της Ηπείρου να σχεδιάσουν και να υιοθετήσουν τακτικές που θα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής τους, τονώνοντας έτσι την τοπική οικονομία, που βρίσκεται σε υστέρηση σε σχέση με τις άλλες περιφέρειες της ΕΕ (βλέπε κεφάλαιο 2), και προσφέροντας μια εναλλακτική επιλογή ανάπτυξης της χώρας σε εποχές διαρκούς οικονομικής αστάθειας. Σε αυτό το πλαίσιο διαμορφώνονται τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποιοι παράγοντες θεωρούνται σημαντικοί για την ανάπτυξη και υποστήριξη του ορεινού βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο από την πλευρά της ζήτησης (κίνητρα τουριστών);

-
- Ποια είναι τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών που επισκέπτονται την Ήπειρο σε σχέση με αυτούς τους παράγοντες;
 - Ποια η σχέση ανάμεσα στα κίνητρα και τα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο;
 - Διαφοροποιούνται τα κίνητρα των επισκεπτών ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση);
 - Διαφοροποιούνται τα επίπεδα ικανοποίησης των επισκεπτών από την εμπειρία τους στην Ήπειρο ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση);

Φεύγοντας από το στενό πλαίσιο της Ηπείρου, οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας που αναφέρονται στη βιβλιογραφία μπορούν να προσαρμοστούν και σε άλλους προορισμούς, με βάση τα τοπικά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

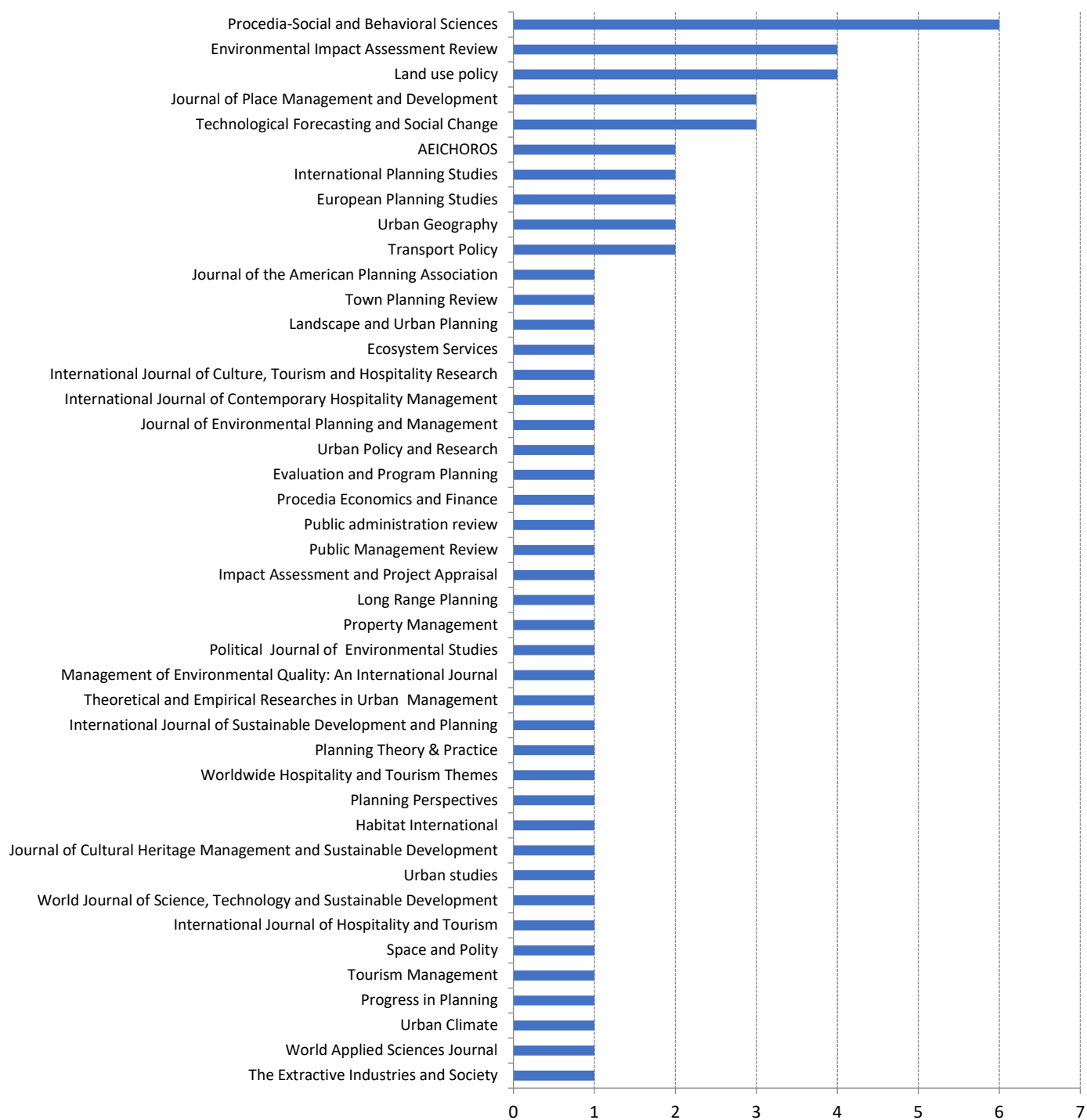
Κεφάλαιο 5: Στρατηγικός Σχεδιασμός (ΣΣ) και Περιφερειακή ανάπτυξη

5.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται μια αναλυτική ανασκόπηση της ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας που σχετίζεται με την εφαρμογή του Στρατηγικού Σχεδιασμού (ΣΣ) σε διαφορετικά πεδία της περιφερειακής ανάπτυξης. Για την εύρεση των δημοσιεύσεων που αναλύθηκαν στο κεφάλαιο αυτό, χρησιμοποιήθηκαν βάσεις δεδομένων όπως οι: Business Source Complete (EBSCOhost), Science direct, Academic Search Premier, Emerald Insight, J Stor, Hospitality & Tourism Complete, Taylor and Francis Journals online, Sage Journals Online, καθώς και το Google Scholar. Οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την αναζήτηση επιστημονικών δημοσιεύσεων ήταν: «στρατηγικός σχεδιασμός», «περιφερειακή ανάπτυξη», «ανάπτυξη πόλεων», «τουριστική ανάπτυξη», «περιφερειακός σχεδιασμός» και «στρατηγικός αστικός σχεδιασμός» ('strategic planning', 'regional development', 'city development', 'tourism development', 'regional planning' και 'strategic urban planning'). Οι λέξεις-κλειδιά έπρεπε να εμφανίζονται στον τίτλο ή/και στην περίληψη των περιοδικών προκειμένου να συμπεριληφθούν στην ανάλυση. Οι δημοσιεύσεις στις οποίες το κύριο θέμα τους δεν ήταν συναφές με τον στρατηγικό σχεδιασμό και την περιφερειακή ανάπτυξη αποκλείστηκαν από την ανασκόπηση.

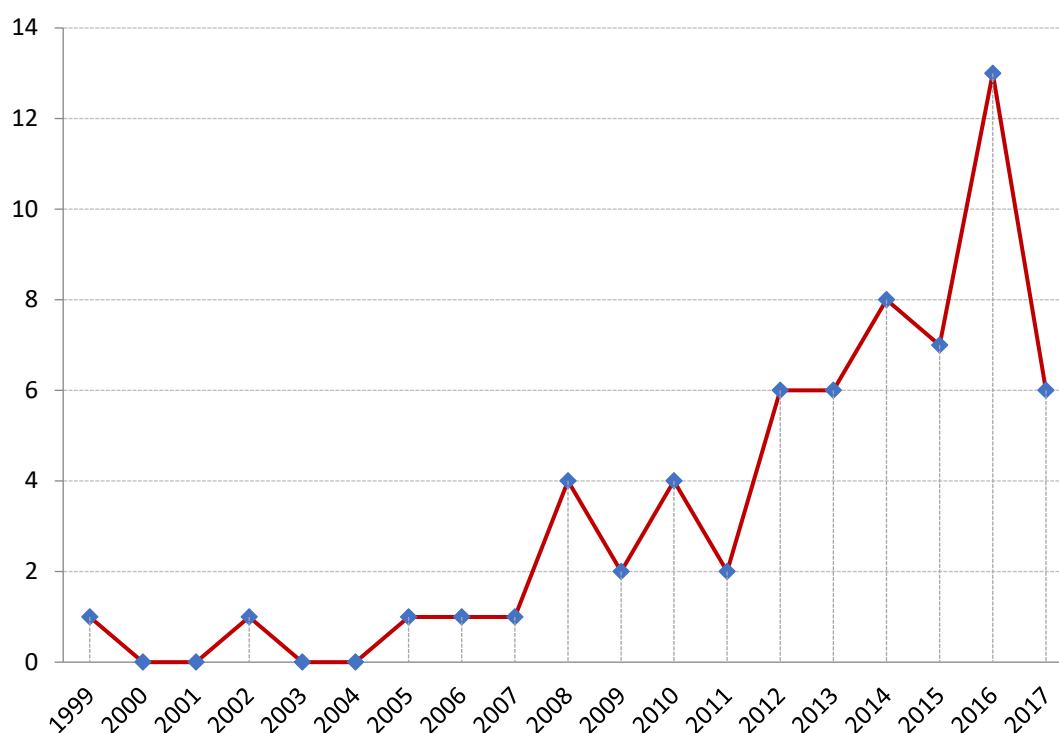
Συνολικά, στην ανασκόπηση αυτή συμπεριλήφθηκαν 63 ακαδημαϊκές μελέτες, οι οποίες δημοσιεύθηκαν σε έγκριτα επιστημονικά περιοδικά όπως τα: International Planning Studies, European Planning Studies, Urban Policy and Research, Planning Theory & Practice, Town Planning Review, Planning Perspectives, Journal of Environmental Planning and Management, Tourism and Hospitality Research, Journal of Place Management and Development and Urban studies, Journal of the American Planning Association, Tourism Management, Journal of Place Management and Development, International Journal of Sustainable Development and Planning,

Transport Policy, Environmental Impact Assessment Review, Technological Forecasting and Social Change, Evaluation and Program Planning, Habitat International, Land use policy, Procedia Social and Behavioral Sciences, Urban Geography, κτλ. (βλέπε διάγραμμα 5.1).



Διάγραμμα 5.1: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση το περιοδικό (Journal)

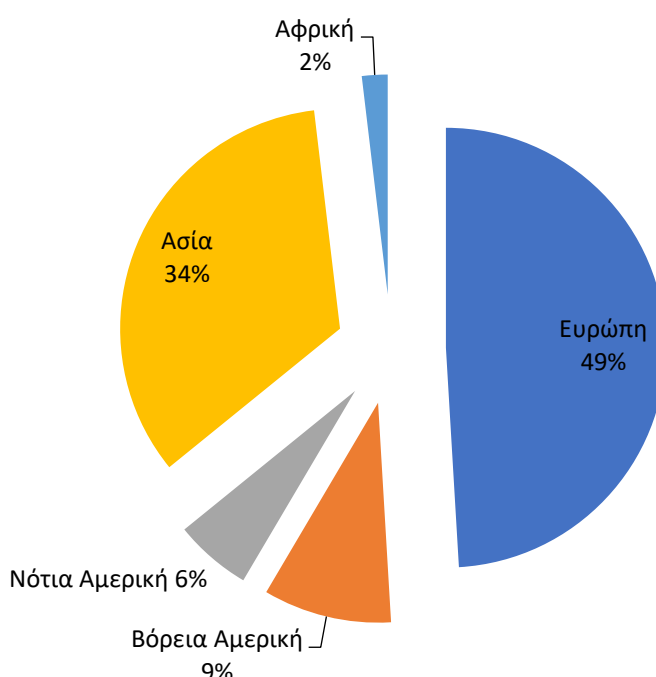
Παράλληλα, ο χρόνος των δημοσιεύσεων κυμάνθηκε από το 1999 έως το 2017. Οι περισσότερες εργασίες δημοσιεύθηκαν μετά το 2008, παρέχοντας στην ανασκόπηση επικαιροποιημένες επιστημονικές πληροφορίες (βλ. διάγραμμα 5.2). Το 2016 ήταν το έτος δημοσίευσης των περισσότερων μελετών (13), ακολουθούμενο από το 2014 (8) και το 2015 (7). Ωστόσο, μετά το 2011 ο αριθμός των δημοσιεύσεων αυξήθηκε, γεγονός που υποδηλώνει ότι η συσχέτιση μεταξύ Στρατηγικού σχεδιασμού και Περιφερειακής ανάπτυξης είναι ένα θέμα που συζητήθηκε στον ακαδημαϊκό κόσμο τα τελευταία χρόνια.



Διάγραμμα 5.2: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση το χρόνο

Στα άρθρα που αναλύθηκαν, χρησιμοποιήθηκαν διαφορετικές περιφέρειες από όλο τον κόσμο ως μελέτες περίπτωσης, αποκαλύπτοντας την ευρεία και διεθνή εφαρμογή του στρατηγικού σχεδιασμού στην περιφερειακή ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, το 49 % των μελετών βασίστηκε σε ευρωπαϊκές περιοχές, το 34 % αφορούσε την Ασία, το 9 % τη Βόρεια Αμερική και το 6 % τη Νότια Αμερική (βλ. διάγραμμα 5.3). Φαίνεται λοιπόν ότι η Ευρώπη είναι η ήπειρος που εφαρμόζει την περιφερειακή θεωρία και τη θεωρία του σχεδιασμού περισσότερο από τις άλλες. Αυτό αποκαλύπτει επίσης τις πολιτικές προσεγγίσεις και τις στρατηγικές συνοχής που

συστηματικά εφαρμόζει η ΕΕ για την επίτευξη της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης (Πετράκος και Ψυχάρης, 2004; 2016).

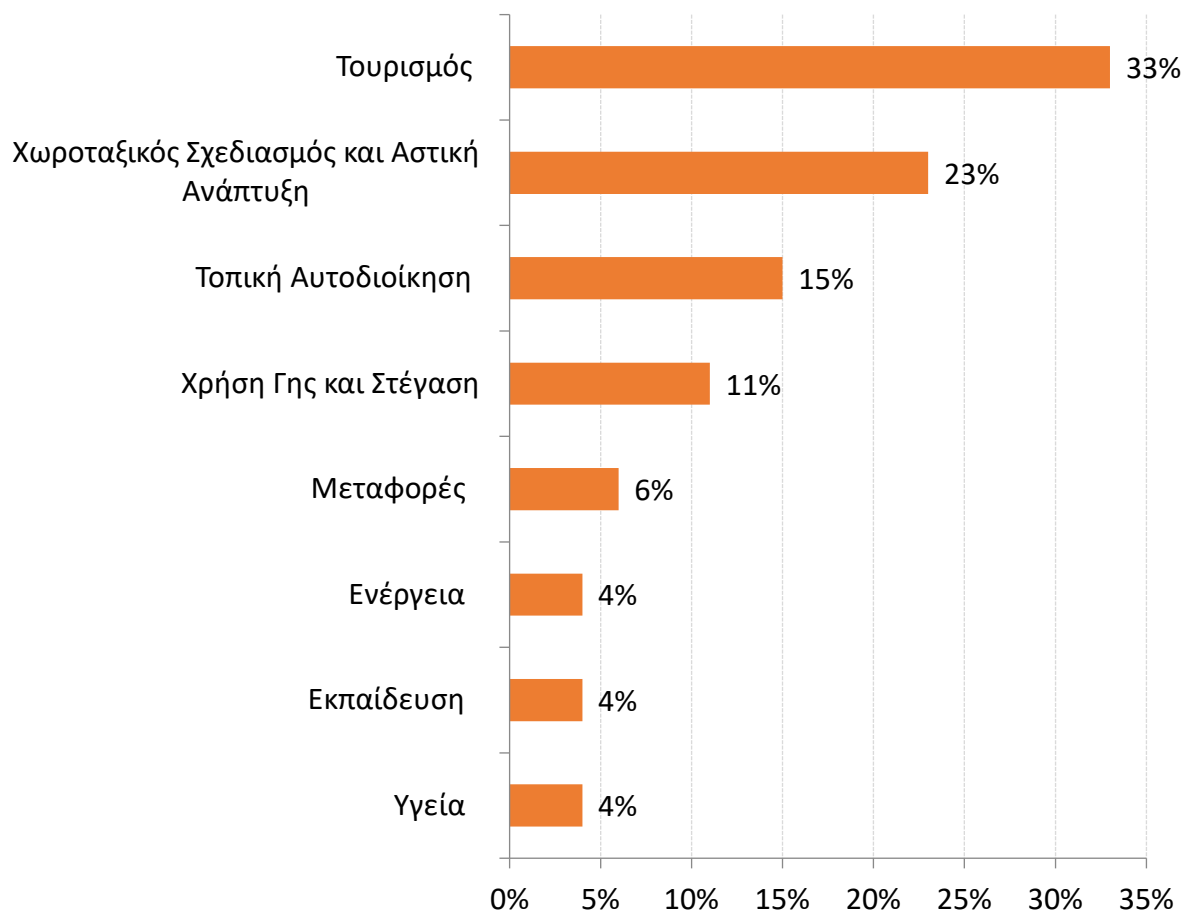


Διάγραμμα 5.3: Ταξινόμηση των άρθρων με βάση τη γεωγραφική περιοχή μελέτης (ανά Ήπειρο)

Επιπρόσθετα, τα άρθρα και οι βέλτιστες πρακτικές του ΣΣ που οδηγούν στην Περιφερειακή Ανάπτυξη ταξινομήθηκαν σε 8 θεματικά πεδία, ήτοι: 1) Χωροταξικός Σχεδιασμός και Αστική Ανάπτυξη, 2) Τουρισμός, 3) Μεταφορές, 4) Υγεία, 5) Εκπαίδευση, 6) Ενέργεια, 7) Στεγαστική πολιτική και 8) Τοπική Αυτοδιοίκηση. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.4, οι περισσότερες δημοσιεύσεις αφορούσαν την τουριστική ανάπτυξη (33%), την αστική ανάπτυξη (23%) και την τοπική διακυβέρνηση (15%). Για κάθε τομέα προσδιορίστηκε ο αριθμός των βέλτιστων πρακτικών, η συνολική επίδραση του ΣΣ στην τοπική ανάπτυξη και τα εμπόδια και οι περιορισμοί που παρουσιάστηκαν στην εφαρμογή του (βλ. διάγραμμα 5.5).

Τέλος, δημιουργήθηκαν πίνακες για την απεικόνιση των αποτελεσμάτων της ανασκόπησης στα πρότυπα των Li, Ryan και Cave (2016) και Lee et al. (2008). Ειδικότερα, οι πίνακες βελτιώνουν την παρουσίαση, κωδικοποιούν τα αποτελέσματα

σε μεγάλες κατηγορίες σύμφωνα με τους στόχους της μελέτης, επιτρέπουν συγκρίσεις με ευρήματα παρόμοιων εργασιών και διευκολύνουν τη διαδικασία διατύπωσης προτάσεων και βελτιώσεων.



Διάγραμμα 5.4: Κατανομή των άρθρων ανά τομέα (σε %)

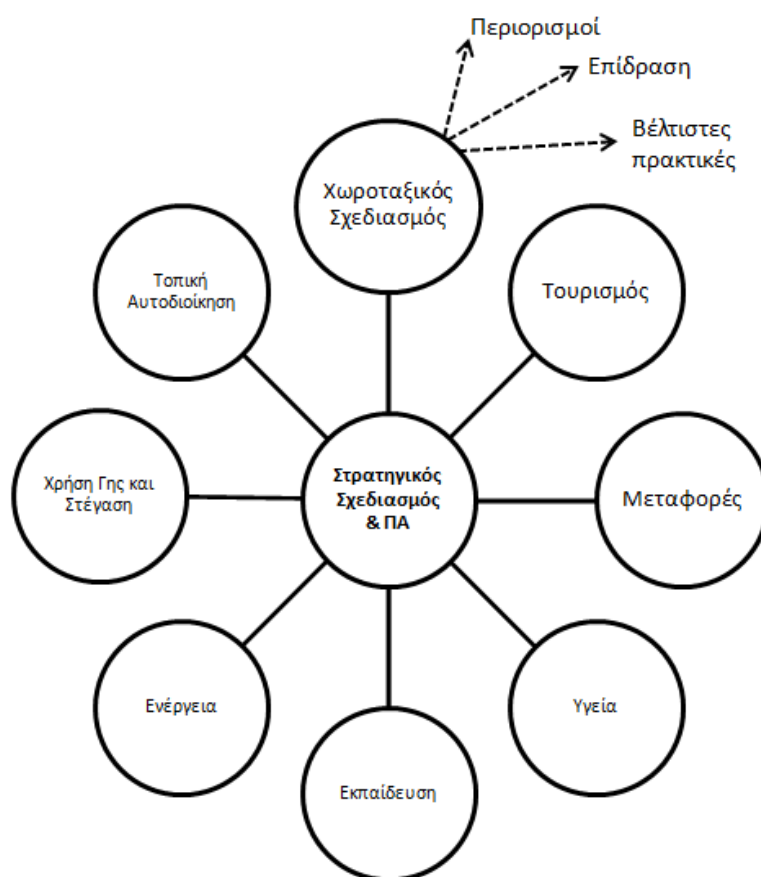
5.2 Η έννοια του Στρατηγικού Σχεδιασμού

Ο στρατηγικός σχεδιασμός ως έννοια προέρχεται από την ορολογία των στρατιωτικών επιστημών (Μεταξάς και Λαλένης, 2006; Fifield, 2007) και αργότερα υιοθετήθηκε από τις διοικητικές, οικονομικές και περιφερειακές επιστήμες. Στη βιβλιογραφία παρατίθενται αρκετοί ορισμοί του ΣΣ. Ενδεικτικά, οι Kotler και Keller (2006, σελ. 76) ορίζουν τον στρατηγικό σχεδιασμό ως:

«Η διαδικασία που οδηγεί στη δημιουργία και τη διατήρηση μιας βιώσιμης εναρμόνισης ανάμεσα στους αντικειμενικούς στόχους, τις δεξιότητες, και τους πόρους ενός τόπου με τις μεταβαλλόμενες ευκαιρίες της αγοράς»

Στο ίδιο μήκος κύματος, οι Ocasio και Joseph (2008) ορίζουν τον στρατηγικό σχεδιασμό ως:

«...τη διαδικασία καθορισμού σαφών στόχων και επιλογής μιας μελλοντικής και συστηματικής πορείας δράσης για την επίτευξή τους».



Διάγραμμα 5.5: Μεθοδολογία ανασκόπησης

Οι Johnson, Scholes και Whittington (2011) συμπληρώνουν ότι η έννοια του ΣΣ πηγάζει από τον γενικό ορισμό και έννοια της στρατηγικής. Στην έννοια της στρατηγικής σημασία έχει πρώτον η μακροχρόνια προσέγγιση και δεύτερον η αξιοποίησή των ευκαιριών που παρουσιάζονται σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Σε σχέση λοιπόν με τα παραπάνω, οι στρατηγικές αποφάσεις έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: α) πολυπλοκότητα, β) αβεβαιότητα, γ) επιχειρησιακή

χρησιμότητα, δ) μακροπρόθεσμη προσέγγιση, ε) σαφείς και οριοθετημένους στόχους, ε) επίτευξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων μέσω της ανάλυσης του οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος και στ) αξία για τα ενδιαφερόμενα μέρη (Johnson et al., 2008; McDonald, 1999).

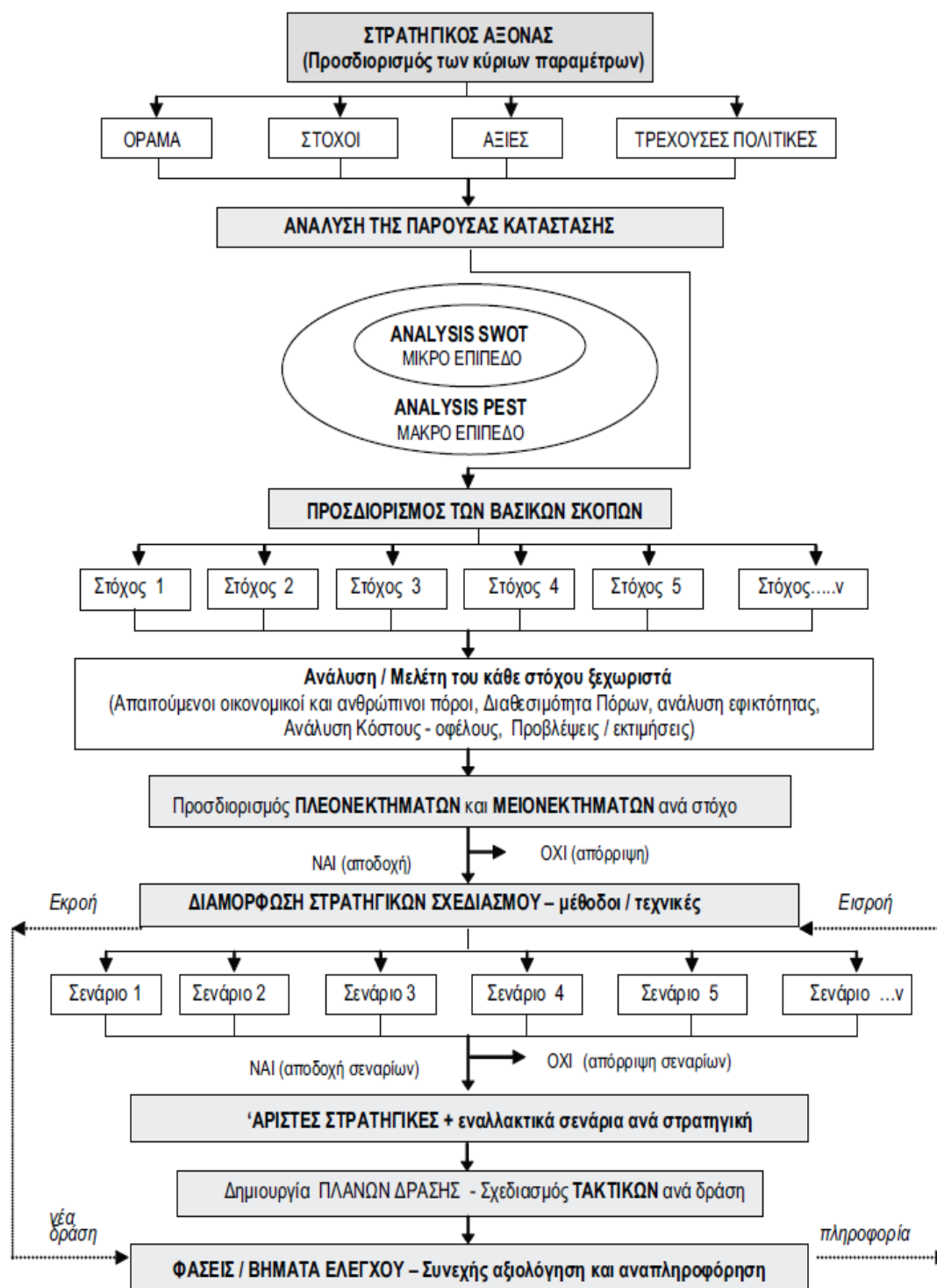
Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Mintzberg (1994) υπογραμμίζει τις κρίσιμες διαφορές μεταξύ του στρατηγικού σχεδιασμού και της στρατηγικής σκέψης. Ο στρατηγικός σχεδιασμός αναφέρεται στην ανάλυση ενώ η στρατηγική σκέψη στη σύνθεση. Κατά συνέπεια, η στρατηγική σκέψη αποτελεί προϋπόθεση για την ανάπτυξη ενός στρατηγικού σχεδίου. Τέλος, ο Doyle (2000) αναφέρει ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι μια πρακτική που μπορεί να βοηθήσει τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να διευκολύνουν και να επιταχύνουν την όποια διαδικασία αλλαγής. Δεδομένου ότι η αλλαγή είναι αναπόφευκτη, η σημασία του αποκτά κρίσιμη σημασία.

Συμπερασματικά, η στρατηγική και ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι έννοιες, οι οποίες βοηθούν περιοχές και οργανισμούς να χαράξουν τη μελλοντική τους πορεία, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες, τις ευκαιρίες και τις απειλές που υπάρχουν στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται.

5.3 Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού

Στο διάγραμμα 5.6 παρουσιάζεται η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού όπως την ανέπτυξε σε ένα ολοκληρωμένο μοντέλο ο Μεταξάς (2002). Ειδικότερα, στην αρχή του σχεδίου θα πρέπει να προσδιοριστούν οι κύριες παράμετροι και ο στρατηγικός άξονας του σχεδίου. Από αυτούς τους άξονες θα προκύψουν το όραμα, η αποστολή, οι αξίες και οι τρέχουσες πολιτικές της διαδικασίας σχεδιασμού. Βασικά στοιχεία της διαδικασίας του ΣΣ είναι η διενέργεια αναλύσεων SWOT και PEST. Η ανάλυση PEST αναφέρεται στη διερεύνηση των πολιτικών, οικονομικών, κοινωνικών και τεχνολογικών πτυχών του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Από την άλλη πλευρά, η ανάλυση SWOT βοηθά στον εντοπισμό των Δυνατών Σημείων, Αδυναμιών, Ευκαιριών και Απειλών που αντιμετωπίζει ένας οργανισμός ή μια περιοχή. Τα ευρήματα των αναλύσεων οδηγούν στον καθορισμό του κύριου πεδίου εφαρμογής του σχεδίου και στην ανάπτυξη στρατηγικών και σεναρίων για την επίτευξη των στόχων αυτών. Όπως

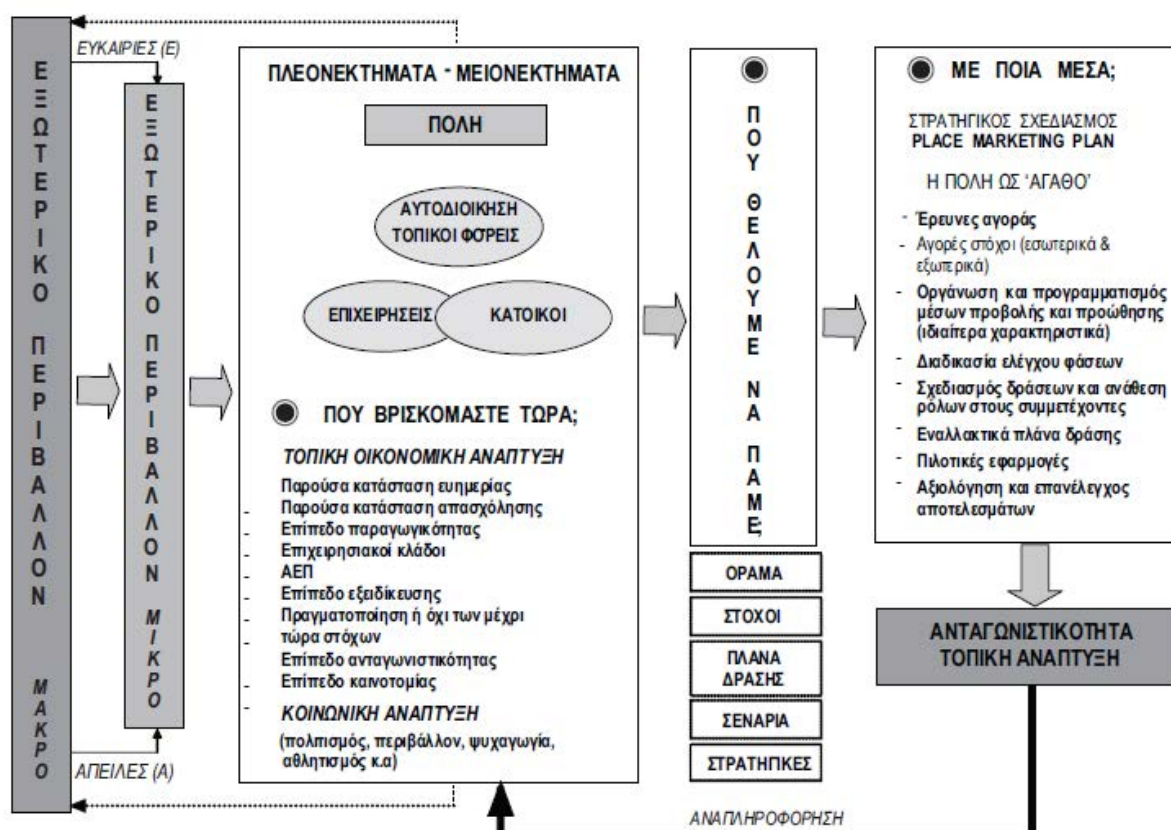
αναφέρει ο Μεταξάς (2002; 2005), κάθε στόχος θα πρέπει να αξιολογείται ξεχωριστά με τη χρήση εργαλείων όπως η ανάλυση σκοπιμότητας, η ανάλυση κόστους-οφέλους, οι εκτιμήσεις προβλέψεων κ.λπ. Τέλος, η τελευταία φάση του ΣΣ περιλαμβάνει τη συνεχή αξιολόγηση, τον έλεγχο και την ανατροφοδότηση.



Διάγραμμα 5.6: Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού, Πηγή: Metaxas (2002)

Εν ολίγοις, το μοντέλο που παρουσίασε ο Μεταξάς (2002) έρχεται σε συμφωνία, και πιθανώς πηγάζει, από τα μοντέλα των Kotler et al. (2002), Kotler και Keller (2006), McDonald (1999; 2002), Nieboer (2011), Ferrell και Hartline (2011) και Mintzberg et al. (1998), οι οποίοι διακρίνουν 5 βασικά βήματα στη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού, ήτοι: 1) ανάλυση του περιβάλλοντος και ανάλυση της τρέχουσας κατάστασης, 2) καθορισμός των στόχων, 3) διεξαγωγή ανάλυσης SWOT, 4) ανάπτυξη υποθέσεων και σεναρίων και 5) έλεγχος, μέτρηση και ανατροφοδότηση.

Το μοντέλο που παρουσιάζεται στο διάγραμμα 5.6 έχει αναπτυχθεί κυρίως για οργανισμούς. Θεωρώντας τις πόλεις και τις περιφέρειες ως «αγαθά», το μοντέλο μπορεί να προσαρμοστεί και να τροποποιηθεί όπως παρουσιάζεται στο διάγραμμα 5.7. Πιο συγκεκριμένα, η προσαρμογή αυτή δείχνει πως τα κύρια εργαλεία του ΣΣ μπορούν να οδηγήσουν μια πόλη ή μια περιοχή στην ενίσχυση της ανταγωνιστικής της θέσης και στην τοπική οικονομική ανάπτυξη.



Διάγραμμα 5.7: Η διαδικασία του Στρατηγικού Σχεδιασμού για περιοχές και Περιφέρειες, *Πηγή: Metaxas (2005)*

5.4 Χωροταξικός σχεδιασμός και ΣΣ

Ξεκινώντας την ανάλυση ανά πεδίο, ο πίνακας 5.1 απεικονίζει τις βασικές πτυχές της σχέσης μεταξύ του στρατηγικού σχεδιασμού, του χωροταξικού σχεδιασμού και της αστικής ανάπτυξης. Αναλυτικότερα, ο πίνακας παρουσιάζει τις θετικές επιπτώσεις, τις πολιτικές και τις βέλτιστες πρακτικές που αναφέρονται στη βιβλιογραφία στο πλαίσιο εφαρμογής του ΣΣ, οι οποίες οδηγούν στην αστική ανάπτυξη καθώς και τις αδυναμίες και τις ελλείψεις του. Αναδείχθηκαν εννέα θετικές επιπτώσεις που σχετίζονται με: την οικονομική ανάπτυξη, τη δημιουργία δικτύων πόλεων, την αποτελεσματική χρήση των δημόσιων χώρων στα αστικά κέντρα, τη δημιουργία πράσινων υποδομών, τη βελτίωση της ποιότητας ζωής κ.λπ. Επιπλέον, προσδιορίστηκαν 29 βασικές πολιτικές, αποκαλύπτοντας την ευρεία συζήτηση που υπάρχει στη βιβλιογραφία σχετικά με τη συμβολή του ΣΣ στην αστική ανάπτυξη.

Ενδεικτικά, οι σημαντικότερες από αυτές ήταν: η συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, η συνεργασία μεταξύ γειτονικών πόλεων που ανήκουν στην ίδια περιφέρεια, η δημιουργία δημόσιων χώρων και πράσινων δικτύων στο εσωτερικό των πόλεων, η χρήση βιώσιμων και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η συμμετοχή τοπικών πανεπιστημίων, ερευνητικών κέντρων και τοπικών αναπτυξιακών φορέων στη διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού κ.ά.

Πίνακας 5.1: Αστική ανάπτυξη και στρατηγικός σχεδιασμός: Επίδραση, βέλτιστες πρακτικές και εμπόδια

Αστική ανάπτυξη και Στρατηγικός σχεδιασμός	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Δημιουργία δικτύων πόλεων (City networks)	Meijers, Hoekstra and Aguado (2008)
Αποτελεσματική αστική διακυβέρνηση	Tsenkova (2007); Partidário et al. (2008)
Οικονομική ανάπτυξη	Tsenkova (2007); Partidário et al. (2008); Xu (2008)
Αστική ανάπλαση	Lee et al (2016)
Ανάπτυξη του ανθρώπινου κεφαλαίου της πόλης	Partidário et al. (2008)
Δημιουργία πράσινων υποδομών στις πόλεις	Young (2011); Kim (2014); Xu (2008)

Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της πόλης	Cavenago and Trivellato (2010); Metaxas (2010)
Βελτίωση της ποιότητα ζωής	Cavenago and Trivellato (2010)
Αποτελεσματική χρήση δημόσιων χώρων	Xu (2008)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
- Συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών επιπέδων διακυβέρνησης και μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων (Θεσμική συνεργασία)	Percoco (2016); Partidário et al. (2008); Cavenago and Trivellato (2010)
- Συνεργασία μεταξύ (γειτονικών) πόλεων (αντί για ανταγωνισμό) – City networking	Meijers, Hoekstra and Aguado (2008); Lee et al. (2016); Xu (2008)
- Βελτίωση των υποδομών που συνδέουν γειτονικές πόλεις.	Meijers, Hoekstra and Aguado (2008)
- Δημιουργία χώρων και δικτύων πρασίνου στο εσωτερικό των πόλεων/ βελτίωση της ποιότητας του φυσικού περιβάλλοντος.	Meijers, Hoekstra and Aguado (2008); Kim (2014); Searle (2013); Lee et al. (2016); Young (2011)
- Δημιουργία δημόσιων χώρων που επιτρέπουν ποικίλες κοινωνικές δραστηριότητες.	Meijers, Hoekstra and Aguado (2008); Searle (2013); Lee et al. (2016); Kim (2014); Xu (2008)
- Δημιουργία ευνοϊκού επιχειρηματικού κλίματος που επιτρέπει την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.	Tsenkova (2007)
- Αξιοποίηση του κοινωνικού κεφαλαίου της πόλης.	Tsenkova (2007)
- Δημιουργία συμπράξεων για τη στήριξη της τοπικής οικονομίας.	Tsenkova (2007)
- Επένδυση σε υποδομές για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών (θέρμανση, ύδρευση και αποχέτευση, ολοκληρωμένο δίκτυο μεταφορών).	Tsenkova (2007); Searle (2013)
- Βελτίωση των κοινωνικών υπηρεσιών (υγειονομική περίθαλψη, εκπαίδευση, κτλ.).	Tsenkova (2007)
- Διατήρηση της ζωτικότητας του κέντρου της πόλης.	Tsenkova (2007); Searle (2013)
- Αναζωογόνηση των υφιστάμενων δευτερευόντων κέντρων.	Tsenkova (2007)
- Χωροταξικός σχεδιασμός με βάση την ισορροπία στην κοινωνική και οικονομική ζωή της πόλης.	Tsenkova (2007)

- Βελτίωση της ποιότητας των υπαρχουσών κατοικιών στην πόλη.	Tsenkova (2007); Searle (2013)
- Βιώσιμη χρήση των περιβαλλοντικών πόρων.	Tsenkova (2007); Searle (2013); Partidário et al. (2008); Xu (2008)
- Έμφαση στην επικοινωνία με τους πολίτες.	Tsenkova (2007)
- Εξασφάλιση προσβασιμότητας στους ανοιχτούς δημόσιους χώρους.	Lee et al. (2016)
- Δημιουργία ποδηλατοδρόμων.	Lee et al. (2016)
- Προώθηση και προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς της πόλης.	Lee et al. (2016)
- Αξιολόγηση και έλεγχος της αποτελεσματικότητας του ΣΣ	Partidário et al. (2008)
- Χρήση διαφορετικών πηγών χρηματοδότησης	Young (2011)
- Ενθάρρυνση της κοινωνίας και των πολιτών να έχουν ενεργό ρόλο στη διαδικασία σχεδιασμού.	Cavenago and Trivellato (2010)
- Προσδιορισμός χωροταξικών ζωνών για διαφορετικές χωρικές πολιτικές (μητροπολιτική ζώνη, ελεύθεροι χώροι, ζώνες οικολογικής ευαισθησίας, κτλ.)	Xu (2008)
- Βιώσιμη χρήση γης.	Xu (2008)
- Στρατηγικές για τη βιώσιμη χρήση της ενέργειας και των ορυκτών πόρων.	Xu (2008)
- Εφαρμογή στρατηγικών place marketing για την προσέλκυση επενδύσεων.	Metaxas (2010)
- Συμμετοχή τοπικών πανεπιστημίων, ερευνητικών κέντρων και τοπικών αναπτυξιακών φορέων στη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού.	Cavenago and Trivellato (2010)
Εμπόδια και αδυναμίες (-)	
- Ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι σκόπιμα απλοϊκός και αποτελεί τον ιδεολογικό μανδύα για τη δικαιολόγηση μεγάλων έργων αστικής ανάπτυξης.	Lauermann (2016)
- Ο στρατηγικός σχεδιασμός λειτουργεί ως πρακτική για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένων οικονομικών συμφερόντων.	Lauermann (2016)
- Οι ταχείες μεταβολές στο οικονομικό περιβάλλον καθιστούν τον ΣΣ παρωχημένο.	Gu, Wei and Cook (2015)
- Πέντε είναι τα κύρια εμπόδια του στρατηγικού σχεδιασμού: α) συγκεντρωτισμός στον αστικό σχεδιασμό, β) μικρή συμμετοχή της κοινότητας, γ)	Maghsoodi Tilaki and Hedayati (2015)

περιορισμένοι οικονομικοί πόροι δ) δυσκολία του συντονισμού μεταξύ των φορέων και ε) πολύπλοκο νομικό πλαίσιο.

5.5 Τουριστική Ανάπτυξη και ΣΣ

Στο ίδιο μήκος κύματος, ο πίνακας 5.2 δείχνει τον αντίκτυπο και τις βασικές πολιτικές του ΣΣ που οδηγούν στην τοπική τουριστική ανάπτυξη. Ομοίως με την αστική ανάπτυξη, τα θετικά αποτελέσματα της εφαρμογής του ΣΣ στον χώρο του τουρισμού είναι εννέα, ήτοι: επίτευξη τοπικής οικονομικής ανάπτυξης, μεγαλύτερη οικονομική ισότητα, μείωση της ανεργίας, στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ), αυξημένη ικανοποίηση των τουριστών, βελτίωση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας, περιβαλλοντική βιωσιμότητα κ.λπ. Σε αυτό το πεδίο εντοπίστηκαν 24 βέλτιστες πρακτικές, οι οποίες επικεντρώθηκαν στην: προώθηση των τοπικών διακριτών χαρακτηριστικών (local distinctive characteristics) κάθε προορισμού, εφαρμογή στρατηγικών place branding, συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, τοπικής αυτοδιοίκησης, πανεπιστημίων, τοπικών αναπτυξιακών φορέων, κτλ. Από την άλλη πλευρά, ερευνητές όπως ο Sotiriadis (2015) ήταν επιφυλακτικοί όσον αφορά τη θετική επίδραση του στρατηγικού σχεδιασμού στην τουριστική ανάπτυξη, αναφέροντας ότι έχει περιορισμένη επιχειρησιακή και διαχειριστική χρησιμότητα.

Πίνακας 5.2: Τουριστική ανάπτυξη και στρατηγικός σχεδιασμός: Επίδραση, βέλτιστες πρακτικές και εμπόδια

Τουριστική ανάπτυξη και Στρατηγικός σχεδιασμός	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Τοπική οικονομική ανάπτυξη.	Ladeiras, Mota and Costa (2010); Spahiu and Kopacek (2010); Risteska, Kocvskia and Arnaudov (2012); Kamble and Bouchon (2014); Sotiriadis (2015); Oliveira (2016); Metaxas

	(2006); Bagautdinova et al. (2012)
Στήριξη στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.	Spahiu and Kopacek (2010)
Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της περιφέρειας.	Risteskia, Kocevskia and Arnaudov (2012)
Μεγαλύτερα επίπεδα ικανοποίησης των επισκεπτών.	Risteskia, Kocevskia and Arnaudov (2012)
Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.	Risteskia, Kocevskia and Arnaudov (2012)
Αύξηση τουριστικών αφίξεων και εσόδων από τον τουρισμό.	Kamble and Bouchon (2014)
Μείωση της ανεργίας.	Kamble and Bouchon (2014)
Δικαιότερη κατανομή των οικονομικών κερδών που προέρχονται από τον τουρισμό.	Kamble and Bouchon (2014)
Αποτελεσματικό Rebranding των αστικών περιοχών.	Carisle et al. (2016)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
- Προώθηση της κουλτούρας, της ταυτότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιφέρειας.	Suet Leng and Badarulzaman (2014) Oliveira (2016); Deffner et al. (2013); Idajati (2014)
- Οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων.	Jamhawi and Hajahjah (2017)
- Χρησιμοποίηση πρακτικών destination marketing (τμηματοποίηση της αγοράς και στόχευση, SWOT, PEST, κτλ.).	Jamhawi and Hajahjah (2017); Lemos, Fischer and Souza (2012); Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012); Risteskia, Kocevskia and Arnaudov (2012); Kamble and Bouchon (2014); Sotiriadis (2015); Metaxas (2006); Suet Leng and Badarulzaman (2014); Carisle et al. (2016)
- Θεσμική οργάνωση.	Jamhawi and Hajahjah (2017)
- Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στη τουριστική προσπάθεια.	Jamhawi and Hajahjah (2017)
- Εξασφάλιση οικονομικής στήριξης σε τοπικό επίπεδο.	Jamhawi and Hajahjah (2017)

-
- Χρήση ποιοτικών προτύπων στις τοπικές τουριστικές υπηρεσίες. Ladeiras, Mota and Costa (2010)
 - Re-branding των προορισμών της περιφέρειας. Επικοινωνία των διακριτών χαρακτηριστικών της περιφέρειας. Ladeiras, Mota and Costa (2010); Oliveira (2016)
 - Εντοπισμός και αποτελεσματική χρήση των κυριότερων καναλιών διανομής για τα τοπικά τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ladeiras, Mota and Costa (2010)
 - Ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών τομέων που συνδέονται με τον τομέα του τουρισμού. Ladeiras, Mota and Costa (2010)
 - Ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων που συμβάλλουν στη μεγαλύτερη συνειδητοποίηση της σημασίας του τουρισμού για την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας. Ladeiras, Mota and Costa (2010)
 - Ανάπτυξη και ενίσχυση συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων, εθνικών και ξένων φορέων τοπικής αυτοδιοίκησης, πανεπιστημίων, οργανισμών τοπικής ανάπτυξης κτλ. Ladeiras, Mota and Costa (2010); Lemos, Fischer and Souza (2012); Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012); Risteskia, Kocevskia and Arnaudov (2012); Sotiriadis (2015); Metaxas (2006); Bagautdinova et al. (2012); Carisle et al. (2016)
 - Έμφαση στην υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην αναπτυξιακή διαδικασία. Spahiu and Kopacek (2010); Monavari et al. (2013)
 - Καθορισμός βασικών αξιών βιωσιμότητας και οράματος για την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο. Lemos, Fischer and Souza (2012)
 - Στόχευση σε αγορές που αναζητούν και υποστηρίζουν τον αειφόρο τουρισμό. Lemos, Fischer and Souza (2012)
 - Χωρική κατανομή της τουριστικής ανάπτυξης /χαρτογράφηση της τουριστικής οικονομίας. Lemos, Fischer and Souza (2012); Oliveira (2016); Monavari et al. (2013); Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012)
 - Επενδύσεις σε υποδομές. Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012); Risteskia, Kocevskia and Arnaudov (2012)

- Θεσμική ενίσχυση / δημιουργία ανεξάρτητου φορέα για το συντονισμό της τουριστικής ανάπτυξης.	Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012); Metaxas (2006); Idajati (2014)
- Επένδυση στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση των ανθρώπων που ασχολούνται με τον τουρισμό.	Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012)
- Ανάπτυξη διαπεριφερειακών συνεργασιών στον τομέα του τουρισμού.	Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012)
- Εξασφάλιση χρηματοδότησης για την ανακαίνιση ολόκληρων ορεινών οικισμών.	Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012)
- Έμφαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (ορεινός τουρισμός, οινοτουρισμός κτλ).	Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012); Sotiriadis (2015); Unalan (2013)
- Ανάπτυξη στρατηγικών για την προσέλκυση επενδύσεων και τη λήψη Ευρωπαϊκών προγραμμάτων (σε περιφερειακό επίπεδο).	Oliveira (2016); Deffner et al. (2013); Carisle et al. (2016); Angelevska-Najdeska and Rakicevik (2012)
- Έμφαση στην κοινωνική οικονομία.	Bagautdinova et al. (2012)
Εμπόδια και αδυναμίες (-)	
- Περιορισμένη επιχειρησιακή και διαχειριστική ικανότητα του ΣΣ	Sotiriadis (2015)

5.6 Μεταφορές και ΣΣ

Ομοίως, ο πίνακας 5.3 παρουσιάζει τα αποτελέσματα και τις βέλτιστες πρακτικές του ΣΣ στο πλαίσιο των μεταφορών. Στην περίπτωση αυτή, ο αριθμός των θετικών επιπτώσεων ήταν σημαντικά μικρότερος. Ωστόσο, τα αποτελέσματα σχετίζονται με την καλύτερη χρήση και την αισθητική αναβάθμιση των δημόσιων χώρων καθώς και με τη βελτιστοποίηση της χρήσης των πόρων. Επιπλέον, εντοπίστηκαν εννέα βασικές στρατηγικές που οδηγούν σε αυτά τα αποτελέσματα, οι οποίες επικεντρώνονται στη βελτίωση της ασφάλειας, της άνεσης, της προσβασιμότητας και της χωρητικότητας των μεταφορικών μέσων, καθώς και σε θέματα οικονομικής διαχείρισης (βελτιωμένος προϋπολογισμός, χρήση βασικών δεικτών απόδοσης, χρήση μοντέλων πρόβλεψης, έλεγχος ποιότητας, κτλ.) και χρήσης πρακτικών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον.

Πίνακας 5.3: Μεταφορές και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση, βέλτιστες πρακτικές και εμπόδια

Μεταφορές και στρατηγικός σχεδιασμός	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Αισθητική αναβάθμιση του δημόσιου χώρου Βελτιστοποίηση των πόρων.	De Luca (2014) Mondragón-Ixtlahuac et al. (2017)
Μεγαλύτερη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση	McGimpsey and Morgan (2013)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
- Βελτίωση της προσβασιμότητας στα μέσα μεταφοράς	De Luca (2014); Burt et al. (2016)
- Μεγαλύτερη ασφάλεια	De Luca (2014); Burt et al. (2016)
- Δημιουργία πιο άνετου περιβάλλοντος για τους επιβάτες.	De Luca (2014)
- Προστασία του περιβάλλοντος	De Luca (2014); McGimpsey and Morgan (2013)
- Αποτελεσματική χρήση οικονομικών κονδυλίων	Mondragón-Ixtlahuac et al. (2017)
- Χρήση δεικτών απόδοσης (KPI)	Mondragón-Ixtlahuac et al. (2017); McGimpsey and Morgan (2013)
- Πρόβλεψη και παρακολούθηση.	McGimpsey and Morgan (2013); Mondragón-Ixtlahuac et al. (2017)
- Ποιοτικός έλεγχος και συμμετοχή του κοινού.	McGimpsey and Morgan (2013)
- Προσωποποιημένες υπηρεσίες (customization)	Burt et al. (2016)
Εμπόδια και αδυναμίες (-)	
- Συγκρούσεις μεταξύ φορέων, οι οποίες περιορίζουν την αποτελεσματικότητα του σχεδιασμού όσον αφορά τη διαχείριση των προβλημάτων της κλιματικής αλλαγής.	Antonson et al. (2016)

5.7 Υγειονομική περίθαλψη και ΣΣ

Τα θετικά αποτελέσματα και οι βέλτιστες πρακτικές του ΣΣ στον χώρο της υγείας συνοψίζονται στον πίνακα 5.4. Παρά τον σχετικά μικρό αριθμό μελετών που αναλύουν τη σχέση μεταξύ ΣΣ και υγειονομικής περίθαλψης, ο αριθμός των θετικών αποτελεσμάτων είναι σχετικά μεγάλος. Οι πιο κρίσιμες θετικές επιπτώσεις δίνουν έμφαση στη βελτίωση της υγείας του πληθυσμού, στην εξοικονόμηση κόστους για το σύστημα υγείας, στην αποτελεσματική διαχείριση των ασθενειών και στη βελτίωση της ποιότητας των περιφερειακών υπηρεσιών υγείας. Ο πίνακας υπογραμμίζει επίσης πέντε στρατηγικές που οδηγούν σε αυτά τα αποτελέσματα, ήτοι: ανάπτυξη βελτιωμένων συστημάτων εφοδιαστικής αλυσίδας για τη διανομή φαρμάκων, επικοινωνία των ζητημάτων που αφορούν τη δημόσια υγεία, ενίσχυση της δραστηριότητας χλωρίωσης σε επίπεδο νοικοκυριών, χρήση προσεγγίσεων σχεδιασμού σεναρίων, κτλ.

Πίνακας 5.4: Υγειονομική περίθαλψη και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές

Υγειονομική περίθαλψη και Στρατηγικός Σχεδιασμός	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Βελτίωση του επιπέδου υγείας των ασθενών	Rupani, Gaonkar and Bhatt (2016)
Αποτελεσματική διαχείριση ασθενειών (disease management)	Rupani, Gaonkar and Bhatt (2016)
Εξοικονόμηση κόστους για το σύστημα υγείας	Edgar et al. (2013)
Εισαγωγή καινοτομιών στο χώρο της υγείας.	Edgar et al. (2013)
Καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών υγείας στην περιφέρεια	Edgar et al. (2013)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
– Χρήση λογισμικού για τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας των φαρμάκων (DLIMS)	Rupani, Gaonkar and Bhatt (2016)
– Ανάπτυξη προγραμμάτων επικοινωνίας για την ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας σχετικά με ζητήματα υγείας.	Rupani, Gaonkar and Bhatt (2016)
– Ανάπτυξη σχεδίων για την προώθηση των βασικών κανόνων υγιεινής.	Rupani, Gaonkar and Bhatt (2016)
– Χρήση τεχνικών scenario planning.	Edgar et al. (2013)

5.8 Εκπαίδευση και ΣΣ

Στον τομέα της εκπαίδευσης η χρήση του σχεδιασμού ήταν πιο περιορισμένη με το βασικό πλεονέκτημα του να αφορά την αποτελεσματικότερη διαχείριση των περιορισμένων πόρων του εκπαιδευτικού συστήματος (βλέπε πίνακα 5.5).

Πίνακας 5.5: Εκπαίδευση και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές

Εκπαίδευση και Στρατηγικός Σχεδιασμός	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Αποτελεσματική διαχείριση των πόρων του εκπαιδευτικού συστήματος	Bontempo, Moscardini and Salles (2015); Fooladvand, Yarmohammadian and Shahtalebi (2015)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
- Ανάλυση περιβάλλοντος (PEST, SWOT, κτλ.)	Bontempo, Moscardini and Salles (2015)
- Σύνδεση της ακαδημαϊκής κοινότητας με την αγορά εργασίας.	Fooladvand, Yarmohammadian and Shahtalebi (2015)
- Αξιολόγηση της λειτουργίας των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων	Fooladvand, Yarmohammadian and Shahtalebi (2015)
- Ανάπτυξη προγραμμάτων knowledge management και ηγεσίας στα πανεπιστήμια	Fooladvand, Yarmohammadian and Shahtalebi (2015)

5.9 Ενέργεια και ΣΣ

Η εφαρμογή του ΣΣ στον ενεργειακό τομέα επίσης προκαλεί θετικά αποτελέσματα, τα οποία σχετίζονται με τον μετριασμό της περιβαλλοντικής ρύπανσης, τη μείωση του ενεργειακού κόστους, την αποδοτικότερη χρήση των ενεργειακών πόρων και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού της εκάστοτε περιοχής που εφαρμόζεται ο σχεδιασμός. Οι βασικές πρακτικές για την επίτευξη αυτών των αποτελεσμάτων περιλαμβάνουν τα εξής: χρήση περιβαλλοντικών δεικτών, έμφαση στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, διεξαγωγή ανάλυσης περιβαλλοντικών επιπτώσεων, κρατική χρηματοδότηση για τη βελτιστοποίηση της κατανάλωσης ενέργειας και τροποποίηση του συστήματος τιμολόγησης των ενεργειακών φορέων προς μια πιο «δίκαιη» κατεύθυνση που σέβεται τις ανάγκες των ευπαθών ομάδων του συνολικού πληθυσμού και των νοικοκυριών (βλ. πίνακα 5.6):

Πίνακας 5.6: Ενέργεια και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές

Ενέργεια και ΣΣ	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος και των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου	De Montis (2014); Alizadeh et al. (2016)
Καλύτερη ποιότητα ζωής στους αστικούς οικισμούς	De Montis (2014)
Αποτελεσματική χρήση όλων των πηγών ενέργειας	De Montis (2014); Alizadeh et al. (2016)
Μείωση του ενεργειακού κόστους	De Montis (2014); Alizadeh et al. (2016)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
- Ανάλυση περιβαλλοντικών παραμέτρων: αέρας, κλιματική αλλαγή, νερό, έδαφος, διάθεση αποβλήτων, φύση και βιοποικιλότητα, τοπίο και ανθρώπινη υγεία.	De Montis (2014)
- Χρήση περιβαλλοντικών δεικτών	De Montis (2014)
- Ενίσχυση του μεριδίου των ανανεώσιμων και καθαρών πηγών ενέργειας στη συνολική παροχή πρωτογενούς ενέργειας.	Alizadeh et al. (2016)
- Τροποποίηση του συστήματος τιμολόγησης των ενεργειακών φορέων με γνώμονα το συλλογικό συμφέρον.	Alizadeh et al. (2016)

- Οικονομική και τεχνική υποστήριξη από την κυβέρνηση για έργα βελτιστοποίησης της ενεργειακής κατανάλωσης Alizadeh et al. (2016)

5.10 Στεγαστικές πολιτικές και ΣΣ

Σημαντική ήταν και η συνεισφορά του ΣΣ στην εφαρμογή στεγαστικών πολιτικών με στόχο τη μείωση των ανισοτήτων και του κόστους στέγασης, τη βελτίωση του νομοθετικού πλαισίου, κτλ. Οι πολιτικές και οι βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόστηκαν σε αυτή τη θεματική σε διεθνές επίπεδο ήταν έξι (βλέπε πίνακα 5.7).

Πίνακας 5.7:Στεγαστική πολιτική και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές

Στεγαστικές πολιτικές και ΣΣ	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Βελτίωση του νομοθετικού πλαισίου που αφορά το χωροταξικό σχεδιασμό	Hansson (2017)
Μείωση του κόστους στέγασης / η στέγη γίνεται πιο προσιτή.	Hansson (2017); Bramley and Watkins (2016)
Αντιμετώπιση του προβλήματος της συρρίκνωσης του αγροτικού χώρου	Tietjen and Jørgensen (2016)
Οικιστικός σχεδιασμός που προσφέρει αίσθημα ασφάλειας στους πολίτες	Hansson (2017)
Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές	
- Συμμετοχή των πανεπιστημιακών ιδρυμάτων στο χωροταξικό σχεδιασμό.	Rozas-Vásquez et al. (2017)
- Συμμετοχή διαφορετικών φορέων για την επίλυση του θέματος της στέγασης.	Rozas-Vásquez et al. (2017); Tietjen and Jørgensen (2016); Seijger et al. (2016)
- Έμφαση στη σημασία της αστικής φύσης και στην ιδιαιτερότητα του φυσικού κεφαλαίου.	Tammi, Mustajärvi and Rasinmäki (2017)
- Ενθάρρυνση ιδιωτών στο να συμμετέχουν στον αναπτυξιακό σχεδιασμό	Hansson (2017)

-
- Εφαρμογή χωροταξικών πολιτικών που εστιάζουν στην κοινωνική στέγαση με την εφαρμογή συμπεριληπτικών πολιτικών. Hansson (2017)
 - Συνεργασία μεταξύ υπο-περιφερειών στη διαδικασία σχεδιασμού. Bramley and Watkins (2016)
-

5.11 Τοπική διακυβέρνηση και ΣΣ

Η τελευταία θεματική αφορούσε τη συνεισφορά του ΣΣ στο επίπεδο της τοπικής αυτοδιοίκησης. Η βιβλιογραφία στον τομέα αυτό είναι πιο πλούσια και για το λόγο αυτό εντοπίστηκαν εννέα θετικά αποτελέσματα και δώδεκα επιτυχημένες πολιτικές. Οι θετικές επιπτώσεις σχετίζονται με τη βελτίωση της αστικής διαχείρισης, την ενίσχυση της δημοκρατικής λήψης αποφάσεων σε τοπικό επίπεδο, τη δημιουργία εμπορικών ζωνών, τη διαφάνεια στην τοπική διακυβέρνηση, την αναζωογόνηση των αστικών περιοχών και την εξασφάλιση της κοινωνικής ισότητας. Οι πρακτικές που μπορούν να οδηγήσουν στα παραπάνω συνοψίζονται στον πίνακα 5.8:

Πίνακας 5.8: Τοπική διακυβέρνηση και στρατηγικός σχεδιασμός: επίδραση και βέλτιστες πρακτικές

Τοπική διακυβέρνηση και ΣΣ	
Επιπτώσεις και αποτελέσματα του Στρατηγικού Σχεδιασμού (+)	Πηγές:
Βελτιωμένη αστική διαχείριση	Khalifa (2012)
Δημοκρατική λήψη αποφάσεων σε τοπικό επίπεδο	Kalliomäki (2015)
Δημιουργία συμπαραγωγικών ζωνών εμπορίου	Kalliomäki (2015)
Αποτελεσματική αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών (φωτιές, σεισμοί, κτλ)	Birkmann, Garschagen and Setiadi (2014)
Προστασία του περιβάλλοντος	Birkmann, Garschagen and Setiadi (2014); Healey et al. (1999)
Ενίσχυση της νομιμότητας και της διαφάνειας στην τοπική διακυβέρνηση	Legacy (2012)
Κοινωνική ισορροπία και ομαλότητα μεταξύ των αστικών ομάδων	Healey et al. (1999)
Αναβίωση των αστικών περιοχών	Healey et al. (1999)
Άσκηση της διακυβέρνησης σε τοπικό επίπεδο με μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση	Healey et al. (1999)

Πολιτικές και Βέλτιστες πρακτικές

- | | |
|--|---|
| - Συμμετοχή σημαντικών θεσμικών προσώπων στη διαδικασία του σχεδιασμού (δήμαρχος, θρησκευτικοί ηγέτες, κτλ) | Khalifa (2012); Poister and Streib (2005) |
| - Αποτελεσματική διαχείριση των ανθρώπινων πόρων του δήμου/περιφέρειας κτλ. | Khalifa (2012); Poister and Streib (2005) |
| - Θέσπιση στόχων στο πλαίσιο του σχεδιασμού και συστηματική παρακολούθηση αν αυτοί επιτεύχθηκαν/ εφαρμογή συστημάτων benchmarking | Khalifa (2012); Řehoř (2015) |
| - Περιφερειακή και διεθνής συνεργασία για τους δήμους- συνεργασία μεταξύ κρατικών και τοπικών αρχών. | Kalliomäki (2015); Legacy (2012); Milutinovic and Zivkovic (2014); Khalifa (2012) |
| - Συμμετοχή των ΜΚΟ στη διαδικασία σχεδιασμού. | Birkmann, Garschagen and Setiadi (2014) |
| - Ανταλλαγή τεχνογνωσίας σε παγκόσμια φόρουμ. | Birkmann, Garschagen and Setiadi (2014) |
| - Χρήση χρονοδιαγραμμάτων και τήρηση προθεσμιών | Řehoř (2015); Poister and Streib (2005) |
| - Τοπικά σχέδια δράσης για τη νεολαία και τα παιδιά. | Milutinovic and Zivkovic (2014) |
| - Τοπικά σχέδια δράσης για την ενίσχυση της απασχόλησης | Milutinovic and Zivkovic (2014) |
| - Εφαρμογή στρατηγικών για την ανάπτυξη κοινωνικών υπηρεσιών. | Milutinovic and Zivkovic (2014) |
| - Βελτίωση της επικοινωνίας με τους πολίτες. | Poister and Streib (2005); Legacy (2012) |
| - Παροχή ευκαιριών κατάρτισης και επαγγελματικής ανάπτυξης για τους εργαζόμενους και τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων στους δήμους. | Milutinovic and Zivkovic (2014); Poister and Streib (2005) |
-

5.12 Συμπεράσματα και σύνοψη κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύθηκε ο αντίκτυπος του στρατηγικού σχεδιασμού στην περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς και προσδιορίστηκε ποιες στρατηγικές, στο πλαίσιο του σχεδιασμού, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης. Για το σκοπό αυτό, πραγματοποιήθηκε ανασκόπηση της σχετικής ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας. Στις δημοσιεύσεις που αναλύθηκαν

χρησιμοποιήθηκαν διαφορετικές περιφέρειες ως μελέτες περίπτωσης, προερχόμενες από τη διεθνή εμπειρία. Ωστόσο, σχεδόν το 50 % των μελετών αφορούσε την Ευρώπη, γεγονός που υποδηλώνει τον κρίσιμο ρόλο που διαδραματίζει ο στρατηγικός σχεδιασμός στις ευρωπαϊκές περιφερειακές πολιτικές. Ο χρόνος των δημοσιεύσεων κυμαινόταν από το 1999 έως το 2017. Οι περισσότερες εργασίες δημοσιεύθηκαν μετά το 2008, παρέχοντας στην ανασκόπηση επικαιροποιημένες επιστημονικές πληροφορίες.

Εντοπίστηκαν οκτώ τομείς στους οποίους εφαρμόστηκε με επιτυχία ο ΣΣ, και συγκεκριμένα: 1) Χωροταξικός Σχεδιασμός και Αστική Ανάπτυξη, 2) Τουρισμός, 3) Μεταφορές, 4) Υγεία, 5) Εκπαίδευση, 6) Ενέργεια, 7) Στεγαστική πολιτική και 8) Τοπική Αυτοδιοίκηση. Αυτό φανερώνει την ευρεία εφαρμογή του στρατηγικού σχεδιασμού σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Τα αποτελέσματα της βιβλιογραφικής ανάλυσης έδειξαν ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του στρατηγικού σχεδιασμού και της περιφερειακής ανάπτυξης. Η ανάπτυξη αυτή αντανακλάται σε οικονομικούς, κοινωνικούς, χωροταξικούς και περιβαλλοντικούς όρους, καθώς και σε νομοθετικές και διαχειριστικές βελτιώσεις, υποδεικνύοντας την αναγκαιότητα υιοθέτησης των αρχών του ΣΣ από τους εγχώριους εθνικούς και τοπικούς φορείς. Επιπλέον, ο ΣΣ συμβάλλει στην καθιέρωση μιας κουλτούρας συνεργασίας μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, καθώς και στην εφαρμογή πρακτικών, οι οποίες θέτουν τον ανθρώπινο παράγοντα στο επίκεντρο του σχεδιασμού. Ωστόσο, υπάρχουν συγγραφείς που υπογράμμισαν τους περιορισμούς και τα εμπόδια του ΣΣ που πρέπει να ληφθούν υπόψη, τα οποίοι αφορούν: την απλοϊκότητα των σχεδίων, τις συγκρούσεις μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, την εξυπηρέτηση οικονομικών συμφερόντων εις βάρος της κοινότητας, την περιορισμένη επιχειρησιακή χρησιμότητα σε θέματα διαχείρισης και την έλλειψη συμμετοχής των πολιτών στη διαδικασία του σχεδιασμού.

Συμπερασματικά, διαπιστώθηκε ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός συνέβαλε στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη των εξεταζόμενων περιφερειών, γεγονός που δείχνει ότι αποτελεί ένα αποτελεσματικό εργαλείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις τοπικές αρχές για την ενίσχυση των επιδόσεων των περιφερειών τους. Προϋπόθεση

όμως είναι, όπως για κάθε επιστημονικό εργαλείο, να χρησιμοποιείται με ανθρωποκεντρική προσέγγιση και με βάση το κοινό καλό. Με άλλα λόγια, είναι καθαριστικό με βάση ποιους στόχους και με ποιες προθέσεις χαράζεται ο σχεδιασμός. Αν τηρούνται οι παραπάνω προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει στη συλλογική ευημερία, στη μείωση των ανισοτήτων και στη δικαιότερη κατανομή του παραγόμενου πλούτου, προσφέροντας μια εναλλακτική προσέγγιση ανάπτυξης (Γαβριηλίδης, 2023).

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη όλα τα παραπάνω, και εστιάζοντας στο κομμάτι του τουρισμού, μπορεί να διαμορφωθεί το εξής ερευνητικό ερώτημα:

-Ποιες βέλτιστες πρακτικές (best practices) στο πλαίσιο του Στρατηγικού Σχεδιασμού που αφορούν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορούν να εφαρμοστούν στο μέλλον από τους τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς της Ηπείρου;

Κεφάλαιο 6: COVID 19 και Τουρισμός

6.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται μια αναφορά στην πανδημία του COVID 19 και της συνολικής του επίδρασης στον τουριστικό κλάδο. Το κεφάλαιο περιέχει τρεις ενότητες που περιγράφουν τα βασικά χαρακτηριστικά της πανδημίας, τις επιπτώσεις του COVID 19 στον τουριστικό κλάδο μέσα από την ανάλυση της πρόσφατης βιβλιογραφίας και τις στρατηγικές αντιμετώπισης της πανδημίας με στόχο την ανάκαμψη του τουριστικών εταιρειών.

6.2 Η πανδημία του COVID 19

Η πανδημία του ιού Covid-19 εμφανίστηκε αρχικά τον Ιανουάριο του 2020 στην Κίνα στην επαρχία Wuhan και θεωρήθηκε ως ένα τοπικό υγειονομικό ζήτημα (Niewiadomski, 2020). Ωστόσο, από τον Μάρτιο του 2020, λόγω της ταχείας εξάπλωσης του, ο COVID-19 εξελίχθηκε σε μία από τις σημαντικότερες και μεγαλύτερες κρίσεις υγείας σε παγκόσμια βάση. Για το λόγο αυτό, ο Αντόνιο Γκουτέρες δήλωσε ότι «ο κόσμος βρίσκεται πλέον αντιμέτωπος με την πιο σοβαρή παγκόσμια δοκιμασία μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο» (BBC, 2020). Ενδεικτικά, σύμφωνα με το Coronavirus Resource Center του Πανεπιστημίου Johns Hopkins (2023), σε διεθνή βάση και μέχρι τις 3/10/2023, είχαν παρατηρηθεί περισσότερα από 670 εκατομμύρια κρούσματα του COVID-19, με αποτέλεσμα περισσότερους από 6,8 εκατομμύρια θανάτους.

Επιπλέον, η πανδημία του COVID-19 είχε ιδιαίτερα αρνητική επίδραση στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία (Shen et al., 2020). Αυτό αντικατοπτρίζεται στα στοιχεία που προέρχονται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2020), σύμφωνα με τα οποία το 2020 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν κατά -74 % σε σύγκριση με το 2019. Αυτό μεταφράζεται σε απώλεια εσόδων της τάξης των 935

δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η υγειονομική κρίση έθεσε επίσης σε κίνδυνο περίπου 100-120 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στον τουριστικό κλάδο σε διεθνή βάση με τις περισσότερες από αυτές να αφορούν μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Ομοίως, και στην Ελλάδα, η πανδημία του COVID-19 επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τον κλάδο, προκαλώντας ανησυχίες σχετικά με τη συνολική του σταθερότητα. Λαμβάνοντας μάλιστα υπόψη το σημαντικό ρόλο του τουρισμού στη συνολική διάρθρωση και λειτουργία της ελληνικής οικονομίας οι ανησυχίες αυτές απόκτησαν ευρύτερη σημασία. Σε αυτό το πλαίσιο, απαιτήθηκε, και πιθανώς απαιτείται ακόμα, μια νέα στρατηγική για τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας στον ελληνικό τουριστικό τομέα καθώς και για την ενίσχυση της βιωσιμότητάς και ανθεκτικότητάς του.

6.3 Οι επιπτώσεις της πανδημίας στον τουριστικό κλάδο

Παρά το γεγονός ότι η πανδημία του COVID-19 εμφανίστηκε στις αρχές του 2020, υπάρχει σχετικά μεγάλος αριθμός μελετών που έχουν εξετάσει τον αντίκτυπό της στην τουριστική βιομηχανία. Οι περισσότερες από τις εργασίες βασίζονται σε μια συγκεκριμένη χώρα, ενώ υπάρχουν μελέτες που παρέχουν μια ευρύτερη και διεθνή ματιά των επιπτώσεων της πανδημίας στον κλάδο. Όπως είναι προφανές, σχεδόν όλες οι μελέτες υπογραμμίζουν την ιδιαίτερα αρνητική επίδραση του COVID-19 στις οικονομικές επιδόσεις των τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες παρουσίασαν σημαντική μείωση του κύκλου εργασιών τους. Επιπλέον, μειώθηκαν τα ποσοστά πληρότητας και οι μελλοντικές κρατήσεις στα ξενοδοχεία, αποκαλύπτοντας ότι ο τουριστικός κλάδος είναι ένας από τους πιο ευάλωτους στις υγειονομικές κρίσεις.

Για παράδειγμα, οι Assaf και Scuderi (2020) βρήκαν ότι ο COVID 19 προκάλεσε μείωση των ποσοστών πληρότητας σε ξενοδοχεία και εστιατόρια, η οποία οδήγησε σε αύξηση των τιμών. Οι συγγραφείς υποστηρίζουν επίσης ότι η πανδημία θα επηρεάσει μελλοντικά τις στάσεις των καταναλωτών, οι οποίοι θα δώσουν μεγαλύτερη σημασία σε θέματα υγιεινής. Ομοίως, οι Hao et al. (2020) αναφέρουν ότι ο COVID-19 προκάλεσε σημαντική μείωση των ποσοστών πληρότητας, ενώ οι Abebe et al. (2020) γράφουν ότι η επίδραση της πανδημίας είναι τόσο έντονη που θα μετασχηματίσει συνολικά τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι Mohanty

et al. (2020) δίνουν έμφαση στην αρνητική επίδραση του COVID-19 στην οργάνωση τουριστικών εκδηλώσεων (φεστιβάλ, πανηγύρια, κτλ.), ενώ οι Sharma και Nicolau (2020) λένε ότι οι τέσσερις μεγάλοι κλάδοι του τουριστικού τομέα (ξενοδοχεία, αερομεταφορές, κρουαζιέρες και ενοικιάσεις αυτοκινήτων) παρουσίασαν σημαντική πτώση εσόδων, γεγονός που δημιουργεί ανησυχίες για την οικονομική βιωσιμότητα των επιχειρήσεων στο μέλλον. Οι συγγραφείς προσθέτουν ότι οι επιπτώσεις ήταν πιο σοβαρές για τον κλάδο της κρουαζιέρας.

Επιπλέον, για τους Baum et al. (2020) ο COVID 19 οδήγησε σε διαρθρωτικές αλλαγές για το προσωπικό των τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και σε φαινόμενα «επιχειρηματικού καιροσκοπισμού». Με άλλα λόγια, η πανδημία χρησιμοποιήθηκε ως «άλλοθι» για τη μείωση των θέσεων εργασίας. Συμφωνώντας, οι Abebe et al. (2020) γράφουν ότι η πανδημία COVID 19 επηρέασε σοβαρά την κερδοφορία των τουριστικών επιχειρήσεων, η οποία με τη σειρά της επηρέασε την απασχόληση. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι γυναίκες και οι εργαζόμενοι με συμβάσεις ορισμένου χρόνου ήταν οι πιο ευάλωτοι πληθυσμοί στο να χάσουν την εργασία τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας, στοιχείο που αναδεικνύει φαινόμενα ανισοτήτων. Στο ίδιο μήκος κύματος, οι Nicola et al. (2020) και Bas και Sivaprasad (2020) υποστηρίζουν ότι η εμφάνιση του COVID 19 επηρέασε τόσο την προσφορά όσο και τη ζήτηση του τουριστικού τομέα θέτοντας σε κίνδυνο περισσότερες από 50 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Ωστόσο, η ποιότητα της αντίδρασης των επιχειρήσεων και των τουριστικών οργανισμών απέναντι στο COVID-19 επηρεάζει θετικά την αντιλαμβανόμενη ασφάλεια στην εργασία (Filimonau et al., 2020), καλώντας τις επιχειρήσεις του τομέα να ενισχύσουν την οργανωτική τους ανθεκτικότητα. Εκτός αυτών ο COVID-19 επηρέασε εξίσου αρνητικά τα καταλύματα Peer to Peer (Airbnb), προκαλώντας σημαντικές απώλειες στα έσοδα και τις μελλοντικές κρατήσεις (Farmaki et al., 2020).

Επιπρόσθετα, οι Huang et al. (2020) υποστηρίζουν ότι στις ΗΠΑ οι πολιτικές lockdown των επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια του πρώτου κύματος της πανδημίας (Μάρτιος- Απρίλιος 2020) συνδέθηκαν με μείωση κατά 20-30% των μη μισθωτών εργαζομένων στον ευρύτερο κλάδο του τουρισμού. Οι Xiong et al. (2020) προσθέτουν ότι οι κλάδοι που είναι πιο ευάλωτοι στον ιό, όπως ο τουρισμός, βιώνουν πιο έντονες οικονομικές επιπτώσεις από τους άλλους τομείς.

Συμπερασματικά, οι αρνητικές συνέπειες της πανδημίας του COVID-19 στις επιδόσεις των τουριστικών επιχειρήσεων σε παγκόσμια βάση ήταν έντονες, προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στον συνολικό τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων του κλάδου. Απαιτείται ένα νέο μοντέλο που θα επιτρέψει την επανεκκίνηση των τουριστικών επιχειρήσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, συγγραφείς όπως οι Hall et al., (2020), Gossling et al. (2020), Benjamin et al. (2020) και Ioannides και Gyimóthy (2020) υποστηρίζουν ότι η πανδημία του COVID-19 μπορεί να προσφέρει μια ευκαιρία για τη μετάβαση σε πιο βιώσιμες τουριστικές πρακτικές, συμβάλλοντας σε μια πιο δίκαιη ανάπτυξη και σε πιο ισορροπημένα και φιλικότερα προς το περιβάλλον τουριστικά καταναλωτικά πρότυπα.

Εκτός από τον αντίκτυπο του COVID-19 στην απόδοση των τουριστικών επιχειρήσεων, αρκετοί συγγραφείς υπογράμμισαν τη ψυχολογική επίδραση της πανδημίας στους επαγγελματίες του τουρισμού. Με άλλα λόγια, εστίασαν στον ανθρώπινο παράγοντα. Για παράδειγμα, οι Sigala (2020) και Yin και Ni (2021) αναφέρουν ότι ο COVID-19 προκάλεσε αυξημένο άγχος στους επαγγελματίες του τουρισμού στο να διασφαλίσουν τη οικονομική βιωσιμότητα των επιχειρήσεών τους καθώς και στο να προστατεύσουν την υγεία των υπαλλήλων τους. Επιπλέον, οι Pathak και Joshi (2021) και Liu et al. (2016) αναδεικνύουν τον ρόλο που παίζουν η αντιλαμβανόμενη αυτό-αποτελεσματικότητα και η αντιλαμβανόμενη απειλή απέναντι στον νέο ιό στη συμπεριφορά των εργαζομένων και στη συνολική τους απόδοση. Φαίνεται λοιπόν ότι η επίδραση υγειονομικών κρίσεων στον τουριστικό κλάδο είναι πολυδιάστατη και θέτει σε αμφισβήτηση και σε προβληματισμό συνολικά τον τρόπο λειτουργίας του.

Όλα τα παραπάνω, τα συνοψίζουν επιτυχώς στη μελέτη τους οι Gavriilidis και Metaxas (2023), οι οποίοι δημιούργησαν ένα πίνακα με τον αρνητικό αντίκτυπο της πανδημίας στον τουριστικό κλάδο διακρινόμενο σε παράγοντες εταιρικούς και σε ανθρώπινους παράγοντες

Πίνακας 6.1: Αρνητικός αντίκτυπος της πανδημίας του COVID 19 στις τουριστικές επιχειρήσεις και στους εργαζόμενους στον τουρισμό

Εταιρικοί παράγοντες – αρνητική επίδραση του COVID 19 σε	Πηγή
1. Φήμη και πελατειακή βάση (πελατολόγιο)	Assaf and Scuderi (2020); Hao et al. (2020); Farmaki et al., 2020
2. Έσοδα και κύκλος εργασιών	Assaf and Scuderi (2020); Hao et al. (2020); Abebe et al. (2020); Farmaki et al., 2020; Shen et al. (2020)
3. Μερίδιο αγοράς	Assaf and Scuderi (2020)
4. Μείωση του μόνιμου προσωπικού	Baum et al. (2020); Abebe et al. (2020); Bas & Sivaprasad (2020); Huang et al. (2020)
5. Δυσκολία στην εκπλήρωση των οικονομικών υποχρεώσεων απέναντι στους δημόσιους οργανισμούς	Sharma and Nicolau (2020); Xiong et al (2020)
6. Δυσκολία στην εκπλήρωση οικονομικών υποχρεώσεων προς τις τράπεζες	Sharma and Nicolau (2020); Xiong et al (2020)
7. Δυσκολία στην εκπλήρωση οικονομικών υποχρεώσεων προς τους προμηθευτές	Sharma and Nicolau (2020); Xiong et al (2020)
8. Δυσκολία κάλυψης πάγιων λειτουργικών αναγκών	Sharma and Nicolau (2020); Xiong et al (2020)
9. Μείωση των μισθών των εργαζομένων	Baum et al. (2020); Abebe et al. (2020)
10. Σχεδιασμός νέων προϊόντων και υπηρεσιών	Sigala (2020)
11. Αλλαγή του τρόπου λειτουργίας της εταιρείας	Sigala (2020); Hall et al. (2020)
12. Δυνατότητα ολοκλήρωσης ενός επενδυτικού προγράμματος	Gavriilidis και Metaxas (2023)
13. Δυνατότητα προώθησης της εικόνας της εταιρείας	Sigala (2020)

14. Δυνατότητα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας	Nicola et al. (2020); Abebe et al. (2020); Bas & Sivaprasad (2020); Baum and Hai (2020)
15. Αδυναμία της εταιρείας να εισέλθει σε νέες αγορές	Sigala (2020)
Ανθρώπινοι παράγοντες (εργαζόμενοι και επαγγελματίες)	
16. Φόβος για την προσωπική υγεία	Liu et al (2016)
17. Φόβος για την υγεία των αγαπημένων προσώπων	Liu et al (2016)
18. Φόβος για την υγεία των υπαλλήλων	Liu et al (2016); (Sigala, 2020)
19. Αίσθημα αβεβαιότητας σχετικά με την οικονομική βιωσιμότητα της επιχείρησης	Sigala (2020); Yin & Ni (2021)
20. Άγχος για το κλείσιμο της επιχείρησης	Sigala (2020); Yin & Ni (2021)
21. Άγχος για τη διατήρηση των σημερινών θέσεων εργασίας	Sigala (2020); Yin & Ni (2021)
22. Άγχος για την εκπλήρωση των οικονομικών υποχρεώσεων	Sigala (2020); Yin & Ni (2021)
23. Αρνητική ψυχολογία στη διαχείριση των πελατειακών σχέσεων	Sigala (2020)
24. Αρνητική ψυχολογία στη διαχείριση των σχέσεων με το προσωπικό	Sigala (2020)
25. Αρνητικό συναίσθημα με τους φίλους και την οικογένεια	Gavriilidis και Metaxas (2023)
26. Έλλειψη εμπιστοσύνης στη λήψη αποφάσεων	Pathak & Joshi (2021)
27. Έλλειψη λογικής σκέψης και σχεδιασμού	Pathak & Joshi (2021)
28. Δυσκολία στην εξεύρεση λύσεων σε επιχειρηματικά προβλήματα	Pathak & Joshi (2021)
29. Δυσκολία στην εκτέλεση καθημερινών εργασιακών καθηκόντων	Pathak & Joshi (2021)
<i>Πηγή: Gavriilidis και Metaxas (2023)</i>	

6.4 Στρατηγικές αντιμετώπισης του αντικτύπου της πανδημίας – Πολιτικές ανάκαμψης

Σε γενικές γραμμές, οι πολιτικές ανάκαμψης διακρίνονται σε πολιτικές που μπορούν να εφαρμοστούν από τις επιχειρήσεις και σε πολιτικές που εφαρμόζονται από το κράτος. Στην πρώτη κατηγορία, οι πολιτικές αφορούν την εφαρμογή μέτρων υγιεινής (απολύμανση, πρωτόκολλα καθαρισμού, κοινωνική αποστασιοποίηση, μείωση των ποσοστών πληρότητας, έντονη χρήση της τεχνολογίας για την εξάλειψη της φυσικής επαφής κ.ά.) που θα κάνουν τους επισκέπτες να αισθάνονται πιο ασφαλείς (Hall et al., 2020; Shin & Kang, 2020; Bas & Sivaprasad, 2020; Hao et al., 2020; Assaf & Scuderi, 2020; Kline et al., 2015). Από την άλλη πλευρά, οι κυβερνητικές πολιτικές για την αντιμετώπιση των συνεπειών του COVID 19 αναφέρονται σε μια σειρά μέτρων που ενισχύουν τη ρευστότητα των επιχειρήσεων και συνολικά τις υποστηρίζουν για να ξεπεράσουν την εποχή της υγειονομικής κρίσης. Τα μέτρα αυτά περιλαμβάνουν: απαλλαγή από φόρους, φορολογικές ελαφρύνσεις, ευέλικτα και άτοκα δάνεια, δημιουργικές επιλογές χρηματοδότησης, μη επιστρεπτές επιδοτήσεις, εξασφάλιση ενός ελάχιστου επιπέδου ρευστότητας που χρειάζονται οι επιχειρήσεις για να καλύψουν τις δαπάνες τους (συμπεριλαμβανομένης της μισθοδοσίας), σχεδιασμό ολοκληρωμένων εκστρατειών μάρκετινγκ προορισμών για την τόνωση της τουριστικής ζήτησης και παροχή χρηματοδότησης για την προώθηση τουριστικών προορισμών μέσω κουπονιών (Assaf & Scuderi, 2020; Hao et al., 2020; Ranasinghe et al., 2020; Abebe et al., 2020; Hall et al., 2020; Li et al., 2016; Kline et al., 2015).

Άλλες πολιτικές που αναφέρθηκαν επίσης στη βιβλιογραφία αφορούσαν την εφαρμογή έξυπνων εργαλείων καραντίνας (Strielkowski, 2020), καθώς και την παροχή σαφών και διαφανών πληροφοριών στους επισκέπτες σχετικά με την επιδημιολογική κατάσταση στον τουριστικό προορισμό (Law, 2006).

Συνοψίζοντας, η ανάλυση της βιβλιογραφίας έδειξε ότι απαιτούνται συντονισμένες προσπάθειες για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των συνεπειών του COVID-19 στην τουριστική βιομηχανία. Ο ρόλος του κράτους είναι καθοριστικός για την υποστήριξη των επιχειρήσεων, γεγονός που δείχνει ότι η συνεργασία μεταξύ του

δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα είναι απαραίτητη σε περιόδους οικονομικής αστάθειας και διαρκών κρίσεων.

Κεφάλαιο 7: Ανάλυση προηγούμενων μελετών σχετικά με την επίδραση του ορεινού και βιώσιμου τουρισμού στην Περιφερειακή ανάπτυξη (Previous Studies) – «Παράγοντες επιτυχίας» του βιώσιμου τουρισμού

Στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία παρατίθεται ένας μεγάλος αριθμός ερευνών που εξετάζει την επίδραση του ορεινού και βιώσιμου τουρισμού στην τοπική οικονομική ανάπτυξη. Οι μελέτες αυτές χρησιμοποιούν ένα εύρος ερευνητικών μεθοδολογιών (ποσοτική, ποιοτική, βιβλιογραφική επισκόπηση, κτλ.) και βασίζονται σε διαφορετικές περιοχές της διεθνούς τουριστικής αγοράς, προσφέροντας έτσι μια σφαιρική εικόνα της σχέσης ανάμεσα στους υπό εξέταση όρους. Επίσης, οι περισσότερες από αυτές τις μελέτες διερευνούν τους «παράγοντες επιτυχίας» της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, προσφέροντας έτσι χρήσιμο υλικό μέσα από τη διεθνή ερευνητική εμπειρία το οποίο μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη.

Για παράδειγμα, ο Cater (2017) εξέτασε τη συμβολή του τουρισμού μοτοσικλετών στην περιφερειακή ανάπτυξη στην Ουαλία. Για να προσεγγίσει τα ερευνητικά ερωτήματά του, ο Cater (2017), χρησιμοποίησε την ποσοτική προσέγγιση. Ειδικότερα, 156 ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε επισκέπτες-μοτοσικλετιστές. Τα βασικά ευρήματα της έρευνας περιλαμβάνουν παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τουριστικού προορισμού, όπου με σειρά σημαντικότητας είναι ο καιρός, η κατάσταση των δρόμων στον προορισμό, η ύπαρξη στροφών στο δρόμο, τα γραφικά σημεία για στάση, η φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων, η ευκολία στο παρκινγκ, η ποιότητα εστιατορίων και νυχτερινών κέντρων και τέλος η υποστηρικτική στάση της αστυνομίας. Εν συντομία, τα αποτελέσματα της ανάλυσης του Cater (2017) αναδεικνύουν τον σύνθετο χαρακτήρα του τουρισμού μοτοσικλέτας αλλά και προσφέρουν χρήσιμο υλικό για τους φορείς που δραστηριοποιούνται στο πεδίο του βιώσιμου τουρισμού. Ενδεικτικό είναι ότι θέματα μεταφορικών υποδομών καθώς και

γενικότερης κρατικής λειτουργίας συμπληρώνουν πιο «κλασσικούς» παράγοντες επιρροής της τουριστικής αγοράς.

Παράλληλα, οι Li, Ryan & Cave (2016) διερεύνησαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του ορεινού και αγροτικού τουρισμού στην Κίνα. Για τον σκοπό αυτό, οι ερευνητές χρησιμοποίησαν ένα μεγάλο αριθμό ερευνητικών μεθόδων που περιλάμβανε τεχνικές όπως η συμμετοχική παρατήρηση, η συγγραφή σημειώσεων, η χρήση φωτογραφιών και ημερολόγιου, αλλά και συνεντεύξεις με κατοίκους, επισκέπτες και κυβερνητικά στελέχη (ποιοτική προσέγγιση). Τα βασικά ευρήματα της μελέτης των Li et al. (2016) έδειξαν ότι οι βασικές πτυχές που καθορίζουν την τοπική και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή είναι η προβολή της τοπικής κουλτούρας του Ταοϊσμού, η ύπαρξη στρατηγικού σχεδίου, η διασπορά των οικονομικών οφελών του τουρισμού στην τοπική κοινωνία, η προστασία των δικαιωμάτων των μόνιμων κατοίκων και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

Στο ίδιο μήκος κύματος οι Strom & Kerstein (2015) εξέτασαν τις πτυχές που επηρεάζουν την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού στην περιοχή του Asheville στη Βόρεια Καρολίνα των ΗΠΑ. Για τον σκοπό αυτό οι συγγραφείς χρησιμοποίησαν την ποσοτική προσέγγιση. Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν τέσσερις βασικούς άξονες πάνω στους οποίους πρέπει να αναπτύσσεται ο ορεινός τουρισμός: 1) στρατηγικός σχεδιασμός που εστιάζει στην προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής, 2) προστασία του υψηλού επιπέδου ζωής των μόνιμων κατοίκων, 3) προστασία περιβαλλοντικών και πολιτιστικών πόρων και 4) συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων του τουρισμού. Αν τηρηθούν αυτές οι τέσσερις προϋποθέσεις, τότε η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να καταστεί βιώσιμη, συνεισφέροντας σε αυξημένο αριθμό διανυκτερεύσεων, αυξημένα έσοδα τα οποία μέσω της φορολογίας επιστρέφουν στην τοπική κοινότητα.

Ομοίως, οι Maekawa et al. (2013) διερεύνησαν τη συμβολή του ορεινού τουρισμού και του τουρισμού άγριων ζώων στην τοπική οικονομία. Η έρευνα των τελευταίων ήταν βασισμένη στην περιοχή της Ρουάντας στην Αφρική. Μεθοδολογικά, η μελέτη των Maekawa et al. (2013) βασίστηκε στην αποκλειστική χρήση δευτερογενών

δεδομένων. Η έρευνα έδειξε ότι ο ορεινός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη και στη διατήρηση της ειρήνης στην περιοχή. Τα αποτελέσματα αυτά αποκτούν ακόμα μεγαλύτερη σημασία αν συνυπολογιστεί το γεγονός ότι η διατήρηση της ειρήνης στην ευρύτερη περιοχή δεν είναι δεδομένη. Τα βασικά πλεονεκτήματα της τουριστικής ανάπτυξης έχουν να κάνουν με αύξηση τουριστικών και φορολογικών εσόδων, περισσότερες αφίξεις, μεγαλύτερες πωλήσεις στα εισιτήρια των εθνικών πάρκων, μεγαλύτερο εισόδημα για τα μέλη της τοπικής κοινότητας, κτλ. Εν συντομία, η μελέτη των Maekawa et al. (2013) αναδεικνύει πως ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να αποτελέσει βασικό στοιχείο ενός εναλλακτικού παραγωγικού μοντέλου που δίνει έμφαση σε ανθρώπινες αξίες.

Οι Borsekονά, Vaňonά & Vitálišonά (2016) επικεντρώθηκαν στην εξέταση των παραγόντων που οδηγούν στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τους ορεινούς τουριστικούς προορισμούς. Για την προσέγγιση των ερευνητικών τους ερωτημάτων οι τελευταίοι χρησιμοποίησαν συνδυαστικά ποσοτική και ποιοτική έρευνα ενώ η μελέτη τους ήταν βασισμένη στην αγορά της Σλοβακίας. Οι Borsekονά et al. (2016) βρήκαν ότι για να αποκτήσουν οι ορεινοί προορισμοί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να οδηγηθούν στην περιφερειακή ανάπτυξη πρέπει να εστιάσουν στην καινοτομία. Κρίσιμοι παράγοντες σε αυτή την προσπάθεια είναι η ποιότητα ανθρώπινου δυναμικού στην περιοχή, το μορφωτικό επίπεδο και η συνολική υποδομή των στελεχών του τουρισμού, οι φυσικοί πόροι και η γεωγραφική τοποθεσία του προορισμού, η δυνατότητα ανάπτυξης καινοτομίας (ύπαρξη φορέων), η τοπική κουλτούρα, ο στρατηγικός σχεδιασμός, το επίπεδο του τουριστικού ανταγωνισμού σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, η ποιότητα των υποδομών, η κοινωνική σύνθεση και το πολιτιστικό επίπεδο των κατοίκων, οι ξένες επενδύσεις και οι τεχνολογικές υποδομές. Φαίνεται λοιπόν ότι η τοπική τουριστική ανάπτυξη είναι ένα σύνθετο ζήτημα που απαιτεί τη συνεργασία και την αξιοποίηση του κοινωνικού κεφαλαίου, των περιβαλλοντικών πόρων, της τεχνολογίας, κτλ. με στόχο να δημιουργήσει προϊόντα και υπηρεσίες που φέρουν το στοιχείο της καινοτομίας.

Ακόμη, οι Kline et al. (2015) εξέτασαν τη συμβολή του ιππικού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη στη Βιρτζίνια των ΗΠΑ. Σε αυτό το πλαίσιο, ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν μέσω Ιντερνέτ σε μέλη ιππικού ομίλου. Τα αποτελέσματα της έρευνας

έδειξαν ότι η ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού εξαρτάται από έναν μεγάλο αριθμό παραγόντων (πίνακας 7.1).

Πίνακας 7.1: Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του ιππικού τουρισμού σε τοπικό επίπεδο

-
- Ενέργειες destination μάρκετινγκ
 - Υποστήριξη από τους επίσημους φορείς (κρατικούς)
 - Εκπαίδευση των φορέων σχετικά με τα οικονομικά οφέλη του ιππικού τουρισμού
 - Τεχνική βοήθεια για την κατασκευή εκθεσιακών χώρων, αρένων και κατασκηνώσεων.
 - Μαθήματα ιππασίας
 - Υποδομές
 - Χρηματοδότηση
 - Στρατηγικός σχεδιασμός με όραμα
 - Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια
 - Εγκαταστάσεις για άλογα και ιππείς
 - Συνεργασία μεταξύ τοπικών φορέων και επιχειρηματιών
-

Πηγή: Kline et al. (2015)

Επίσης, οι Nyaupane & Timothy (2010) εξέτασαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού στο Μπουτάν. Η ανάλυση τους βασίστηκε αποκλειστικά στη χρήση δευτερογενών δεδομένων. Τα ευρήματα της έρευνας ανέδειξαν δυο βασικές παραμέτρους: α) την ανάγκη αλληλεπίδρασης της τουριστικής κοινότητας με το πολιτικό σύστημα και β) την ανάγκη τμηματοποίησης της αγοράς και στόχευσης σε συγκεκριμένες αγορές

Η έρευνα των Bentley, Page, & Macky (2007) επικεντρώθηκε στον τουρισμό περιπέτειας στη Νέα Ζηλανδία, αναζητώντας τις βασικές πτυχές που επηρεάζουν την ανάπτυξή του. Ομοίως με τους Nyaupane & Timothy (2010), οι Bentley et al. (2015) χρησιμοποίησαν στην ανάλυσή τους μόνο δευτερογενή δεδομένα. Τα βασικά

ευρήματα της έρευνας τονίζουν ότι οι τραυματισμοί αποτελούν απειλή για τον τουρισμό περιπέτειας, με τις δραστηριότητες ιππασίας, το σερφινγκ και την ορεινή ποδηλασία να έχουν τα υψηλότερα ποσοστά τραυματισμών. Σε αυτό το πλαίσιο, η αποφυγή των τραυματισμών και η αντιμετώπισή τους είναι κρίσιμης σημασίας για τη διευκόλυνση της εναλλακτικής τουριστικής ανάπτυξης.

Επιπρόσθετα, οι Margaryan & Fredman (2017) διερεύνησαν τον αντίκτυπο του τουρισμού αναψυχής (leisure tourism) στην περιφερειακή ανάπτυξη στη Σουηδία. Για τον σκοπό αυτό ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε επαγγελματίες του τουρισμού. Τα ευρήματα δείχνουν αύξηση του τουρισμού περιπέτειας που σχετίζεται με υπαίθριες δραστηριότητες, με παράγοντες όπως η εποχικότητα, η τάση για μικρότερες αλλά πιο έντονες διακοπές, η προσβασιμότητα, ο βαθμός συγκέντρωσης των τουριστικών υπηρεσιών να επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση. Οι ερευνητές συμπληρώνουν ότι το φαινόμενο της αστικοποίησης δρα θετικά γιατί οι τουρίστες θέλουν να ξεφύγουν από τις πόλεις και να έρθουν σε επαφή με την φύση, αναζητώντας εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς.

Ακόμη, οι Abubakirova et al. (2016) διερεύνησαν τον οικονομικό αντίκτυπο του ορεινού βιώσιμου τουρισμού στο Καζακστάν. Μεθοδολογικά, η ανάλυση των τελευταίων βασίστηκε αποκλειστικά στην επεξεργασία δευτερογενών δεδομένων. Τα αποτελέσματα της έρευνας τους έδειξαν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην τοπική οικονομική ανάπτυξη του Καζακστάν. Για να επιτευχθεί όμως αυτό χρειάζεται να υπάρξει σταθεροποίηση της ζήτησης και χρήση στρατηγικών destination μάρκετινγκ. Κλείνοντας, οι Abubakirova et al. (2016) αναφέρουν ότι η ανάπτυξη αντικατοπτρίζεται στον αυξημένο αριθμό των τουριστικών αφίξεων και στην αύξηση των ξένων παραγωγικών επενδύσεων.

Οι Nicula, Spanu & Neagu (2013) εστίασαν την έρευνα τους στη Ρουμανία, εξετάζοντας τη σχέση τουρισμού και περιφερειακής ανάπτυξης. Οι συγγραφείς πρώτον βρήκαν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλει στην ενίσχυση της περιφερειακής οικονομίας με δυο τρόπους: α) αυξημένη κατανάλωση από τους τουρίστες (διαμονή, εστίαση, αγορά προϊόντων κτλ.), β) έμμεσα, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, νέους επιχειρηματικούς κλάδους και βελτιώνοντας την εικόνα της

πόλης στις τουριστικές αγορές. Καθοριστικοί παράγοντες επιτυχίας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης είναι ο εκσυγχρονισμός των τουριστικών υπηρεσιών, η παραγωγή τοπικών τουριστικών προϊόντων, η συνεχής εκπαίδευση των εργαζομένων στον κλάδο, η εστίαση στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, η δικτύωση και οι συμπράξεις μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, η χρήση εργαλείων destination μάρκετινγκ και η δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Οι παράγοντες αυτοί προϋποθέτουν την δημιουργία ενός παραγωγικού μοντέλου που έχει ως γνώμονα την «επιστροφή» των ωφελειών της τουριστικής ανάπτυξης στην κοινότητα.

Συνεχίζοντας, οι Qian et al.(2016) διερεύνησαν τη δεκτικότητα των μόνιμων κατοίκων απέναντι στην τοπική τουριστική ανάπτυξη στην Κίνα, και ειδικότερα στην ορεινή περιοχή της Huangshan. Για να προσεγγίσουν τους ερευνητικούς τους στόχους οι ερευνητές χρησιμοποίησαν την ποσοτική προσέγγιση, μοιράζοντας ερωτηματολόγια σε ένα δείγμα των κατοίκων της περιοχής. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι σε διοικητικό επίπεδο τα κριτήρια που καθορίζουν τη σωστή διακυβέρνηση και την ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη είναι η οικονομική αποτελεσματικότητα, η οικολογική ευαισθησία, η διοικητική αποτελεσματικότητα, η φορολογική και οικονομική δικαιοσύνη, η διοικητική και επιχειρηματική ευθύνη και η ικανότητα προσαρμογής της τοπικής κοινωνίας στις αλλαγές της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

Οι Banki, Ismail & Muhammad (2016) διερεύνησαν τις επιπτώσεις της εποχικότητας στον ορεινό τουρισμό στη Νιγηρία. Μεθοδολογικά, οι ερευνητές χρησιμοποίησαν την ποιοτική προσέγγιση, πραγματοποιώντας προσωπικές συνεντεύξεις με 27 επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων. Τα βασικά ευρήματα της έρευνας αναδεικνύουν τον ιδιαίτερα αρνητικό αντίκτυπο της εποχικότητας στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, καλώντας τους αναπτυξιακούς φορείς και την τοπική επιχειρηματική κοινότητα να λάβουν μέτρα για την καταπολέμησή της. Φαίνεται ότι η εποχικότητα είναι βασικό χαρακτηριστικό του μαζικού τουρισμού που έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία οικονομικών συγκέντρωσης.

Οι Malik & Bhat (2015) εξέτασαν τη συμβολή του ορεινού τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη στην περιοχή του Κασμίρ. Οι ερευνητές δημιούργησαν ένα μοντέλο με τη χρήση δευτερογενών δεδομένων που εξετάζει τη δυναμική κάθε προορισμού (Tourism Carrying Capacity) και παράλληλα προτείνει την εισαγωγή νέων προορισμών για να λυθεί το πρόβλημα της συγκέντρωσης, το οποίο όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα κεφάλαια, το αντιμετωπίζει έντονα και η χώρα μας. Η έρευνα έδειξε ότι η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή έχει τρία βασικά εμπόδια όπως η έλλειψη τουριστικής πολιτικής, ο υψηλός βαθμός εποχικότητας και ο υψηλός βαθμός συγκέντρωσης σε λίγους προορισμούς. Ακόμα, καταγράφηκε ο αρνητικός αντίκτυπος του τουρισμού στο περιβάλλον (μεγάλη ποσότητα παραγωγής αποβλήτων, υποβάθμιση των δασών, επιδείνωση της ποιότητας του νερού). Εν κατακλείδι, η έρευνα των Malik & Bhat (2015) ανέδειξε τη σημασία που έχει οι τουριστικές δραστηριότητες, ακόμα και οι εναλλακτικές, να αναπτύσσονται ισόρροπα, με χωροταξικό σχεδιασμό και με σεβασμό απέναντι στο περιβάλλον και τους φυσικούς πόρους.

Επιπρόσθετα, οι Banki & Ismail (2015) διερεύνησαν τον ρόλο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη Νιγηρία. Οι τελευταίοι χρησιμοποίησαν την ποιοτική προσέγγιση, διεξάγοντας 38 προσωπικές συνεντεύξεις με επιχειρηματίες. Οι Banki & Ismail (2015) βρήκαν ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις στηρίζονται σε προσωπικές αποταμιεύσεις, οικογενειακή ενίσχυση και δάνεια τοπικών τραπεζών. Επίσης, η έλλειψη σχεδιασμού και η ανάγκη επιβίωσης απειλεί την τουριστική ανάπτυξη. Συμπερασματικά, η μελέτη των Banki & Ismail (2015) αναδεικνύει τα δομικά προβλήματα της οικονομίας της Νιγηρίας, αλλά και τον κρίσιμο ρόλο που μπορούν να παίξουν οι φορείς της εναλλακτικής χρηματοδότησης στην προσπάθεια ενίσχυσης της τοπικής και βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης περιοχών που υστερούν σε αναπτυξιακή δυναμική.

Οι Dimitrovski, Todorović & Valjarević (2012) εξέτασαν τους κρίσιμους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού και του αγροτουρισμού στη Σερβία. Οι ερευνητές χρησιμοποίησαν συνδυαστικά ποσοτική και ποιοτική έρευνα με στόχο να καλύψουν ευρύτερα το εξεταζόμενο επιστημονικό πρόβλημα. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι αυτά τα δύο είδη βιώσιμου τουρισμού έχουν

θετικό αντίκτυπο στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, ο οποίος αποτυπώνεται στο εισόδημα των κατοίκων, στη μείωση της μετανάστευσης προς τα μεγάλα αστικά κέντρα, στη μείωση της ανεργίας, στην ανάπτυξη της πολιτιστικής ζωής του τόπου, στην προστασία του περιβάλλοντος και στη διατήρηση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας. Ακόμα, βρέθηκε ότι η βασική κατηγορία τουριστών στην υπό εξέταση περιοχή είναι μέσου και ανώτερου εισοδήματος και προέρχονται από αστικά κέντρα. Αυτή η κατηγορία είναι ανοιχτή στο να κάνει αθλητικές δραστηριότητες, να απολαμβάνει τη φύση αλλά και τη γαστρονομία, τομείς στους οποίους πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία.

Παράλληλα, οι Alberti & Giusti (2012) εξέτασαν τον ρόλο που παίζουν τα τουριστικά clusters στην περιφερειακή ανάπτυξη στην Ιταλία. Τα ευρήματα της έρευνας επικεντρώνονται στην ανάδειξη κρίσιμων παραγόντων που καθορίζουν την ανάπτυξη τουριστικών συστάδων όπως το επίπεδο τουριστικής ζήτησης, η ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, ο βαθμός εξειδίκευσης των τοπικών επιχειρήσεων, το επίπεδο των υποδομών, η βιομηχανική παράδοση στον τουριστικό προορισμό και η δομή και ποιότητα της τοπικής διακυβέρνησης.

Για τον Nestorosk (2012) οι παράγοντες επιτυχίας της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σε ορεινές περιοχές είναι η διατήρηση των φυσικών πόρων και της πολιτιστικής κληρονομιάς του προορισμού, η προσβασιμότητα σε αυτόν, οι μεταφορές εντός του τουριστικού προορισμού, η ανάπτυξη τουρισμού σπηλαίων, η ανάπτυξη οικο-τουριστικών δραστηριοτήτων και η έμφαση στον τουρισμό περιπέτειας. Η έρευνα του Nestorosk (2012) υπογραμμίζει τη σημασία που έχει να συνδυαστούν τα διαφορετικά είδη του εναλλακτικού τουρισμού τα οποία μπορούν να εφαρμοστούν σε ορεινούς όγκους με στόχο την ισόρροπη, ήπια και όσο το δυνατόν δικαιότερη ανάπτυξη για τα μέλη της τοπικής κοινότητας.

Ομοίως με τους ερευνητές που αναφέρθηκαν παραπάνω, οι Gugushvili, Salukvadze & Salukvadze (2017) εξέτασαν τους καθοριστικούς παράγοντες της ορεινής τουριστικής ανάπτυξης στη περιοχή Kazbegi στη Γεωργία. Οι τελευταίοι χρησιμοποίησαν πρωτογενή ποιοτικά δεδομένα τα οποία συγκεντρώθηκαν μέσα από την πραγματοποίηση 26 προσωπικών συνεντεύξεων με τουρίστες και επισκέπτες.

Όπως αναφέρουν οι Miles & Huberman (1994), η ποιοτική έρευνα μπορεί να μην επιτρέπει τη μέτρηση των εξεταζόμενων προβλημάτων αλλά εστιάζει στην επιστημονική εμβάθυνση, στοιχείο απαραίτητο για την εξέταση των βαθύτερων κινήτρων που επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά. Οι Gugushvili et al. (2017) βρήκαν ότι συνολικά ο τουρισμός συνέβαλε στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των πολιτών στο Kazbegi. Για να γίνει όμως αυτό πρέπει να δοθεί έμφαση σε παράγοντες όπως συνεργασία του τουρισμού με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας, συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια, συνεργασία με άλλα είδη του βιώσιμου τουρισμού, στρατηγικός σχεδιασμός για εφαρμογή καλύτερων πολιτικών και βελτίωση των προσόντων των ανθρώπων που εργάζονται στον τουρισμό.

Ακόμα, οι Sheppard & Williams (2016) εξέτασαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την έννοια τη ανθεκτικότητας στον ορεινό τουρισμό. Η έρευνα των τελευταίων βασίστηκε στον Καναδά και μεθοδολογικά χρησιμοποιήθηκαν τα εργαλεία της συμμετοχικής παρατήρησης και των προσωπικών συνεντεύξεων (ποιοτική προσέγγιση). Οι Sheppard & Williams (2016) κατέληξαν στην ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου μοντέλου που δίνει έμφαση σε ένα μεγάλο αριθμό παραγόντων (πίνακας 7.2).

Στο ίδιο πνεύμα, οι McCamley & Gilmore (2017) διερεύνησαν τη σημαντικότητα του ρόλου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (MME) στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη Βόρεια Ιρλανδία. Και οι McCamley & Gilmore (2017) χρησιμοποίησαν την ποιοτική προσέγγιση στον ερευνητικό τους σχεδιασμό. Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν τέσσερα κρίσιμα σημεία. Πρώτον, η πολιτιστική κληρονομία των προορισμών αποτελεί τη βάση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Δεύτερον, ο εναλλακτικός/βιώσιμος τουρισμός στηρίζεται κατά κύριο λόγο στις MME. Τρίτον, οι MME είναι δυσαρεστημένες από το επίπεδο υποστήριξης που λαμβάνουν από το κράτος. Τέλος, τέταρτον, ο ρόλος των MME στη διαδικασία του destination branding είναι πολύ κρίσιμος. Συμπερασματικά, η έρευνα των McCamley & Gilmore (2017) υπογράμμισε πως ένα μοντέλο ορεινής τουριστικής ανάπτυξης για να είναι δίκαιο και βιώσιμο, έννοιες αλληλένδετες, πρέπει να βασίζεται στις MME που αποτελούν τη βάση της κοινωνικής συνοχής στη Βόρεια Ιρλανδία.

Πίνακας 7.2: Παράγοντες που επηρεάζουν την ανθεκτικότητα στον ορεινό τουρισμό

-
- Επένδυση στην γνώση και στην κατάρτιση των ανθρώπων που εργάζονται στον τουρισμό
 - Δημιουργία ενός χαρτοφυλακίου τουριστικών δραστηριοτήτων
 - Ανάπτυξη στρατηγικών που αντιμετωπίζουν τις κρίσεις και τα προβλήματα που δημιουργούνται στον τομέα του τουρισμού.
 - Προστασία του περιβάλλοντος και εκπαίδευση των πολιτών σχετικά με την προστασία του
 - Δυνατότητα πειραματισμού
 - Συνεργασία μεταξύ των φορέων του τουρισμού
 - Δημιουργία μηχανισμών για τη μέτρηση του αντίκτυπου του τουρισμού στο περιβάλλον
 - Συμμετοχική διαχείριση
 - Δημιουργία οργανισμών ή ινστιτούτων που θα διαχειρίζονται τη γνώση και την τεχνογνωσία σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης.
 - Έμφαση στην καινοτομία
 - Ανάπτυξη συνεργατικών στρατηγικών που επιτρέπουν την αυτό-οργάνωση της κοινότητας
 - Ανάπτυξη συνεργατικών στρατηγικών που επιτρέπουν την δίκαιη διανομή πόρων και γνώσης
 - Πολύ-επίπεδη διακυβέρνηση
 - Παροχή οράματος
 - Παροχή κινήτρων στους κατοίκους για την ανάπτυξη του τουρισμού
 - Ανάγκη στρατηγικού σχεδιασμού
-

Πηγή: Sheppard & Williams (2016)

Ομοίως, οι Pyke al. (2016) εξέτασαν τους παράγοντες επιτυχίας της ήπιας τουριστικής ανάπτυξης, εστιάζοντας σε περιοχές της Μεγάλης Βρετανίας. Και οι Pyke al. (2016) υιοθέτησαν την ποιοτική ερευνητική μεθοδολογία πραγματοποιώντας

focus groups (ομάδες εστίασης) με 11 στελέχη φορέων που εμπλέκονται με τον τουρισμό. Στον πίνακα 7.3 συνοψίζονται τα βασικά ευρήματα της μελέτης τους.

Πίνακας 7.3: Παράγοντες επιτυχίας του βιώσιμου τουρισμού – Σύνδεση με τη λειτουργία της τοπικής κοινωνίας

-
- Ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να έχει ως κεντρικό στόχο την ευημερία της τοπικής κοινωνίας
 - Επένδυση στην προβολή της εικόνας του προορισμού
 - Στρατηγικός σχεδιασμός
 - Destination branding και χρήση εργαλείων μάρκετινγκ. Χρήση ενός ενιαίου σλόγκαν για όλη την περιοχή.
 - Συμμετοχικό μάρκετινγκ που συμβάλει στην προβολή όλης της περιοχής
 - Συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ΜΜΕ (επιχειρηματικά σχέδια, σχέδια χρηματοδότησης κτλ.)
 - Καταπολέμηση εποχικότητας
 - Αύξηση αριθμού διανυκτερεύσεων
 - Δημόσιες υποδομές (λεωφορεία στην πόλη, δρομολόγια κτλ.)
 - Συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων του τουρισμού
 - Πακέτα προσφορών που βασίζονται στη συνεργασία τουριστικών επιχειρήσεων
 - Οργάνωση ημερίδων και workshops για την προώθηση της συνεργίας μεταξύ επιχειρήσεων.
 - Παροχή κινήτρων σε δίκτυα επιχειρήσεων
 - Συνεργασία φορέων για λήψη χρηματοδοτήσεων
 - Σύνδεση του τουρισμού με τη βελτίωση της ζωής της τοπικής κοινωνίας
-

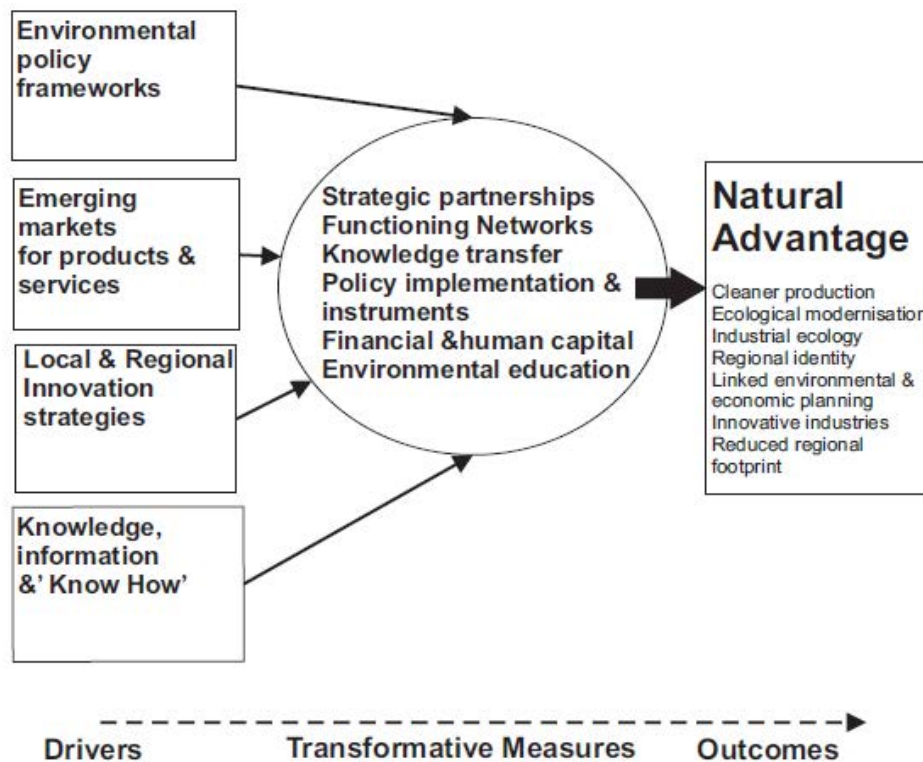
Πηγή: Pyke *al.* (2016)

Εν συντομία, η έρευνα των Pyke *al.* (2016) δείχνει τη σημαντικότητα να συνδεθεί και να ευθυγραμμιστεί η τουριστική ανάπτυξη με τη γενική λειτουργία της τοπικής

κοινωνίας, καλώντας τους εκάστοτε τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς να πάρουν ενεργή θέση και ρόλο στην τουριστική προσπάθεια.

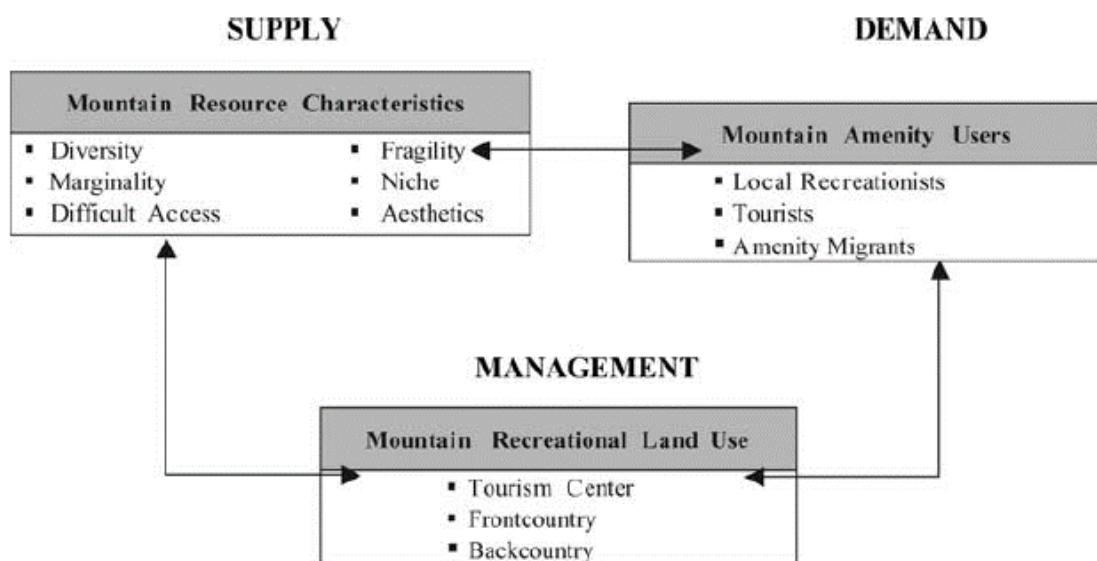
Επιστρέφοντας στον ορεινό τουρισμό, οι Chen, Li & Li (2017) διερεύνησαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την ορεινή τουριστική ανάπτυξη στην Κίνα. Τα βασικά μεθοδολογικά εργαλεία που χρησιμοποίησαν οι τελευταίοι ήταν η συμμετοχική παρατήρηση και οι προσωπικές συνεντεύξεις. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των μελών της τοπικής κοινωνίας. Κρίσιμοι παράγοντες σε αυτή την προσπάθεια είναι η σύσταση ενός φορέα που θα συντονίζει την τουριστική προσπάθεια, η δίκαιη διανομή των τουριστικών εσόδων στην κοινωνία, η επίτευξη οικονομιών κλίμακας, η εστίαση στην επανάληψη των επισκέψεων, η μείωση του κόστους εξυπηρέτησης τουριστών, η προώθηση τοπικών προϊόντων (εργόχειρα, βιοτεχνικά είδη κτλ.), η προβολή και προστασία της πολιτιστικής παράδοσης, η ανάπτυξη και προστασία υποδομών, η χρήση εργαλείων destination μάρκετινγκ, η δημιουργία νομικού και θεσμικού πλαισίου που υποστηρίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, η επένδυση στην κατάρτιση του προσωπικού και ο συντονισμένος στρατηγικός σχεδιασμός.

Επιπρόσθετα, ο Potts (2010) εξέτασε τη σχέση τουρισμού, καινοτομίας και τοπικής οικονομικής ανάπτυξης στην Αυστραλία, χρησιμοποιώντας ποιοτικά ερευνητικά εργαλεία. Η έρευνα έδειξε ότι ο βιώσιμος τουρισμός, όταν αναπτύσσεται με ορθολογικά κριτήρια, συμβάλει στη δημιουργία «φυσικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος» για τους προορισμούς (διάγραμμα 7.1). Καθοριστικοί παράγοντες σε αυτή την προσπάθεια είναι η περιβαλλοντική εκπαίδευση των επαγγελματιών του τουρισμού, η ενίσχυση βιώσιμων επιχειρηματικών δικτύων, η ανάπτυξη τοπικών προγραμμάτων πιστοποίησης, η εστίαση και υποστήριξη στην επιχειρηματικότητα που σέβεται το περιβάλλον, η συνεργασία μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων, η δημιουργία θερμοκοιτίδας για τις τοπικές επιχειρήσεις, η παροχή πληροφοριών και η χρηματοδότηση στις τοπικές επιχειρήσεις, η έμφαση στην έρευνα και την καινοτομία, η αξιολόγηση και η αναθεώρηση των εθνικών και περιφερειακών πολιτικών και τέλος, η ανάπτυξη ενός συστήματος benchmarking για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 7.1: Βιώσιμος τουρισμός ως πηγή ανάπτυξης φυσικού πλεονεκτήματος,
Πηγή: Potts (2010)

Ομοίως, οι Nepal & Chipeniuk (2005) ανέπτυξαν ένα ολοκληρωμένο εννοιολογικό πλαίσιο του ορεινού τουρισμού (διάγραμμα 7.2). Το μοντέλο διακρίνει τρεις βασικές διαστάσεις πάνω στις οποίες βασίζεται η ανάπτυξη του και ειδικότερα την προσφορά, τη ζήτηση και το μάνατζμεντ. Οι παράγοντες που καθορίζουν αυτές τις τρεις διαστάσεις φαίνονται στον πίνακα 7.4. Αξίζει να σημειωθεί ότι ιδιαίτερη σημασία έχει ο τρόπος που αλληλοεπιδρούν αυτές οι τρεις διαστάσεις. Συμπερασματικά, οι Nepal & Chipeniuk (2005) παραθέτουν ένα από τα πιο ολοκληρωμένα μοντέλα ορεινού τουρισμού που αναδεικνύουν τον χαρακτήρα του, άρρηκτα συνδεδεμένο με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.



Διάγραμμα 7.2: Εννοιολογικό πλαίσιο ορεινού τουρισμού, Πηγή: Potts (2010)

Πίνακας 7.4: Κρίσιμοι παράγοντες που καθορίζουν το πλαίσιο λειτουργίας του ορεινού τουρισμού

Προσφορά	Ζήτηση	Μάνατζμεντ
-Αξιοποίηση συγκριτικού πλεονεκτήματος που πηγάζει από τα χαρακτηριστικά του προορισμού	-Εικόνα του προορισμού	-Χρόνος που απαιτείται για την πρόσβαση στον προορισμό
-Σύνδεση της τουριστικής ανάπτυξης με τα τοπικά συστήματα παραγωγής.	-Βαθμός εξοικείωσης με την τοπική κουλτούρα του προορισμού	-Διαθεσιμότητα των τουριστικών πόρων
-Μικρής κλίμακας τεχνολογική καινοτομία.	-Ευκολία πρόσβασης	-Επίπεδα κατανάλωσης των πόρων
-Αναβίωση παραδοσιακών δραστηριοτήτων	-Επιθυμία επαφής με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας	-Βαθμός συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια

-Αποτελεσματική χρήση τουριστικών πόρων	-Βαθμός συμμετοχής στον αστικό τρόπο ζωής	-Διαχείριση κρίσεων
-Συμμετοχική διαδικασία λήψης αποφάσεων και συμμετοχικός σχεδιασμός σε τοπική κλίμακα		-Βαθμός απομόνωσης του προορισμού
-Υποχρεωτική επανεπένδυση τουριστικών εσόδων		-Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους
-Ανάπτυξη των δεξιοτήτων των επαγγελματιών του τουρισμού		-Ποικιλία δραστηριοτήτων
-Μηχανισμοί παρακολούθησης της τουριστικής ανάπτυξης		
-Δυσκολία πρόσβασης στους ορεινούς προορισμούς (υπάρχουν δραστηριότητες που επωφελούνται από την δυσκολία πρόσβασης)		
-Προστασία των πόρων του φυσικού περιβάλλοντος		
-Χρήση εργαλείων niche marketing		
-Πώληση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που συνδέονται με την περιοχή		

-Πώληση προϊόντων
χειροτεχνίας και
βιοτεχνίας που
συνδέονται με την
πολιτιστική παράδοση
του προορισμού.
-Εστίαση στους τουρίστες
που ζουν σε μεγάλα
αστικά κέντρα και θέλουν
να βιώσουν διαφορετικές
τουριστικές εμπειρίες
που βασίζονται σε
υπαίθριες
δραστηριότητες.

Πηγή: Nepal & Chipeniuk (2005)

Σε διαφορετική δημοσίευση της ίδιας χρονιάς ο Nepal (2005) εξέτασε τον ρόλο των απομονωμένων αγροτικών και παραδοσιακών ορεινών οικισμών στην τουριστική ανάπτυξη, εστιάζοντας στο Νεπάλ και ειδικότερα στα Ιμαλάια. Η μεθοδολογία των τελευταίων βασίστηκε σε φωτογραφική τεκμηρίωση. Η έρευνα έδειξε ότι οι παραδοσιακοί αγροτικοί οικισμοί αποτελούν το βασικό μοχλό τουριστικής ανάπτυξης στις ορεινές περιοχές. Δεύτερον, ο ορεινός τουρισμός συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, στη μείωση της ανεργίας σε τοπικό επίπεδο και στην εσωτερική μετανάστευση προς τον προορισμό. Με την έρευνα αυτή φαίνεται για ακόμα μια φορά η σημασία της ανάδειξης της πολιτιστικής ταυτότητας και κληρονομιάς των ορεινών περιοχών, πάνω στις οποίες μπορεί να αναπτυχθεί ο ορεινός τουρισμός με γνώμονα τη διατήρησή τους για τις επόμενες γενιές.

Από την άλλη πλευρά, ερευνητές όπως ο Bourdeau (2009) δίνουν έμφαση σε διοικητικές παραμέτρους αναφέροντας ότι καθοριστικοί παράγοντες για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η ανάπτυξη συνεργασιών. Σε αυτό το πλαίσιο,

προτείνονται δύο άξονες ανάπτυξης συνεργειών. Ο πρώτος αφορά την ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ ακαδημαϊκής κοινότητας και επιχειρήσεων. Ο δεύτερος τη συνεργασία μεταξύ των φορέων διαφορετικών ορεινών περιοχών για ανταλλαγή τεχνογνωσίας.

Οι Singh & Mishra (2004) εξέτασαν τους παράγοντες επιτυχίας της τουριστικής ανάπτυξης σε ορεινές περιοχές, εστιάζοντας και αυτοί στην περίπτωση των Ιμαλαίων. Η ερευνητική μεθοδολογία των τελευταίων ήταν η βιβλιογραφική επισκόπηση. Η έρευνα τους έδειξε ότι ο βιώσιμος ορεινός τουρισμός συμβάλει στην αύξηση των τουριστικών εσόδων μέσω της προσέλκυσης περισσότερων τουριστών και στην οικονομική ανάπτυξη κλάδων που λειτουργούν συμπληρωματικά ως προς τον τουρισμό. Πολλαπλοί είναι οι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτό το μοντέλο ανάπτυξης, όπως η παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα), η προσφορά σχετικά φθηνών καταλυμάτων για κατηγορίες τουριστών μεσαίου εισοδήματος, η παύση λειτουργίας των μη εξουσιοδοτημένων καταλυμάτων, η αύξηση των δρομολογίων προς τον προορισμό, η σωστή ιεράρχηση των μέσων μεταφοράς, η συμμετοχή των κρατικών φορέων στον χωροταξικό σχεδιασμό των τουριστικών εγκαταστάσεων, ειδικά φορολογικά μέτρα που ευνοούν την τουριστική ανάπτυξη στις ορεινές περιοχές (μειωμένος φόρος στα καύσιμα, στις επιχειρήσεις κτλ.), ευνοϊκή χρηματοδότηση τουριστικών επιχειρήσεων, δάνεια για κατασκευή υποδομών που συνδέονται με την ανάπτυξη της περιφέρειας, τεχνική βοήθεια σε αναπτυξιακά πλάνα, διατήρηση της φυσικής ομορφιάς της περιοχής, παροχή χώρων στάθμευσης, αποφυγή των στρατηγικών μαζικού τουρισμού, ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών προορισμών για την αποφόρτιση επιβαρυσμένων περιοχών, διατήρηση και προστασία των φυσικών πόρων, δημιουργία συστάδων (clusters) επιχειρήσεων για τη μείωση του κόστους προσφοράς και έμφαση στην παραγωγή τοπικών προϊόντων.

Ακόμα, ο Zurick (1992), εστιάζοντας πάλι στην περιοχή του Νεπάλ, μέτρησε τον συνολικό αντίκτυπο του ορεινού τουρισμού στην περιοχή. Η μελέτη έδειξε ότι η επίδραση του βιώσιμου ορεινού τουρισμού αντανακλάται σε οικονομικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά οφέλη.

Τέλος, οι Papadimitriou & Gibson (2008) διερεύνησαν τους παράγοντες ικανοποίησης των τουριστών που έχουν επισκεφθεί ορεινούς προορισμούς. Για να προσεγγίσουν τα ερευνητικά τους ερωτήματα οι ερευνητές χρησιμοποίησαν την ποσοτική προσέγγιση διανέμοντας ερωτηματολόγια σε ένα δείγμα 199 τουριστών στην Ήπειρο. Η έρευνα ανέδειξε την κρισιμότητα παραγόντων ζήτησης όπως η κοινωνικοποίηση (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους κτλ.), η συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες, η γνωριμία με καινούρια σπορ, η γνωριμία με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες, η ασφάλεια στον προορισμό, οι ευκαιρίες χαλάρωσης, η επαφή με τη φύση, τα αξιοθέατα με πολιτιστικό υπόβαθρο, το ποιοτικό τοπικό φαγητό, η νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία, η φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων, η ποιότητα των υποδομών, το όμορφο φυσικό περιβάλλον και τα τοπία, το καλό κλίμα και οι ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.

Πριν κλείσει αυτό το κεφάλαιο, ο πίνακας 7.5 συνοψίζει τα ευρήματα των μελετών που αναφέρθηκαν νωρίτερα, ταξινομημένα ανά συγγραφέα και ερευνητική μεθοδολογία.

Πίνακας 7.5: Σύνοψη της ανάλυσης προηγούμενων εμπειρικών ερευνών

Συγγραφείς και έτος δημοσίευσης	Σκοπός	Ερευνητική μέθοδος	Χώρος	Συμπεράσματα – Παράγοντες επιτυχίας του ορεινού και του βιώσιμου τουρισμού – = παράγοντας
Cater (2017)	Συμβολή του τουρισμού μοτοσυκλέτας στην περιφερειακή ανάπτυξη	Ποσοτική έρευνα/ 156 ερωτηματολόγια σε μοτοσικλετιστές	Ουαλία	Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του προορισμού (με σειρά σημαντικότητας): – Καιρός – Ποιότητα οδικού δικτύου – Γραφικά σημεία για στάση – Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων – Μέρη για συνάντηση με άλλους μοτοσικλετιστές – Ευκολία στο παρκινγκ – Ποιότητα εστιατορίων και νυχτερινών κέντρων

				– Υποστηρικτική στάση της αστυνομίας
Li, Ryan, και Cave (2016)	Παράγοντες ανάπτυξης του ορεινού και αγροτικού τουρισμού στην Κίνα	Συμμετοχική παρατήρηση Συγγραφή σημειώσεων Φωτογραφίες και ημερολόγιο Εθνογραφική μελέτη Προσωπικές συνεντεύξεις με: κατοίκους, επισκέπτες, κυβερνητικά στελέχη	Qiyunshan στην Κίνα	Παράγοντες που καθορίζουν την ορεινή τουριστική ανάπτυξη: – Προβολή της τοπικής κουλτούρας του Ταοϊσμού – Στρατηγικός σχεδιασμός – Διασπορά οικονομικών οφελών του τουρισμού στην τοπική κοινωνία – Προστασία των δικαιωμάτων των μόνιμων κατοίκων – Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος – Βελτίωση υποδομών – Στήριξη και βιώσιμη διαχείριση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων – Οίκο-τουρισμός – Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια
Strom & Kerstein (2015)	Μελέτη της ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού	Ποιοτική έρευνα και δευτερογενή στοιχεία	Άσβιλ, Βόρεια Καρολίνα (ΗΠΑ)	– Στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ που εστιάζει στην προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής. – Προστασία του υψηλού επιπέδου ζωής των μόνιμων κατοίκων. – Προστασία περιβαλλοντικών και πολιτιστικών πόρων. – Συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων του τουρισμού.
Maekawa et al. (2013)	Συμβολή του ορεινού τουρισμού στην τοπική οικονομία	Δευτερογενή δεδομένα	Ρουάντα (Αφρική)	Ο ορεινός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη και στη διατήρηση της ειρήνης στην περιοχή.
Borseková, Vaňoná, Vitálišová (2016)	Δημιουργία περιφερειακού ανταγωνιστικού ή πλεονεκτήματ	Ποσοτική και Ποιοτική έρευνα	Σλοβακία	Για να αποκτήσουν οι ορεινοί τουρισμοί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να οδηγηθούν στην περιφερειακή ανάπτυξη πρέπει να εστιάσουν στην

ος για τους
τουριστικούς
προορισμούς

καινοτομία. Κρίσιμοι παράγοντες
σε αυτή την προσπάθεια είναι:

- Ποιότητα ανθρώπινου δυναμικού στην περιοχή
- Μορφωτικό επίπεδο και συνολική υποδομή των στελεχών του τουρισμού.
- Φυσικοί πόροι και γεωγραφική τοποθεσία του προορισμού.
- Δυνατότητα ανάπτυξης καινοτομίας (ύπαρξη φορέων)
- Τοπική κουλτούρα
- Στρατηγικός σχεδιασμός
- Επίπεδο ανταγωνισμού
- Υποδομές
- Κοινωνική σύνθεση και πολιτιστικό επίπεδο των κατοίκων.
- Ξένες επενδύσεις
- Τεχνολογικές υποδομές

Kline et al.
(2015)

Η συμβολή του
ιππικού
τουρισμού
στην
περιφερειακή
ανάπτυξη

Ερωτηματολόγια
μέσω Ιντερνέτ σε
μέλη ιππικού
ομίλου

Βιρτζίνια,
ΗΠΑ

Κρίσιμοι παράγοντες:

- Ενέργειες destination μάρκετινγκ
- Υποστήριξη από τους επίσημους κρατικούς φορείς
- Εκπαίδευση των φορέων σχετικά με τα οικονομικά οφέλη του ιππικού τουρισμού
- Τεχνική βοήθεια για την κατασκευή εκθεσιακών χώρων, αρένων και κατασκηνώσεων.
- Μαθήματα ιππασίας
- Υποδομές
- Χρηματοδότηση
- Στρατηγικός σχεδιασμός με όραμα
- Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια

				– Εγκαταστάσεις για άλογα και ιππείς – Συνεργασία μεταξύ τοπικών φορέων και επιχειρηματιών
Nyaupan & Timothy (2010)	Ανάπτυξη ορεινού τουρισμού στο Μπουτάν	Δευτερογενή δεδομένα	Μπουτάν	<u>Κρίσιμοι παράγοντες:</u> – Αλληλεπίδραση με το πολιτικό σύστημα/ υποστηρικτικό πλαίσιο. – Τμηματοποίηση της αγοράς και στόχευση σε συγκεκριμένες αγορές
Bentley, Page & Macky (2007)	Τραυματισμοί και τουρισμός περιπέτειας	Δευτερογενή δεδομένα	Νέα Ζηλανδία	Οι τραυματισμοί είναι μια απειλή για τον τουρισμό περιπέτειας. Ιππασία, σερφινγκ και ορεινή ποδηλασία είναι τα είδη τουρισμού με τους περισσότερους τραυματισμούς. Αποφυγή των τραυματισμών και η αντιμετώπισή τους είναι κρίσιμης σημασίας για την τουριστική ανάπτυξη.
Margaryan, Fredman (2017)	Διερεύνηση του αντίκτυπου του τουρισμού αναψυχής στην περιφερειακή ανάπτυξη	Ποσοτική έρευνα Ερωτηματολόγια σε επαγγελματίες του τουρισμού	Σουηδία	Η αύξηση στον τουρισμό περιπέτειας που έχει να κάνει με περισσότερες δραστηριότητες στην φύση. <u>Κρίσιμοι παράγοντες & τάσεις:</u> – Μείωση εποχικότητας – Τάση για μικρότερες αλλά πιο έντονες και υψηλής ποιότητας διακοπές – Ευκολία πρόσβασης – Συγκέντρωση τουριστικών υπηρεσιών – Η αστικοποίηση δρα θετικά γιατί οι τουρίστες θέλουν να ξεφύγουν από τις πόλεις και να έρθουν σε επαφή με την φύση
Abubakirova et al.(2016)	Διερεύνηση του οικονομικού αντίκτυπου	Δευτερογενή δεδομένα	Καζακστάν	Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη του Καζακστάν

	του βιώσιμου τουρισμού στο Καζακστάν			Χρειάζεται να υπάρξει σταθεροποίηση της ζήτησης και η χρήση στρατηγικών μάρκετινγκ μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο σε αυτό.
Nicula, Spanu & Neagu (2013)	Τουρισμός και Περιφερειακή ανάπτυξη	Δευτερογενή δεδομένα	Ρουμανία	Παράγοντες επιτυχίας της περιφερειακής τουριστικής ανάπτυξης: – Εκσυγχρονισμός τουριστικών υπηρεσιών – Ανάπτυξη τοπικών τουριστικών προϊόντων – Συνεχή εκπαίδευση των εργαζομένων – Εστίαση στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. – Δικτύωση και συμπράξεις μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων φορέων. – Χρήση των εργαλείων destination μάρκετινγκ – Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
Qian et al. (2016)	Διερεύνηση των αντιλήψεων των κατοίκων σχετικά με τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	Ποσοτική έρευνα	Κίνα	Γενικά κριτήρια που καθορίζουν τη σωστή διακυβέρνηση και την ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη: – Οικονομική Αποτελεσματικότητα – Οικολογική αποτελεσματικότητα – Διοικητική αποτελεσματικότητα – Φορολογική και Οικονομική Δικαιοσύνη – Διοικητική και επιχειρηματική ευθύνη – Ικανότητα προσαρμογής (ανθεκτικότητα)
Banki, Ismail &	Εποχικότητα και ορεινός τουρισμός	Ποιοτική έρευνα/ Προσωπικές συνεντεύξεις με	Νιγηρία	Η εποχικότητα έχει ιδιαίτερα αρνητικό αντίκτυπο στην τοπική τουριστική ανάπτυξη

Muhammad (2016)		27 μικροεπιχειρηματί ες		
Malik & Bhat (2015)	Ορεινός τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη	Δευτερογενή δεδομένα	Κασμίρ	Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη έχει τρία βασικά εμπόδια: έλλειψη τουριστικής πολιτικής, εποχικότητα, υψηλό βαθμό συγκέντρωσης σε λίγους προορισμούς. Ανάπτυξη ενός μοντέλου που εξετάζει τη δυναμική κάθε προορισμού (Tourism Carrying Capacity) και προτείνει την εισαγωγή νέων προορισμών για να λυθεί το πρόβλημα της συγκέντρωσης Κρίσιμοι παράγοντες που επηρεάζουν την τοπική τουριστική ανάπτυξη – Θερμοκρασία & κλίμα – Ποσοστό βροχοπτώσεων – Υποδομές – Μεταφορές – Μοντέλο τοπικής διακυβέρνησης – Αντιλήψεις των τουριστών Αρνητικός αντίκτυπος του τουρισμού στο Κασμίρ στο περιβάλλον (μεγάλη ποσότητα παραγωγής αποβλήτων, υποβάθμιση των δασών, επιδείνωση της ποιότητας του νεύρου). Οι περισσότερες επιχειρήσεις στηρίζονται σε προσωπικές αποταμιεύσεις, οικογενειακή ενίσχυση και δάνεια τοπικών τραπεζών Έλλειψη σχεδιασμού Ανάγκη κάλυψης των χρηματοοικονομικών αναγκών των επιχειρήσεων από φορείς εναλλακτικής χρηματοδότησης Η βασική κατηγορία τουριστών είναι μέσου και ανώτερου
Banki & Ismail (2015)	Επιχειρηματικ ότητα μικρής κλίμακας και τουριστική ανάπτυξη	Ποιοτική έρευνα/ προσωπικές συνεντεύξεις με 38 επιχειρηματίες του τουρισμού	Νιγηρία	
Dimitrovski Todorović &	Βιώσιμη τουριστική	Πρωτογενή έρευνα/Ποσοτική	Σερβία	

Valjarević (2012)	ανάπτυξη στη Σερβία	και ποιοτική προσέγγιση		εισοδήματος και προέρχονται από αστικά κέντρα. Αυτή η κατηγορία είναι ανοιχτή στο να κάνει αθλητικές δραστηριότητες, να απολαμβάνει τη φύση και τη γαστρονομία. Θετικός αντίκτυπος του ορεινού και αγροτικού τουρισμού σε: Εισοδήματα των μόνιμων κατοίκων Μείωση της μετανάστευσης στα μεγάλα αστικά κέντρα Μείωση της ανεργίας Ανάπτυξη της πολιτιστικής ζωής του τόπου Προστασία του οικοσυστήματος Διατήρηση και ανάδειξη της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας
Alberti & Giusti (2012)	Τουριστικές Συστάδες (Clusters) και περιφερειακή ανάπτυξη	Ποιοτική έρευνα	Ιταλία	Βασικοί παράγοντες για την ανάπτυξη συστάδων στον βιώσιμο τουρισμό: – Τουριστική ζήτηση – Πολιτιστική κληρονομία του προορισμού – Βαθμός εξειδίκευσης τοπικών επιχειρήσεων – Υποδομές – Βιομηχανική παράδοση του προορισμού – Δομή διακυβέρνησης
Nestorosk (2012)	Παράγοντες επιτυχίας ορεινής τουριστικής ανάπτυξης	Δευτερογενή δεδομένα	Βόρεια Μακεδονία	– Φυσικοί πόροι – Πολιτιστική κληρονομιά – Προσβασιμότητα – Μεταφορές – Ανάπτυξη τουρισμού σπηλαίων – Οίκο-τουριστικές δραστηριότητες – Έμφαση στον τουρισμό περιπέτειας
Gugushvili, Salukvadze & Salukvadze (2017)	Παράγοντες επιτυχίας ορεινής	Ποιοτική έρευνα/ 26 προσωπικές συνεντεύξεις με	Γεωργία, Kazbegi	Ο τουρισμός συνέβαλε στην τοπική οικονομική ανάπτυξη μέσω της αύξησης του αριθμού

	τουριστικής ανάπτυξης	τουρίστες και επισκέπτες		των τουριστών και των διανυκτερεύσεων.
				Ο τουρισμός συνέβαλε στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των πολιτών <u>Καθοριστικοί παράγοντες:</u> – Συνεργασία με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας – Συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική προσπάθεια – Συνεργασία με άλλα είδη τουρισμού (αγροτουρισμός κτλ.) – Στρατηγικός σχεδιασμός για την εφαρμογή καλύτερων πολιτικών τουρισμού – Βελτίωση των προσόντων των ανθρώπων που εργάζονται στον τουρισμό.
Sheppard & Williams (2016)	Παράγοντες που επηρεάζουν την ανθεκτικότητα στον ορεινό τουρισμό	Συμμετοχική παρατήρηση Ανάλυση εγγράφων (documentary analysis) Προσωπικές συνεντεύξεις	Καναδάς Resort British Columbia (BC)	– Επένδυση στη γνώση και στην κατάρτιση των ανθρώπων που εργάζονται στον τουρισμό – Δημιουργία ενός χαρτοφυλακίου τουριστικών δραστηριοτήτων – Ανάπτυξη στρατηγικών που αντιμετωπίζουν τις κρίσεις και τα προβλήματα που δημιουργούνται στον τομέα του τουρισμού. – Προστασία του περιβάλλοντος και εκπαίδευση των πολιτών σχετικά με την προστασία του – Δυνατότητα πειραματισμού – Συνεργασία μεταξύ των φορέων του τουρισμού – Δημιουργία μηχανισμών για την μέτρηση του αντίκτυπου

του τουρισμού στο περιβάλλον

- Συμμετοχική διαχείριση
- Δημιουργία οργανισμών ή ινστιτούτων που θα διαχειρίζονται τη γνώση και την τεχνογνωσία σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης.
- Έμφαση στην καινοτομία
- Ανάπτυξη συνεργατικών στρατηγικών που επιτρέπουν την αυτό-οργάνωση της κοινότητας και τη δίκαιη διανομή πόρων και γνώσης
- Πολύ-επίπεδη διακυβέρνηση
- Παροχή οράματος
- Παροχή κινήτρων στους κατοίκους για την ανάπτυξη του τουρισμού
- Στρατηγικός Σχεδιασμός

McCamley & Gilmore (2017)	Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (MME) και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	Δευτερογενή δεδομένα & Ποιοτική έρευνα	Βόρεια Ιρλανδία	Η πολιτιστική κληρονομία των προορισμών αποτελεί τη βάση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης Ο εναλλακτικός/βιώσιμος τουρισμός στηρίζεται στις MME Οι MME είναι δυσανεσθημένες από το επίπεδο υποστήριξης που λαμβάνουν από το κράτος Ο ρόλος των MME στο destination branding είναι πολύ κρίσιμος
Pyke al. (2016)	Παράγοντες επιτυχίας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης σε Περιφερειακό επίπεδο	Ποιοτική έρευνα/ Ομάδες εστίασης (focus groups) με 11 στελέχη φορέων του τουρισμού	Αγγλία	– Ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να έχει ως κεντρικό στόχο την ευημερία της τοπικής κοινωνίας – Στρατηγικός σχεδιασμός – Destination branding και χρήση εργαλείων συμμετοχικού μάρκετινγκ. Χρήση ενός ενιαίου σλόγκαν για όλη την Περιφέρεια.

-
- Συμβουλευτικές υπηρεσίες σε ΜΜΕ (επιχειρηματικά σχέδια, σχέδια χρηματοδότησης κτλ.)
 - Καταπολέμηση εποχικότητας
 - Δημόσιες υποδομές
 - Συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων του τουρισμού
 - Πακέτα προσφορών που βασίζονται στην συνεργασία τουριστικών επιχειρήσεων
 - Οργάνωση ημερίδων και workshops για την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων.
 - Παροχή κινήτρων σε δίκτυα επιχειρήσεων
 - Συνεργασία φορέων για λήψη χρηματοδοτήσεων
 - Σύνδεση του τουρισμού με τη βελτίωση της ζωής της τοπικής κοινωνίας

Chen, Li & Li
(2017)

Παράγοντες
επιτυχίας
ορεινής
τουριστικής
ανάπτυξης

Συμμετοχική
παρατήρηση
Προσωπικές
συνεντεύξεις

Κίνα

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των μελών της τοπικής κοινωνίας.

Κρίσιμοι παράγοντες:

- Σύσταση ενός φορέα που θα συντονίζει την τουριστική προσπάθεια
- Δίκαιη διανομή των τουριστικών εσόδων στην κοινωνία
- Οικονομίες κλίμακας
- Επανάληψη επισκέψεων
- Μείωση κόστους εξυπηρέτησης τουριστών
- Προώθηση τοπικών προϊόντων (εργόχειρα, βιοτεχνικά είδη κτλ.)
- Προβολή και προστασία πολιτιστικής παράδοσης.

- Ανάπτυξη και προστασία υποδομών
- Χρήση εργαλείων destination μάρκετινγκ
- Δημιουργία νομικού και θεσμικού πλαισίου που υποστηρίζει τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη
- Επένδυση στην κατάρτιση του προσωπικού
- Στρατηγικός σχεδιασμός

Potts (2010)	Βιωσιμότητα, καινοτομία και περιφερειακή ανάπτυξη	Ποιοτική έρευνα, προσωπικές συνεντεύξεις	Αυστραλία	Ο βιώσιμος τουρισμός συμβάλει στη δημιουργία «φυσικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος» για τους τουριστικούς προορισμούς
--------------	---	--	-----------	--

Κρίσιμοι παράγοντες:

- Περιβαλλοντική εκπαίδευση
- Δημιουργία βιώσιμων επιχειρηματικών δικτύων
- Ανάπτυξη τοπικών προγραμμάτων πιστοποίησης
- Εστίαση και υποστήριξη στην επιχειρηματικότητα που σέβεται το περιβάλλον
- Συνεργασία μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων
- Θερμοκοιτίδα για τοπικές επιχειρήσεις
- Παροχή πληροφοριών και χρηματοδότηση στις τοπικές επιχειρήσεις
- Έμφαση στην έρευνα και την καινοτομία
- Ανάπτυξη ενός συστήματος benchmarking για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων

Nepal & Chipeniuk (2005)	Ανάπτυξη θεωρητικού μοντέλου του ορεινού τουρισμού	Βιβλιογραφική έρευνα	-	Το μοντέλο διακρίνει τρεις βασικές διαστάσεις πάνω στις οποίες βασίζεται η ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού: α)
--------------------------	--	----------------------	---	---

Nepal (2005)	Απομονωμένοι παραδοσιακοί ορεινοί οικισμοί και τουριστική ανάπτυξη	Φωτογραφική τεκμηρίωση	Νεπάλ, Έβερεστ	προσφορά, β) ζήτηση και γ) μάνατζμεντ. Ιδιαίτερη σημασία έχει ο τρόπος που αλληλοεπιδρούν αυτές οι τρεις διαστάσεις. Ο χαρακτήρας του ορεινού τουρισμού είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης Οι παραδοσιακοί οικισμοί αποτελούν το βασικό μοχλό τουριστικής ανάπτυξης στις ορεινές περιοχές. Ο ορεινός βιώσιμος τουρισμός συμβάλει στην ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, στη μείωση της ανεργίας σε τοπικό επίπεδο και στην εσωτερική μετανάστευση προς τον προορισμό
Bourdeau (2009)	Ορεινός τουρισμός και Περιφερειακή ανάπτυξη	Βιβλιογραφική επισκόπηση	-	Ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ ακαδημαϊκής κοινότητας και επιχειρήσεων Συνεργασία μεταξύ των φορέων διαφορετικών ορεινών περιοχών για ανταλλαγή τεχνογνωσίας
Singh & Mishra (2004)	Παράγοντες επιτυχίας τουριστικής ανάπτυξης σε ορεινές περιοχές	Βιβλιογραφική επισκόπηση	Ιμαλάια	Ο βιώσιμος ορεινός τουρισμός συμβάλει στην αύξηση των τουριστικών εσόδων και στην ανάπτυξη κλάδων της τοπικής οικονομίας που λειτουργούν συμπληρωματικά ως προς τον τουρισμό <u>Κρίσιμοι παράγοντες:</u> – Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα) – Προσφορά σχετικά φθηνών καταλυμάτων για κατηγορίες τουριστών μεσαίου εισοδήματος

-
- Βελτίωση της πρόσβασης προς τον προορισμό
 - Χωροταξικός σχεδιασμός τουριστικών εγκαταστάσεων
 - Ειδικά φορολογικά μέτρα που ευνοούν την τουριστική ανάπτυξη στις ορεινές περιοχές (μειωμένος φόρος στα καύσιμα, στις επιχειρήσεις κτλ.)
 - Ευνοϊκή χρηματοδότηση τουριστικών επιχειρήσεων
 - Δάνεια για κατασκευή υποδομών που συνδέονται με την ανάπτυξη της Περιφέρειας
 - Αποφυγή των στρατηγικών μαζικού τουρισμού
 - Ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών προορισμών για την αποφόρτιση επιβαρυσμένων περιοχών
 - Διατήρηση και προστασία των φυσικών πόρων
 - Δημιουργία συστάδων (clusters) επιχειρήσεων για την μείωση του κόστους.
 - Έμφαση στην παραγωγή τοπικών προϊόντων

Zurick (1992)	Περιφερειακή ανάπτυξη και ορεινός τουρισμός	Βιβλιογραφική έρευνα	Νεπάλ	Ο βιώσιμος ορεινός τουρισμός αντανakλάται σε οικονομικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά οφέλη
Papadimitriou & Gibson (2008)	Παράγοντες ικανοποίησης των τουριστών στις ορεινές περιφέρειες	Ποσοτική έρευνα/Ερωτηματολόγια σε 119 τουρίστες	Ήπειρος, Ελλάδα	<u>Κρίσιμοι παράγοντες (ζήτηση):</u> – Κοινωνικοποίηση (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους κτλ.) – Συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες – Γνωριμία με καινούρια σπορ – Γνωριμία με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες – Ασφάλεια στον προορισμό – Χαλάρωση

-
- Επαφή με την φύση
 - Αξιοθέατα με πολιτιστικό υπόβαθρο
 - Καλό τοπικό φαγητό
 - Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία
 - Φιλικότητα κατοίκων
 - Ποιότητα υποδομών
 - Όμορφο φυσικό περιβάλλον και τοπία
 - Κλιματολογικές συνθήκες
 - Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες
-

Συμπερασματικά, η ανάλυση των προηγούμενων ερευνών έδειξε ότι ο ορεινός τουρισμός, αλλά και τα άλλα είδη των ήπιων μορφών τουρισμού, μπορούν να παίξουν κυρίαρχο ρόλο στη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών και Περιφερειών. Για να γίνει όμως αυτό πρέπει να δοθεί έμφαση σε μια σειρά από παράγοντες (ανάδειξη τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας, ενίσχυση των ΜΜΕ, μείωση εποχικότητας, ανάπτυξη των δεξιοτήτων των επαγγελματιών του τουρισμού, έμφαση στην καινοτομία, συνέργειες μεταξύ των φορέων του τουρισμού, συνεργασία με τον πρωτογενή τομέα, πιστοποιήσεις τοπικών προϊόντων, σύνδεση με άλλους τοπικούς παραγωγικούς τομείς της οικονομίας, ευνοϊκό φορολογικό πλαίσιο, στρατηγικός σχεδιασμός, πρακτικές destination branding, κτλ.) οι οποίοι στην ουσία δημιουργούν ένα εναλλακτικό παραγωγικό μοντέλο που λειτουργεί σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον και επικεντρώνεται στις αξίες της ισότητας, της δικαιοσύνης, της γνώσης και της συνεργασίας. Συνεπώς, δημιουργείται μια διαφορετική αντίληψη λειτουργίας της τοπικής οικονομίας και της κοινωνίας, η οποία τελικώς καθίσταται συμμετοχή και ενεργή στον τρόπο με τον οποίο αποφασίζει να αναπτυχθεί.

Κεφάλαιο 8: Η περιοχή της Ηπείρου

8.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται και αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Ηπείρου. Δίνεται έμφαση σε γεωγραφικά, δημογραφικά, οικονομικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά δεδομένα, σε μια προσπάθεια απεικόνισης του χαρακτήρα της εξεταζόμενης περιοχής. Στο τέλος το κεφαλαίου παρατίθενται χάρτες που συνοψίζουν τα κύρια σημεία της ανάλυσης.

8.2 Γεωγραφία

Η Περιφέρεια Ηπείρου καταλαμβάνει το βορειοδυτικό τμήμα της Ελλάδας, έχοντας δυτικά το Ιόνιο Πέλαγος, και βορειοανατολικά τους ορεινούς όγκους της Πίνδου. Αν και σε σχέση με τη γεωγραφική της θέση στον Ελλαδικό χώρο θεωρείται σχετικά απομονωμένη, εν τούτοις κατέχει σημαντικό πλεονέκτημα αποτελώντας πύλη εισόδου - εξόδου προς τα Βαλκάνια και την Δυτική Ευρώπη. Η συνολική έκταση της Ηπείρου είναι 9.203km², καλύπτοντας το 6,7% της συνολικής έκτασης της χώρας (ΣΕΤΕ, 2023). Ως περιοχή κατέχει ένα μεγάλο αριθμό ορεινών όγκων με ιδιόμορφη γεωμορφολογία και κλιματικές συνθήκες. Η ιδιαιτερότητα αυτή των κλιματικών συνθηκών οφείλεται στον ορεινό χαρακτήρα της Ηπείρου, στη γειτνίαση με τη θάλασσα από τη δυτική πλευρά και στην οροσειρά της Πίνδου που εκτείνεται στα ανατολικά με μεγάλο υψόμετρο. Ενδεικτικό είναι ότι το 77 % της συνολικής επιφάνειας της Περιφέρειας καλύπτεται από ορεινές εκτάσεις (ΣΕΤΕ, 2023), ευνοώντας έτσι την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού.

8.3 Διοικητική Διαίρεση

Η Περιφέρεια της Ηπείρου περιλαμβάνει 4 Περιφερειακές Ενότητες (ΠΕ) και πιο συγκεκριμένα, την Περιφερειακή ενότητα Άρτας με πρωτεύουσα την Άρτα, την Περιφερειακή ενότητα Θεσπρωτίας με πρωτεύουσα την Ηγουμενίτσα, την Περιφερειακή ενότητα Ιωαννίνων με πρωτεύουσα τα Ιωάννινα και την Περιφερειακή

ενότητα Πρέβεζας με πρωτεύουσα την Πρέβεζα. Η διοικητική έδρα της περιφέρειας βρίσκεται στην πόλη των Ιωαννίνων και οι διοικητικές έδρες των Περιφερειακών Ενοτήτων εδρεύουν στις αντίστοιχες πρωτεύουσες τους. Όσον αφορά τον αριθμό των δήμων ανά ΠΕ, αυτή της Άρτας περιλαμβάνει 4 δήμους, της Θεσπρωτίας και της Πρέβεζας 3 δήμους, και των Ιωαννίνων 8 δήμους (Περιφέρεια Ηπείρου, 2015).

8.4 Πληθυσμός

Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του 2021 ο πληθυσμός σε όλη την Ελλάδα μειώθηκε κατά -3 %, εγείροντας δημογραφικές ανησυχίες. Η μείωση στον πληθυσμό της Ηπείρου ήταν ακόμα μεγαλύτερη, φτάνοντας στο -5 %. Σε απόλυτα νούμερα ο πληθυσμός στην Ήπειρο από 336.586 κατοίκους το 2011 μειώθηκε στους 319.991 το 2021 (πίνακας 8.1). Η Ήπειρος θεωρείται σχετικά αραιοκατοικημένη με πληθυσμιακή πυκνότητα 36,60 κάτ./τ.χμ.

Πίνακας 8.1: Εξέλιξη του πληθυσμού της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2011-2021

Περιφέρεια	2011	2021	Διαφορά σε % 2011 - 2021
Αττική	3.828.434	3.814.064	0%
Κεντρική Μακεδονία	1.882.108	1.795.669	-5%
Θεσσαλία	732.762	688.255	-6%
Δυτική Ελλάδα	679.796	648.220	-5%
Κρήτη	623.065	624.408	0%
Ανατολική Μακεδονία & Πελοπόννησος	608.182	562.201	-8%
Στερεά Ελλάδα	577.903	539.535	-7%
Νότιο Αιγαίο	547.390	508.254	-7%
Ήπειρος	309.015	327.820	6%
Δυτική Μακεδονία	336.856	319.991	-5%
Ιόνια Νησιά	283.689	254.595	-10%
Βόρειο Αιγαίο	207.855	204.532	-2%
Ελλάδα	10.816.286	10.482.487	-3%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2023); INSETE Intelligence (2023)

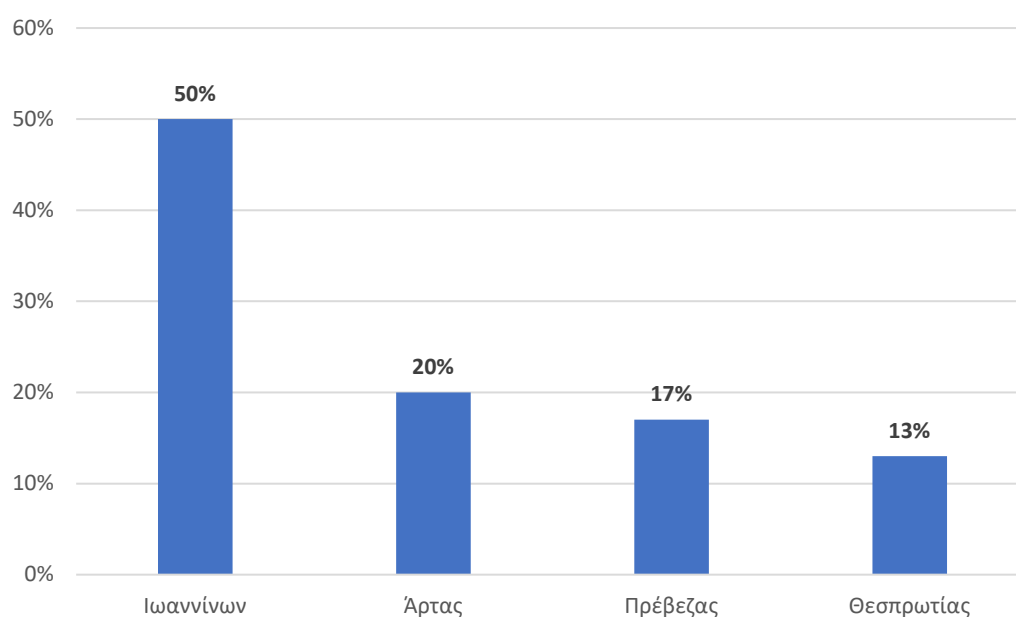
Σε όλες τις Περιφερειακές ενότητες ο συνολικός πληθυσμός μειώθηκε την τελευταία δεκαετία. Όπως φαίνεται στον πίνακα 8.2, η μεγαλύτερη μείωση παρατηρήθηκε στην Άρτα και στη Θεσπρωτία (-6%), ενώ στην Περιφερειακή Ενότητα Ιωαννίνων μειώθηκε κατά -4 %.

Πίνακας 8.2: Εξέλιξη του πληθυσμού της Περιφέρειας Ηπείρου, 2011-2021

Ενότητα	2011	2021	Διαφορά σε % 2011 - 2021
Ιωαννίνων	167.901	160.773	-4%
Άρτας	67.877	63.732	-6%
Πρέβεζας	57.491	54.682	-5%
Θεσπρωτίας	43.587	40.804	-6%
Ήπειρος	336.856	319.991	-5%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2023); INSETE Intelligence (2023)

Η ΠΕ Ιωαννίνων συγκεντρώνει το 50 % του συνολικού πληθυσμού της περιφέρειας. Τα Ιωάννινα, ως το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της περιοχής, έχουν και τον μεγαλύτερο πληθυσμό της Περιφέρειας, ακολουθούμενα από την Άρτα και την Πρέβεζα (διάγραμμα 8.1).



Διάγραμμα 8.1: Ποσοστιαία κατανομή του πληθυσμού της Περιφέρειας Ηπείρου, 2021, INSETE Intelligence (2023)

Μια ακόμα ένδειξη του δημογραφικού προβλήματος της Ηπείρου, αλλά και όλης της επικράτειας, είναι ότι ο πληθυσμός γηράσκει. Ειδικότερα, οι κάτοικοι που ανήκαν στην ηλικιακή κατηγορία 20-29 ετών και 30-39 ετών μειώθηκαν κατά -25 % και -24 % αντίστοιχα το 2021 σε σχέση με το 2011 (πίνακας 8.3). Αντίθετα, για την ίδια χρονική περίοδο, οι κάτοικοι 60-69 ετών και άνω των 80 αυξήθηκαν κατά 12 % και 26 % αντίστοιχα. Συνεπώς, απαιτείται η εφαρμογή πολιτικών με στόχο την επιστροφή νέων ανθρώπων στην περιοχή που θα συμβάλλει στη συνολική αναζωογόνησή της.

Πίνακας 8.3: Κατανομή του πληθυσμού της Περιφέρειας Ηπείρου ανά ηλικιακή κατηγορία, 2011-2021

Ηλικιακή κατηγορία	2011	2021	Διαφορά σε % 2011 - 2021
0-9	29.553	24.704	-16%
10-19	33.021	31.736	-4%
20-29	39.835	29.876	-25%
30-39	44.635	33.727	-24%
40-49	44.006	44.289	1%
50-59	44.663	44.094	-1%
60-69	40.015	44.915	12%
70-79	37.379	36.633	-2%
80 +	23.749	30.017	26%
Σύνολο	336.856	319.991	-5%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2023); INSETE Intelligence (2023)

8.5 Οικονομία και απασχόληση

Σε όλη τη χώρα, από το 2011 και μετά, το κατά κεφαλή ΑΕΠ μειώθηκε σημαντικά ως απόρροια των συνεχών κρίσεων που βίωσε η Ελλάδα (οικονομική κρίση, πανδημία, κτλ.). Μέχρι το 2015 οι επιπτώσεις της κρίσης στο ΑΕΠ ήταν ακόμα πιο έντονες. Μετά το 2016 παρουσιάζονται ανοδικές τάσεις, χωρίς όμως να έχει επιτευχθεί η σταθερότητα που υπήρχε πριν την εμφάνιση της χρηματοπιστωτικής κρίσης του 2008. Η ίδια τάση ακολουθήθηκε και στην Ήπειρο, με το κατά κεφαλή ΑΕΠ να μειώνεται κατά -9 % την τελευταία δεκαετία. Οι μόνες περιφέρειες στη χώρα που

κατάφεραν να παρουσιάσουν ανοδικές τάσεις στο κατά κεφαλή ΑΕΠ για το ίδιο χρονικό διάστημα ήταν η Θεσσαλία και η Στερεά Ελλάδα (πίνακας 8.4).

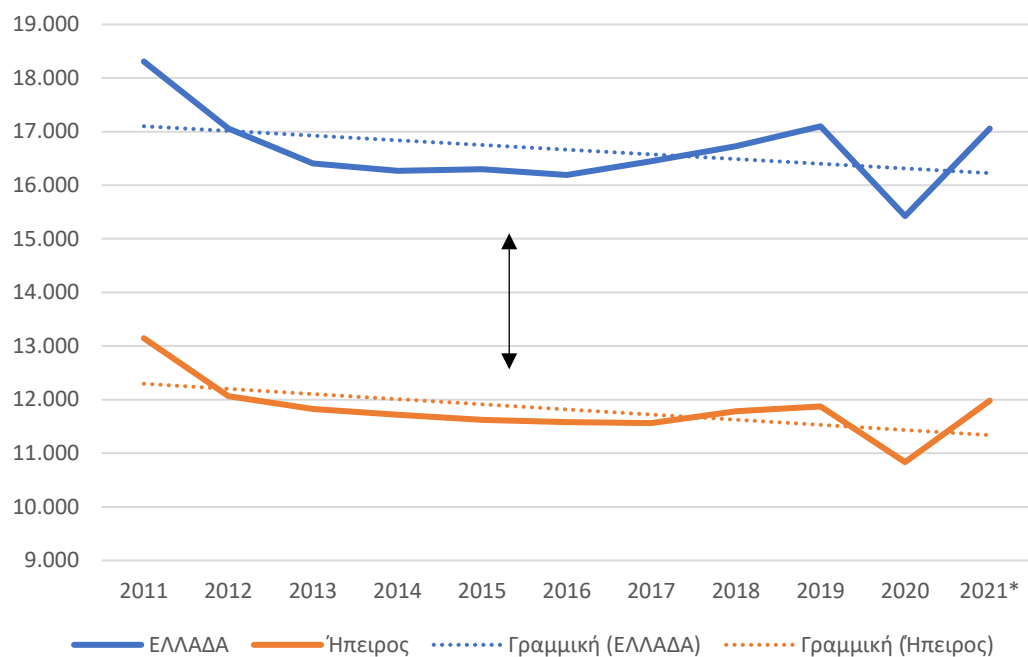
Πίνακας 8.4: Κατά κεφαλή ακαθάριστο εγχώριο προϊόν ανά περιφέρεια (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020

Περιφέρειες και νομοί	2011	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*	% 2011- 2021
ΕΛΛΑΔΑ	18.308	16.299	16.193	16.449	16.730	17.101	15.424	17.058	-7%
ΑΤΤΙΚΗ	24.796	21.992	21.975	22.453	22.854	23.510	21.294	23.335	-6%
Βόρειο Αιγαίο	14.433	12.654	12.154	11.732	11.415	11.222	9.810	10.658	-26%
Νότιο Αιγαίο	19.631	18.182	17.395	17.431	17.911	18.381	14.203	16.639	-15%
Κρήτη	15.262	13.972	13.611	13.939	14.212	14.552	12.336	13.994	-8%
Ανατολική Μακεδονία, Θράκη	13.094	11.207	11.277	11.308	11.472	11.585	10.723	12.006	-8%
Κεντρική Μακεδονία	14.311	12.611	12.649	12.799	13.121	13.372	12.191	13.453	-6%
Δυτική Μακεδονία	17.475	17.102	15.817	15.895	15.513	14.700	12.922	14.141	-19%
Ήπειρος	13.146	11.624	11.583	11.560	11.781	11.870	10.833	11.981	-9%
Θεσσαλία	13.012	12.286	12.152	12.318	12.606	13.030	12.075	13.390	3%
Ιόνια Νησιά	16.358	14.935	14.743	14.877	15.447	15.901	12.497	14.520	-11%
Δυτική Ελλάδα	13.587	11.977	11.758	11.845	12.091	12.322	11.281	12.429	-9%
Στερεά Ελλάδα	16.436	14.416	14.639	14.959	15.175	15.411	14.937	16.834	2%
Πελοπόννησος	14.927	13.693	13.677	13.946	13.995	14.348	13.139	14.407	-3%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024) και ίδια επεξεργασία

* Προσωρινά στοιχεία

Το κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ήπειρο υπολείπεται σημαντικά και διαχρονικά από αυτό του συνόλου της χώρας, αναδεικνύοντας ξανά ότι η περιοχή βρίσκεται σε αναπτυξιακή υστέρηση σε σχέση με τις άλλες Ελληνικές, αλλά και Ευρωπαϊκές Περιφέρειες (διάγραμμα 8.2).



Διάγραμμα 8.2: Εξέλιξη του κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ελλάδα και στην Ήπειρο, (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020, Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024)

* Προσωρινά στοιχεία

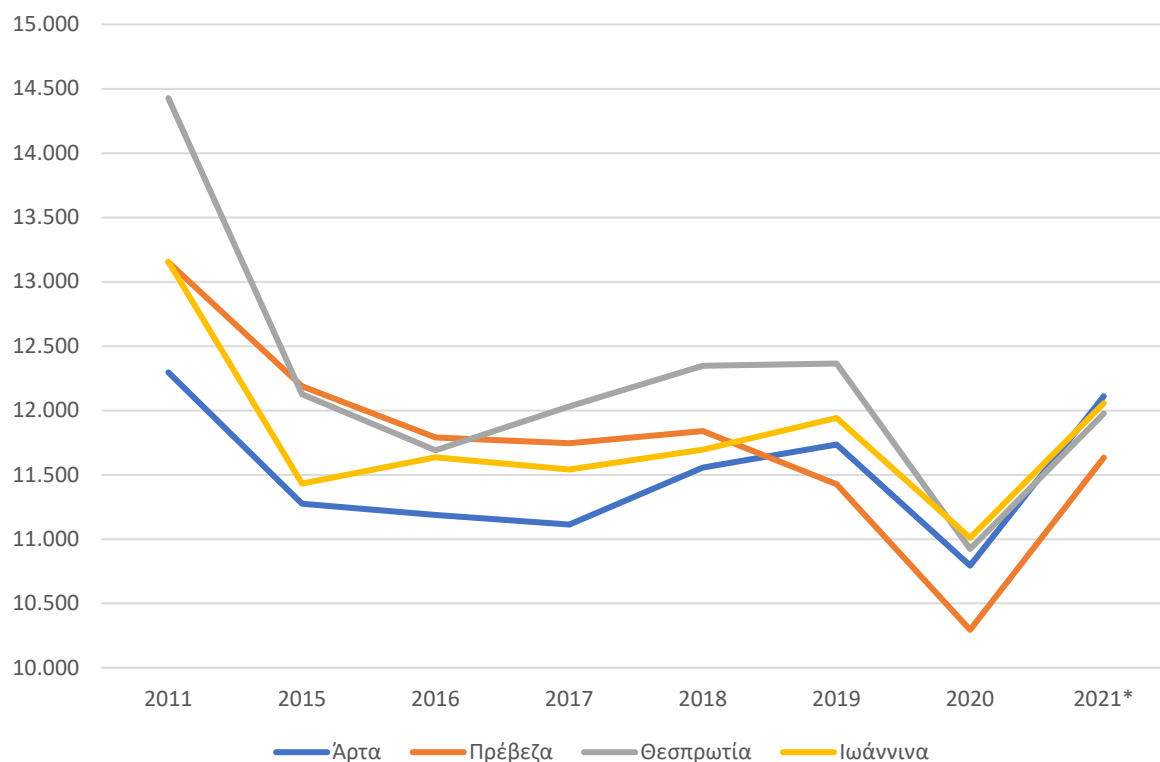
Πτωτικές ήταν οι τάσεις του κατά κεφαλή ΑΕΠ σε όλες τις ΠΕ της Ηπείρου την τελευταία δεκαετία. Όπως φαίνεται στον πίνακα 8.5, στη ΠΕ Πρεβέζης και Θεσπρωτίας η μείωση έφτασε το -12 % και -17 % αντίστοιχα. Πιο ήπια ήταν η μείωση στην ΠΕ Άρτας (-2%), ενώ στην ΠΕ Ιωαννίνων ήταν -8 % (διάγραμμα 8.3).

Πίνακας 8.5: Κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ήπειρο ανά Περιφερειακή Ενότητα (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020

Περιφέρειες και νομοί	2011	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*	% 2011-2021
Ήπειρος	13.146	11.624	11.583	11.560	11.781	11.870	10.833	11.981	-9%
Άρτα	12.296	11.276	11.189	11.114	11.556	11.736	10.794	12.111	-2%
Πρέβεζα	13.152	12.187	11.791	11.746	11.839	11.427	10.295	11.634	-12%
Θεσπρωτία	14.427	12.127	11.690	12.031	12.347	12.364	10.923	11.977	-17%
Ιωάννινα	13.156	11.431	11.636	11.541	11.695	11.941	11.010	12.055	-8%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024) και ίδια επεξεργασία

* Προσωρινά στοιχεία



Διάγραμμα 8.3: Κατά κεφαλή ΑΕΠ στην Ήπειρο ανά Περιφερειακή Ενότητα (σε €, τρέχουσες τιμές), 2011-2020, Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024)

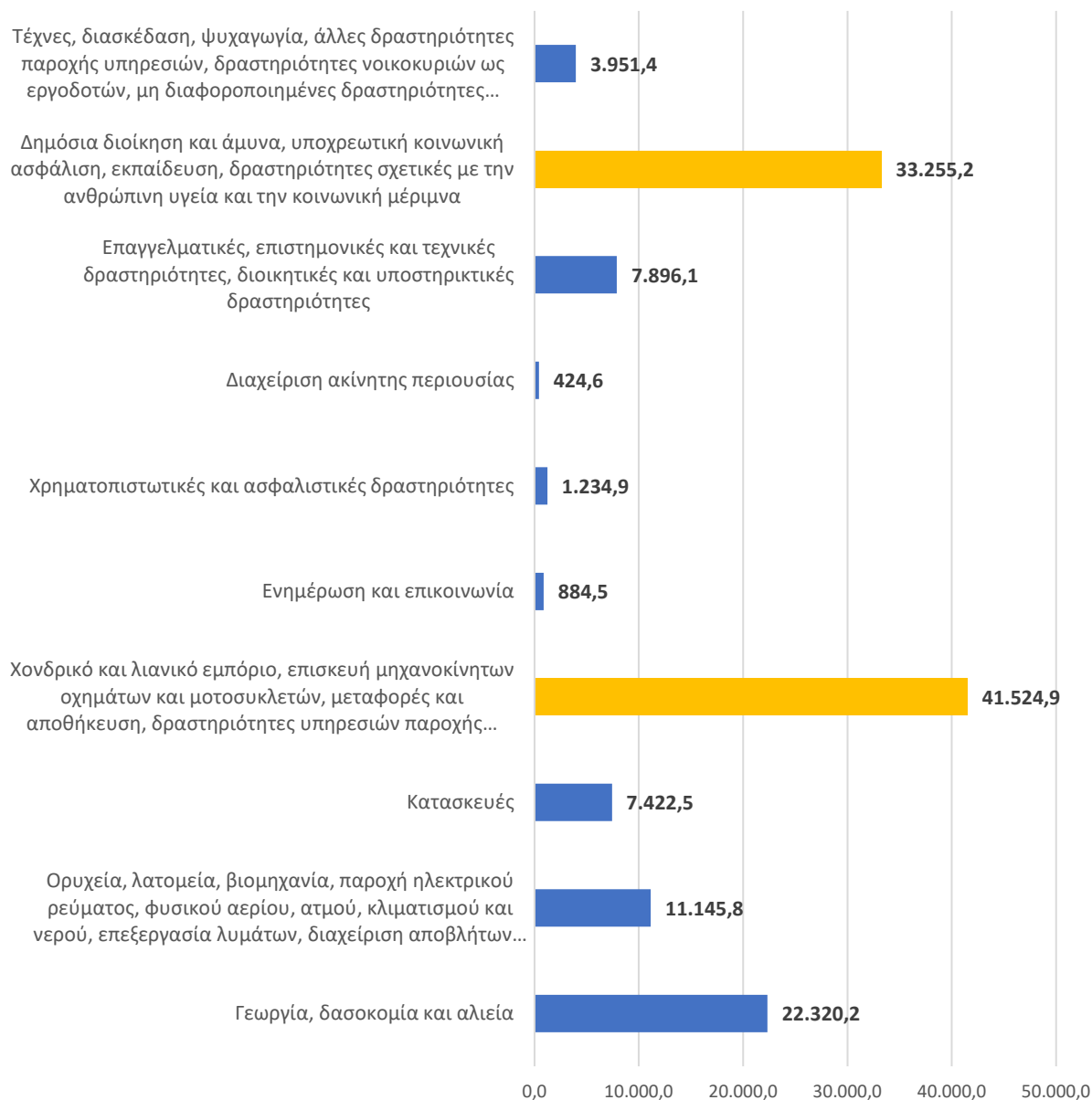
Όσον αφορά την απασχόληση, η Ήπειρος απασχολεί μόλις το 3 % του συνολικού αριθμού των εργαζομένων της χώρας, τη στιγμή που το αντίστοιχο ποσοστό για την Περιφέρεια Αττικής είναι 39 % (πίνακας 8.6). Και αυτό το στοιχείο, σε συνδυασμό με τα όσα αναφέρθηκαν και στο δεύτερο κεφάλαιο, δείχνουν τις τάσεις συγκέντρωσης της Ελληνικής οικονομίας και του προβληματικού εγχώριου αναπτυξιακού και παραγωγικού μοντέλου. Οι τομείς που απασχολούν τους περισσότερους εργαζόμενους στην Ήπειρο είναι η δημόσια διοίκηση, το χοντρικό και το λιανικό εμπόριο, οι υπηρεσίες εστίασης και παροχής καταλύματος και η γεωργία (διάγραμμα 8.4).

Πίνακας 8.6: Απασχόληση ανά Περιφέρεια 2021*, Σε αριθμό εργαζομένων

ΕΛΛΑΔΑ	4.687.218,0	%
Αττική	1.823.968,9	39%
Βόρειο Αιγαίο	76.077,9	2%
Νότιο Αιγαίο	162.774,6	3%
Κρήτη	280.743,9	6%
Ανατολική Μακεδονία, Θράκη	233.691,2	5%
Κεντρική Μακεδονία	760.058,3	16%
Δυτική Μακεδονία	97.729,3	2%
Ήπειρος	130.059,9	3%
Θεσσαλία	301.883,0	6%
Ιόνια Νησιά	94.894,4	2%
Δυτική Ελλάδα	259.648,3	6%
Στερεά Ελλάδα	224.644,1	5%
Πελοπόννησος	241.044,3	5%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024)

* Προσωρινά στοιχεία



Διάγραμμα 8.4: Απασχόληση ανά τομέα στην Περιφέρεια Ηπείρου, 2021, σε άτομα,
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024)

Πιο αναλυτική εικόνα σχετικά με την απασχόληση ανά κλάδο δραστηριοποίησης της τοπικής οικονομίας της Ηπείρου προσφέρει ο πίνακας 8.6 που δείχνει τα τελευταία δεδομένα του μητρώου επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ. Ειδικότερα, οι περισσότεροι εργαζόμενοι βρίσκονται στους κλάδους της Γεωργίας και της Δασοκομίας, στο Χοντρικό και Λιανικό Εμπόριο, στην Εκπαίδευση, στις Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής Καταλύματος και υπηρεσιών Εστίασης, στην Εκπαίδευση και στην Υγεία

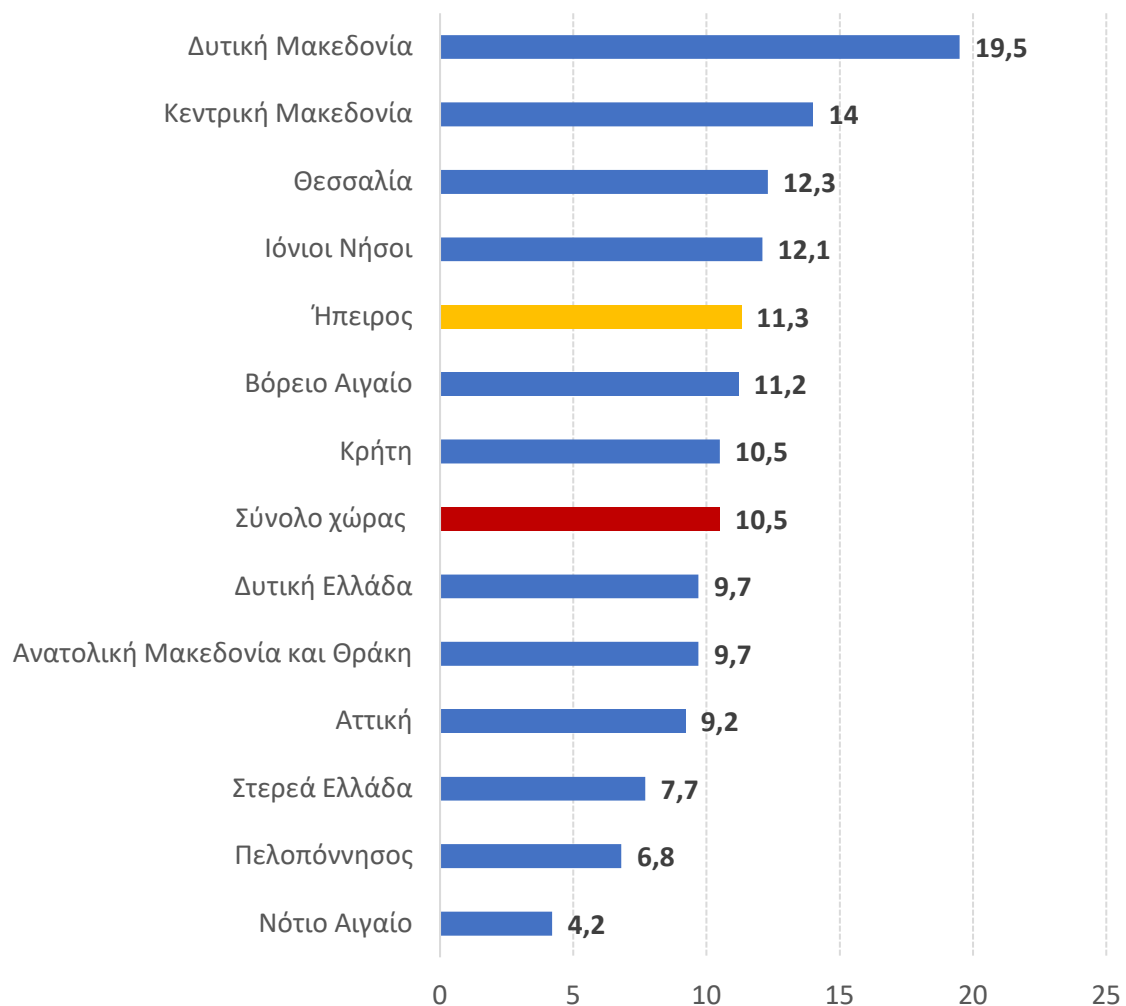
(πίνακας 8.7). Αυτοί οι κλάδοι αποτυπώνουν και συνολικά τον χαρακτήρα της οικονομίας της Ηπείρου.

Πίνακας 8.7: Αριθμός νομικών μονάδων, κύκλος εργασιών (σε χιλ. ευρώ) και απασχολούμενοι στην Περιφέρεια Ηπείρου (2021)

	ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (σε χιλιάδες ευρώ)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ
ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΛΙΕΙΑ	19.502	565.234	16.336
ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	1.716	1.528.526	9.935
ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ, ΑΤΜΟΥ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΥ	575	38.759	658
ΠΑΡΟΧΗ ΝΕΡΟΥ· ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΛΥΜΑΤΩΝ, ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΞΥΓΙΑΝΣΗΣ	69	27.689	527
ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ· ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ	6.070	2.075.040	15.972
ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ	1.836	191.248	3.279
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	4.396	226.551	17.815
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	396	33.658	927
ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	322	24.733	546
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ	134	7.366	238
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ, ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	3.755	153.051	5.684
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	511	28.467	1.206
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	788	18.230	9.918
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	1.391	60.400	8.330
ΤΕΧΝΕΣ, ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	564	15.892	1.698
ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	1.159	22.154	2.714
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	2.510	202.998	4.980
Άγνωστη Δραστηριότητα	44	93	59

Δεν υπάρχουν διαθέσιμα δεδομένα σχετικά με τα Ορυχεία και τα Λατομεία, τη Δημόσια Διοίκηση, την Άμυνα και την Κοινωνική Ασφάλιση

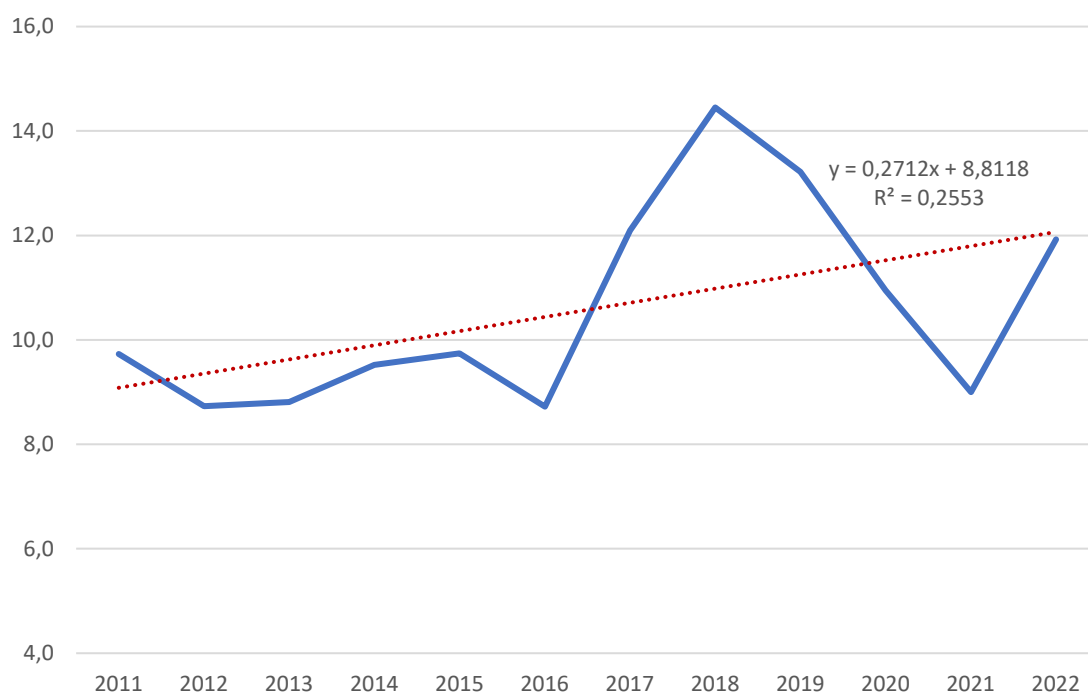
Τέλος, σχετικά με την ανεργία, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Δ τρίμηνο του 2023), στην Ήπειρο κυμαίνεται στο 11,3 %, πάνω από τον μέσο όρο της χώρας (10,5 %). Αυτό το ποσοστό την κατατάσσει στην πέμπτη θέση, πίσω από τις περιφέρειες Δυτικής και Κεντρικής Μακεδονίας, Θεσσαλίας και Ιονίων Νήσων. Η εικόνα της ανεργίας αποτυπώνει ακόμα μια όψη των εγχώριων περιφερειακών ανισοτήτων, με περιοχές όπως οι Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου, Πελοποννήσου, Στερεάς Ελλάδας, κτλ. να κινούνται σημαντικά κάτω από το 10 % (διάγραμμα 8.5).



Διάγραμμα 8.5: Ποσοστό ανεργίας ανά Περιφέρεια στην Ελλάδα, Δ τρίμηνο 2023,
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2024)

8.6 Τουρισμός

Όσον αφορά τον τουρισμό, η εξέλιξη της απασχόλησης στον κλάδο παρουσιάζει ανοδικές τάσεις μετά το 2015, δείχνοντας τη δυναμική του στην περιοχή. Το 2020, λόγω της πανδημίας του COVID 19, προκλήθηκε απότομη πτώση στην απασχόληση στον τουρισμό, που φαίνεται ότι σταθεροποιείται μετά το 2021 (διάγραμμα 8.6).



Διάγραμμα 8.6: Εξέλιξη της απασχόλησης στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης στην Ήπειρο, 2011-2022, (σε χιλ.), Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence (2023)

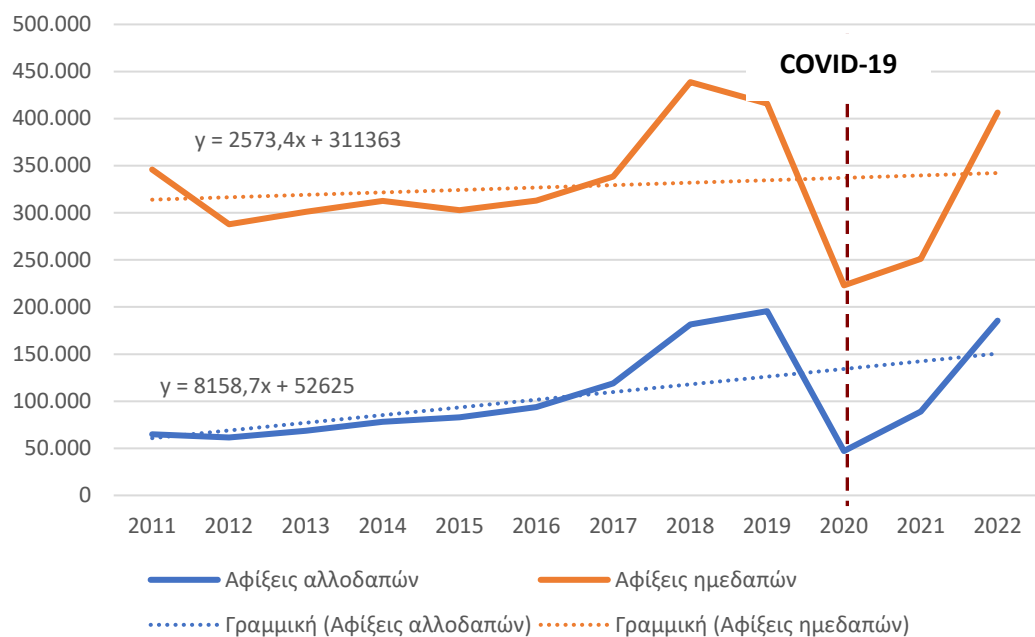
Στη συνέχεια ο πίνακας 8.8 δείχνει τα βασικά μεγέθη του τουρισμού στην Ήπειρο για το 2022. Όπως φαίνεται παρακάτω, οι επισκέψεις τουριστών αποτελούν μόλις το 3,5 % του συνόλου της χώρας, ενώ οι εισπράξεις και οι διανυκτερεύσεις το 1,5 %. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν τα σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης που έχει ο τουρισμός στην περιοχή, ενισχύοντας έτσι την τοπική οικονομία. Ομοίως, σχετικά χαμηλά κυμαίνονται οι δαπάνες ανά επισκέπτη και η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών.

Πίνακας 8.8: Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου
2022

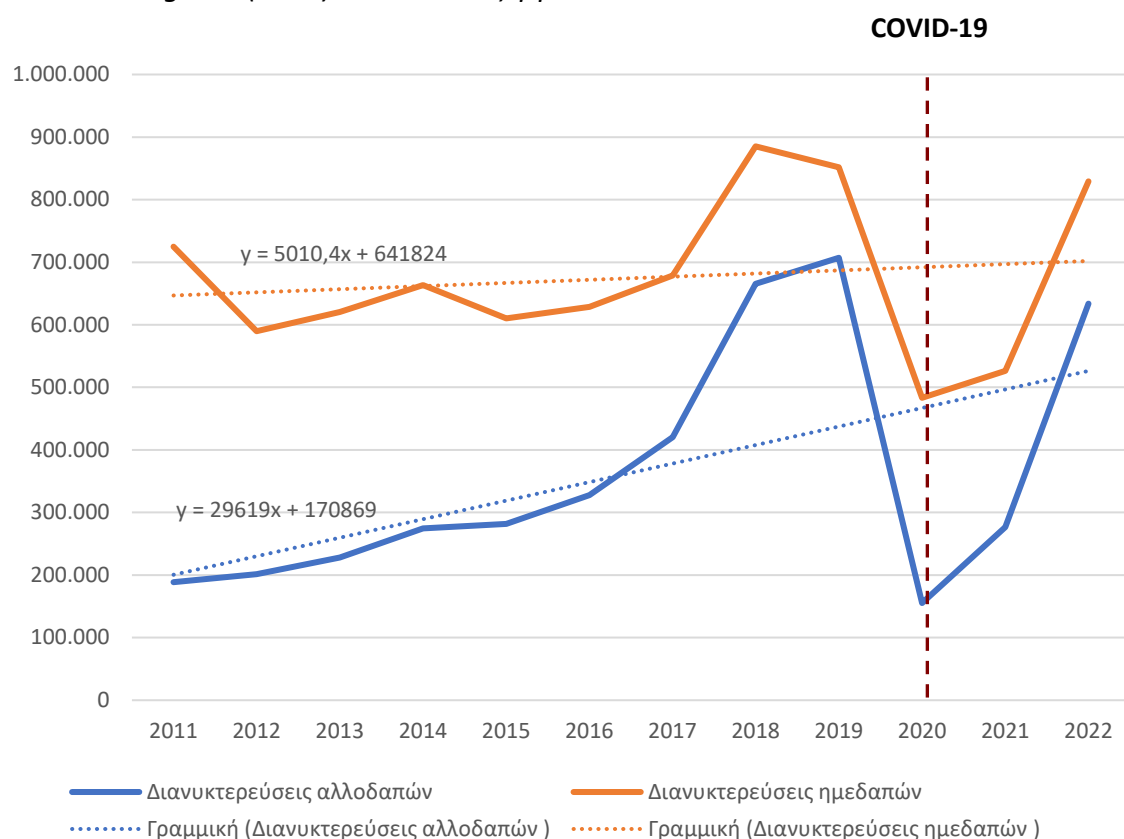
Χώρες Προέλευσης	Επισκέψεις (σε χιλ.)	Εισπράξεις (σε εκ. €)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)	Δαπάνη/ Επίσκεψη (σε €)	Δαπάνη/ Διανυκτέρευση (σε €)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Αλβανία	196,0	45,7	325,6	233,0	140,2	1,7
Γερμανία	49,8	40,4	483,0	810,4	83,6	9,7
Ην. Βασίλειο	52,3	35,2	420,4	671,6	83,6	8,0
Ιταλία	45,0	18,0	243,3	399,1	73,8	5,4
Λουπές	739,9	121,1	1.705,9	163,7	71,0	2,3
Σύνολο	1.083,0	260,3	3.178,2	240,3	81,9	2,9
% επί του συνόλου	3,5%	1,5%	1,5%			

Πηγή: INSETE Intelligence (2023); Τράπεζα της Ελλάδας (2023)

Το περιθώριο ανάπτυξης του τουρισμού στην περιοχή αποτυπώνεται και από το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών, τόσο όσον αφορά τις αφίξεις αλλά και τις διανυκτερεύσεις, είναι ημεδαποί (διαγράμματα 8.7 και 8.8 αντίστοιχα). Από την άλλη πλευρά, οι αλλοδαποί επισκέπτες παρουσιάζουν ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι οι περισσότεροι τουρίστες της χώρας είναι αλλοδαποί, κάτι το οποίο δε συμβαίνει στην Ήπειρο, παρουσιάζεται η ευκαιρία στην περιοχή να εστιάσει σε ξένες αγορές για να ενισχύσει την τουριστική της δυναμική. Ένα ακόμα σημαντικό δεδομένο είναι η συστηματική αύξηση των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων από το 2015 και μετά. Η πορεία αυτή ανακόπηκε το 2020 λόγω της εμφάνισης του COVID 19, αλλά φαίνεται ότι η αγορά επανακάμπτει προσεγγίζοντας τα προς της πανδημικής κρίσης επίπεδα.



Διάγραμμα 8.7: Αφίξεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2011-2022, Πηγή: INSETI Intelligence (2023) και ίδια επεξεργασία



Διάγραμμα 8.8: Διανυκτερεύσεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2011-2022, Πηγή: INSETI Intelligence (2023) και ίδια επεξεργασία

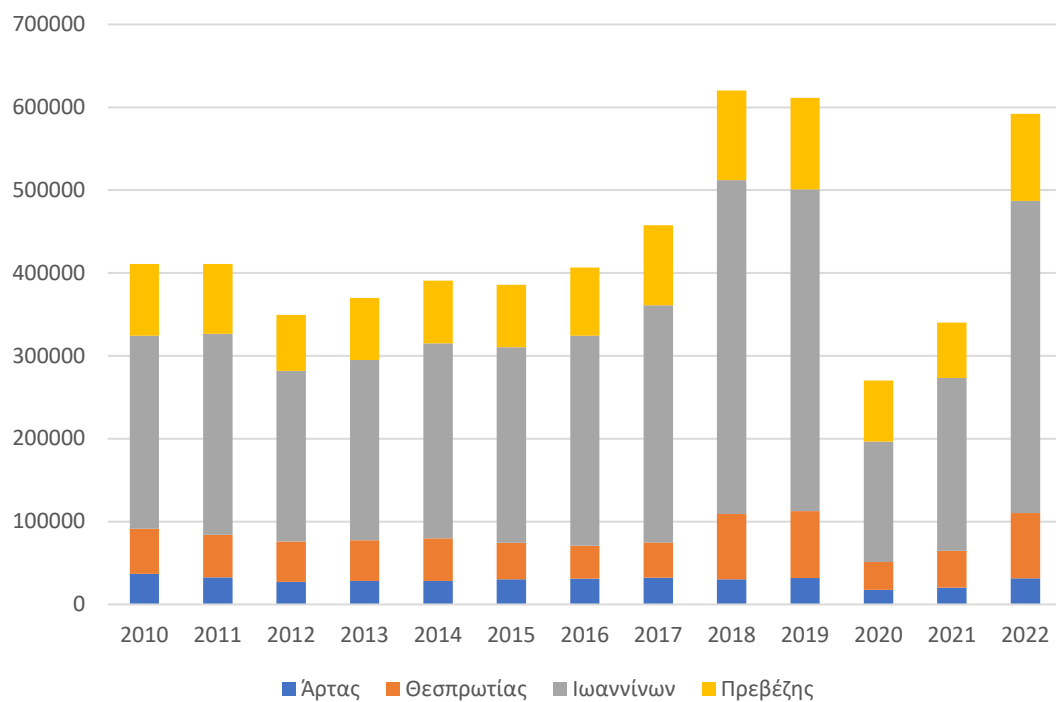
Σχετικά με το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Ηπείρου ανά ΠΕ, τα Ιωάννινα και η Πρέβεζα έχουν τις περισσότερες μονάδες δωμάτια και κλίνες και ακολουθεί η Θεσπρωτία (πίνακας 8.9).

Πίνακας 8.9: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Ηπείρου

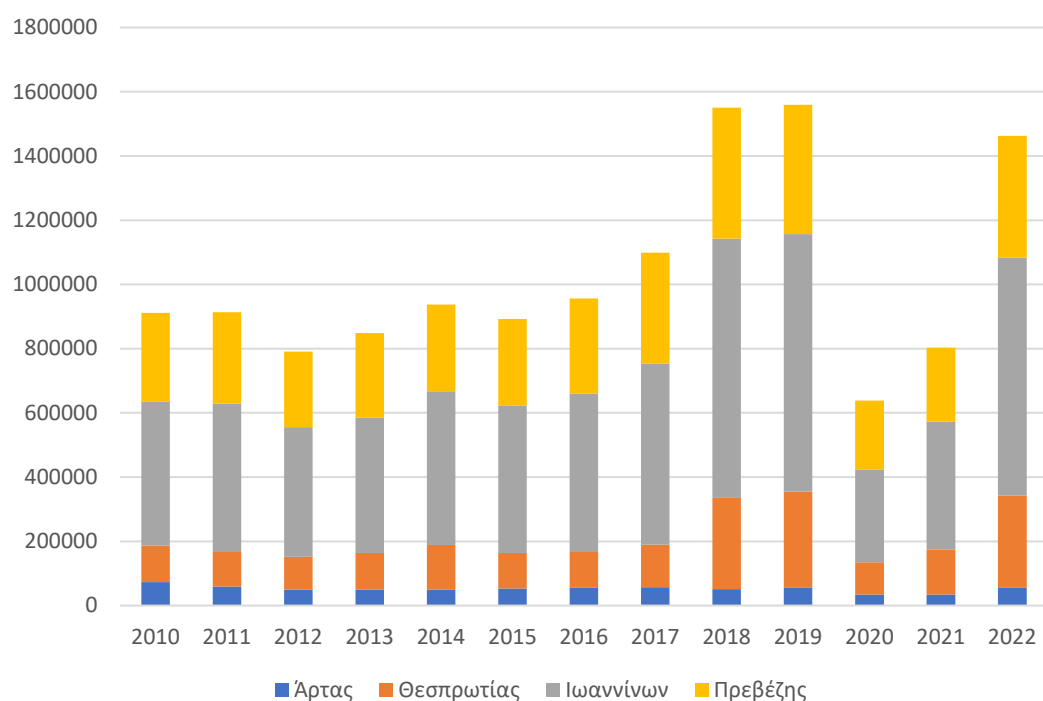
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ							
Ξενοδοχειακό δυναμικό 2022							
Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Άρτα	Μονάδες	0	2	7	8	1	18
	Δωμάτια	0	159	130	90	6	385
	Κλίνες	0	356	264	162	10	792
Θεσπρωτία	Μονάδες	4	15	23	17	7	66
	Δωμάτια	490	348	609	324	133	1.904
	Κλίνες	1.012	729	1.245	590	256	3.832
Ιωάννινα	Μονάδες	12	61	104	54	3	234
	Δωμάτια	764	725	1.429	833	28	3.779
	Κλίνες	1.620	1.576	2.965	1.656	56	7.873
Πρέβεζα	Μονάδες	2	20	42	46	7	117
	Δωμάτια	233	552	1.313	874	126	3.098
	Κλίνες	507	1.185	2.624	1.743	243	6.302
Σύνολο	Μονάδες	18	98	176	125	18	435
	Δωμάτια	1.487	1.784	3.481	2.121	293	9.166
	Κλίνες	3.139	3.846	7.098	4.151	565	18.799

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας - Επεξεργασία INSETE Intelligence (2023)

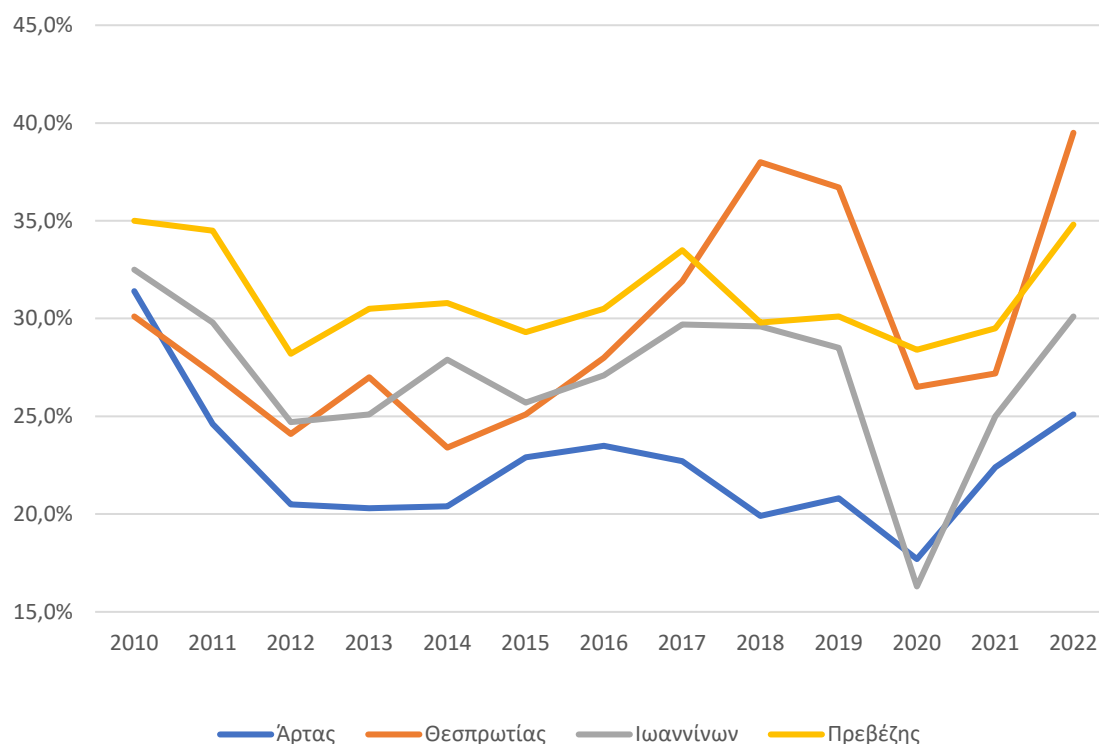
Ο ορεινός χαρακτήρας του τουρισμού της Ηπείρου, εκτός από το ξενοδοχειακό δυναμικό, αποτυπώνεται στα διαγράμματα 8.9 και 8.10 που δείχνουν τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις των τουριστών στην Ήπειρο ανά ΠΕ από το 2010 και μετά. Και στις δύο περιπτώσεις η ΠΕ Ηπείρου, στην οποία αναπτύσσεται αποκλειστικά ορεινός τουρισμός, βρίσκεται με διαφορά στην πρώτη θέση, ακολουθούμενη από την ΠΕ Πρέβεζας. Τέλος, σε όλες τις ΠΕ της Ηπείρου η πληρότητα σε ξενοδοχειακά καταλύματα βρίσκεται διαχρονικά κάτω από το 40 % (διάγραμμα 8.11), παραθέτοντας ένα ακόμα δεδομένο που δείχνει τα σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης που έχει ο τουρισμός στην περιοχή. Αύξηση της πληρότητας συνεπάγεται και ενίσχυση της οικονομίας σε τοπικό επίπεδο.



Διάγραμμα 8.9: Αφίξεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2010-2022, Ανά Περιφερειακή Ενότητα, Πηγή: INSETE Intelligence (2023)



Διάγραμμα 8.10: Διανυκτερεύσεις τουριστών στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2010-2022, Ανά Περιφερειακή Ενότητα, Πηγή: INSETE Intelligence (2023)



Διάγραμμα 8.11: Πληρότητα σε ξενοδοχειακά καταλύματα σε % στην Περιφέρεια της Ηπείρου, 2010-2022, Ανά Περιφερειακή Ενότητα, Πηγή: INSETTE Intelligence (2023)

8.7. Φυσικό Περιβάλλον

Η Περιφέρεια Ηπείρου χαρακτηρίζεται από το ορεινό ανάγλυφο και την αφθονία των επιφανειακών υδάτων. Αποτέλεσμα αυτών των χαρακτηριστικών είναι η δημιουργία ενός πλούσιου φυσικού περιβάλλοντος, με άφθονα δάση, ποτάμια και λίμνες, σπάνια χλωρίδα και πανίδα και ιδιαίτερη φυσική ομορφιά. Ειδικότερα, η Περιφέρεια διαθέτει 2 Εθνικούς δρυμούς (Βίκου-Αώου και Πίνδου Βάλια- Κάλντα), 3 Εθνικά Πάρκα (Βόρειας Πίνδου, Υγρότοπων Αμβρακικού κόλπου και Τζουμέρκων, περιοχή προστασίας της φύσης Στενών και εκβολών των ποταμών Αχέροντα και Καλαμά), 1 Περιοχή Οικο-ανάπτυξης (Λίμνη Παμβώτιδα), υδροβιότοπους (εκ των οποίων αυτός του Αμβρακικού κόλπου προστατεύεται από τη διεθνή συνθήκη Ramsar), 2 αισθητικά δάση (Ιωαννίνων και Μύτικα- Νικόπολης), προστατευόμενες Περιοχές του δικτύου Natura, 34 καταφύγια Άγριας ζωής και ένα υπέδαφος πλούσιο σε μη μεταλλικά ορυκτά (Περιφέρεια Ηπείρου, 2015; ΣΕΤΕ, 2023). Παράλληλα, στην Ήπειρο αναπτύσσονται όλες οι ζώνες βλάστησης της Ελλάδας, δεδομένου ότι η περιοχή

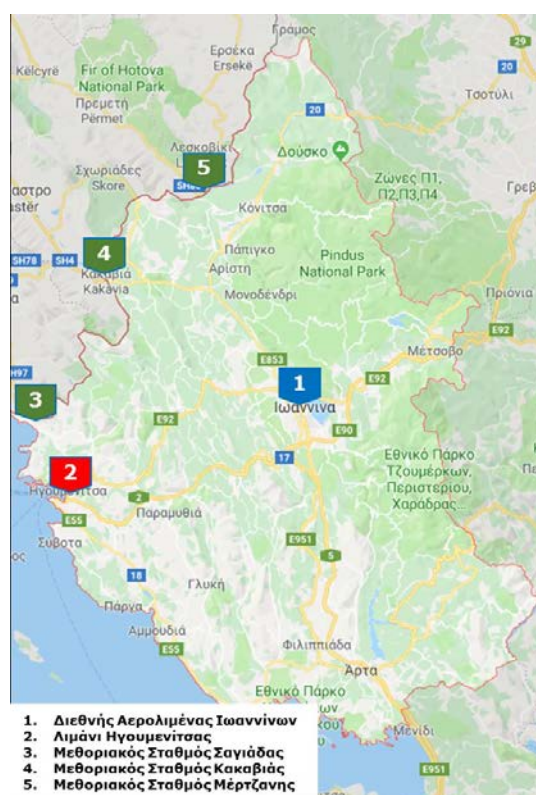
διαθέτει ποικίλο γεωμορφολογικό ανάγλυφο με μία υψομετρική διακύμανση 2.600 περίπου μέτρων (0 κατώτερο, 2637μ ανώτερο υψόμετρο). Το πλούσιο αυτό φυσικό περιβάλλον προσφέρει ιδιαίτερα γόνιμο έδαφος για την ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων (τουρισμός περιπέτειας, ορεινή ποδηλασία, πεζοπορίες, αναρρίχηση, ορειβατικές διαδρομές, kayak, rafting, κτλ.)

8.8 Πολιτιστικό περιβάλλον

Αντίστοιχο του πλούσιου φυσικού περιβάλλοντος είναι και το πολιτιστικό περιβάλλον της Ηπείρου. Πιο συγκεκριμένα, η περιοχή διαθέτει γεφύρια, πέτρινα κτίσματα, νερόμυλους, βρύσες, αρχοντικά οικήματα, μοναστήρια, εκκλησίες και πολλούς αρχαιολογικούς χώρους, με σημαντικότερα το αρχαίο μαντείο και Θέατρο της Δωδώνης, την αρχαία Νικόπολη, το Νεκρομαντείο και πολλά άλλα (παράρτημα Β). Παράλληλα, στην Ήπειρο βρίσκονται 78 παραδοσιακοί οικισμοί, όπως αυτοί ορίζονται από τον Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας. Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών των οικισμών βρίσκεται στην ΠΕ Ιωαννίνων (Ζαγόρι, Αρίστη, κτλ.) και είναι ορεινοί, αναδεικνύοντας για ακόμα μια φορά τον χαρακτήρα της περιοχής και το είδος του τουρισμού που μπορεί να αναπτυχθεί σε αυτή (παράστημα Γ). Το πολιτιστικό απόθεμα της Περιφέρειας Ηπείρου συμπληρώνεται από τη λειτουργία σημαντικών μουσείων, όπως το Αρχαιολογικό Μουσείο Ιωαννίνων, το Βυζαντινό Μουσείο Ιωαννίνων, το Μουσείο Αργυροτεχνίας στο κάστρο Ιωαννίνων, το Μουσείο Ελληνικής Ιστορίας Παύλου Βρέλλη (μουσείο κέρινων ομοιωμάτων), η Πινακοθήκη Αβέρωφ, κτλ. (παράστημα Δ). Τέλος, άξιο αναφοράς είναι ότι στο ιστορικό κέντρο των Ιωαννίνων, και ειδικότερα μέσα στο κάστρο, λειτουργεί η εβραϊκή Συναγωγή που μαρτυρά την ύπαρξη της σημαντικής κοινότητας των Ρωμανιωτών Εβραίων, η οποία σχεδόν εξαφανίστηκε με το ολοκαύτωμα στον Β΄ παγκόσμιο πόλεμο. Η ιστορική σημασία της κοινότητας αυτής είναι μεγάλη δεδομένου ότι τοποθετείται στον 8^ο μ.Χ. αιώνα και φέρει ιδιαίτερα και μοναδικά λαογραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά (Dalven, 1990; Εβραϊκό Μουσείου Ελλάδας, 2014). Το γεγονός ότι η συναγωγή βρίσκεται στην ίδια περιοχή με 2 Τζαμιά και την Εκκλησία των Αγίων Αναργύρων αναδεικνύει ιστορικά τον πολυπολιτισμικό χαρακτήρα της πόλης των Ιωαννίνων και κατ' επέκταση όλης της Περιφέρειας Ηπείρου.

8.9 Μεταφορικές Υποδομές

Οι βασικές μεταφορικές υποδομές της Περιφέρειας Ηπείρου διακρίνονται σε αεροπορικές, λιμενικές και σε οδικούς άξονες (διάγραμμα 8.12). Όσον αφορά τις αεροπορικές, η βασική υποδομή είναι ο Διεθνής Αερολιμένας Ιωαννίνων «Βασιλεύς Πύρρος» που βρίσκεται στα Ιωάννινα. Το αεροδρόμιο όμως έχει μειωμένη δυναμική, καθιστώντας την περιοχή απομονωμένη σχετικά με τις αεροπορικές συνδέσεις. Σημαντική αντίθετα είναι η τουριστική κίνηση του αεροδρομίου του Άκτιου, της Ενότητας Αιτωλοακαρνανίας, το οποίο όμως εξυπηρετεί κυρίως τις ΠΕ Πρέβεζας και Θεσπρωτίας. Παράλληλα, η περιφέρεια Ηπείρου διαθέτει τέσσερα λιμάνια με το πιο σημαντικό να είναι αυτό της Ηγουμενίτσας, το οποίο αποτελεί και πύλη εισόδου στη χώρα από τα δυτικά. Τα υπόλοιπα λιμάνια (Πρέβεζα, Πάργα, Σαγιάδα) είναι μικρότερης σημασίας. Τέλος, οι βασικοί οδικοί άξονες που έχουν καταστήσει την Ήπειρο ως ένα προσβάσιμο προορισμό είναι η Εγνατία Οδός (Αυτοκινητόδρομος Ε90) και η Ιόνια Οδός (Αυτοκινητόδρομος Ε951 – τμήμα Ηπείρου), ενώνοντας την περιοχή με τη Βορειοανατολική και Νοτιοδυτική Ελλάδα αντίστοιχα.



Διάγραμμα 8.12: Μεταφορικές Υποδομές της Περιφέρειας Ηπείρου, *Πηγή: ΣΕΤΕ (2023)*

8.10 Σύνοψη

Το διάγραμμα 8.13 συνοψίζει τα βασικά χαρακτηριστικά της περιφέρειας Ηπείρου τα οποία αναφέρθηκαν σε αυτή την ενότητα, δίνοντας μια συνοπτική εικόνα της εξεταζόμενης περιοχής.

Έκταση: 9.203 km²

Πληθυσμός (2021): 319.991 Κάτοικοι (-5% σε σχέση με το 2011)

Πυκνότητα: 36,60 κάτ./τ. χμ.

Διοικητική Έδρα: Ιωάννινα

Οικονομικά στοιχεία:

ΑΕΠ κατά κεφαλή σε τρέχουσες τιμές : 11.981€ (2021)

Ανεργία: 11,3 % (2023)

Φυσικό περιβάλλον:

Ορεινό ανάγλυφο, μοναδική χλωρίδα και πανίδα, άφθονα δάση και επιφανειακά ύδατα. Η περιφέρεια περιλαμβάνει 2 Εθνικούς Δρυμούς.

Πολιτιστικό περιβάλλον:

Πλούσια ιστορική και πολιτιστική παράδοση. Σημαντικά μνημεία είναι το Αρχαίο θέατρο της Δωδώνης, το Νεκρομαντείο, η Αρχαία Νικόπολη κ.ά. Παράλληλα, στην περιφέρεια βρίσκονται πάνω από 78 παραδοσιακοί οικισμοί, κυρίως ορεινοί

Υποδομές:

2 Αεροδρόμια (Ιωάννινα, Άκτιο)

4 Λιμάνια

2 Εθνικοί οδικοί άξονες



Διάγραμμα 8.13: Βασικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Ηπείρου, *Δημιουργήθηκε από τον συγγραφέα*

Κεφάλαιο 9: Ερευνητική Μεθοδολογία

9.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η ερευνητική μεθοδολογία της διατριβής. Το κεφάλαιο περιέχει έξι ενότητες που περιγράφουν τον τύπο της έρευνας, την ερευνητική μέθοδο και διαδικασία, το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου, τη στρατηγική ανάλυσης και το ερευνητικό εννοιολογικό πλαίσιο της διατριβής.

9.2 Τύπος έρευνας

Στον πίνακα 9.1 παρουσιάζονται τα βασικά είδη έρευνας στο πλαίσιο των οικονομικών και διοικητικών επιστημών.

Πίνακας 9.1: Είδη έρευνας

ΕΙΔΟΣ	ΣΚΟΠΟΣ
1. Πειραματική (Experimental research)	Ο σκοπός της είναι η εύρεση αιτιωδών σχέσεων μεταξύ φαινομένων. Σε αυτό τον τύπο έρευνας δίνεται μεγάλη σημασία στον έλεγχο.
2. Περιγραφική (Descriptive Research)	Σκοπός της είναι ο προσδιορισμός και η εκτίμηση των χαρακτηριστικών μιας δεδομένης κατάστασης. Οι ερευνητές προσπαθούν να περιγράψουν με ακρίβεια συγκεκριμένες καταστάσεις.
3. Ιστορική (Historical Research)	Ορίζεται ως η συστηματική διαδικασία διερεύνησης καταστάσεων του παρελθόντος.
4. Έρευνα δράσης (Action Research)	Είναι η εξεύρεση λύσεων πάνω σε πρακτικά, κοινωνικά και εκπαιδευτικά προβλήματα.
5. Μελέτη Περίπτωσης	Η βαθιά εξερεύνηση και η συστηματική ανάλυση μιας συγκεκριμένης

(Case study Research) περίπτωσης.

6. Εθνογραφική έρευνα (Ethnographic Research) Η εξέταση των σχέσεων και των κοινωνικών δομών μιας συγκεκριμένης μονάδας.
7. Αιτιολογική έρευνα (Casual Research) Καθορίζεται η σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών.

Πηγές: Malhotra & Bricks, 2003; 2006; Saunders et al. (2016); Robson (2007)

Όπως φαίνεται παραπάνω, μπορούν να διακριθούν 7 βασικά είδη έρευνας όπως η πειραματική, η περιγραφική, η ιστορική, η έρευνα δράσης, η μελέτη περίπτωσης, η εθνογραφική έρευνα και η αιτιολογική. Στην παρούσα διατριβή υιοθετήθηκε η πρακτική της μελέτης περίπτωσης που ορίζεται ως η βαθιά εξερεύνηση και η συστηματική ανάλυση μιας συγκεκριμένης περίπτωσης (Malhotra & Bricks, 2003; 2006), όπου αυτή ήταν η Περιφέρεια της Ηπείρου. Η προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης είναι μια ευρέως χρησιμοποιούμενη μέθοδος στις οικονομικές και περιφερειακές επιστήμες προσφέροντας μια σειρά από πλεονεκτήματα (πίνακας 9.2).

Πίνακας 9.2: Πλεονεκτήματα των μελετών περίπτωσης

Πλεονέκτημα	Περιγραφή
Ανάλυση σε βάθος	Επιτρέπει την ολοκληρωμένη και λεπτομερή εξέταση ενός θέματος, παρέχοντας βαθύτερη κατανόηση σύνθετων θεμάτων, συμπεριφορών και γεγονότων.
Κατανόηση του πλαισίου	Διευκολύνει τη διερεύνηση φαινομένων στο πλαίσιο της πραγματικής τους ζωής, διευκολύνοντας την κατανόηση της αλληλεπίδρασης διαφόρων παραγόντων.
Ευελιξία	Προσφέρει ευελιξία στον ερευνητικό σχεδιασμό και τις μεθόδους συλλογής δεδομένων, επιτρέποντας στους

		ερευνητές να χρησιμοποιούν πολλαπλές πηγές αποδεικτικών στοιχείων (συνεντεύξεις, παρατηρήσεις, ερωματολόγια, κτλ.).
Δημιουργία νέων γνώσεων		Μπορεί να δημιουργήσει νέες γνώσεις και να αποκαλύψει κρυφές πτυχές ενός εξεταζόμενου φαινομένου, οι οποίες μπορεί να μην προκύψουν από άλλες ερευνητικές μεθόδους.
Συμβολή θεωρία	στη	Βοηθά στην ανάπτυξη, τον έλεγχο και τη βελτιστοποίηση ακαδημαϊκών θεωριών, ιδίως σε τομείς όπου η υπάρχουσα γνώση είναι περιορισμένη.
Ενδεικτικές περιπτώσεις		Μπορεί να απεικονίσει πώς εφαρμόζονται οι θεωρητικές αρχές σε πραγματικές καταστάσεις, κάνοντας τις αφηρημένες έννοιες πιο απτές.
Μοναδικές ακραίες περιπτώσεις	ή	Επιτρέπει τη λεπτομερή διερεύνηση μοναδικών ή ακραίων περιπτώσεων, οι οποίες μπορεί να είναι ιδιαίτερα κατατοπιστικές και να παρέχουν πολύτιμες γνώσεις.
Συγκριτική ανάλυση		Διευκολύνει τη συγκριτική ανάλυση, επιτρέποντας τη διερεύνηση διαφορών και ομοιοτήτων μεταξύ των επιστημονικών προβλημάτων.

Δημιουργήθηκε από τον συγγραφέα, Πηγές: Bennett (2004); Yin (2009); Krehl & Weck (2020)

Με βάση τα όσα αναφέρονται στον πίνακα παραπάνω, η μελέτη περίπτωσης είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στις περιφερειακές επιστήμες όπου η κατανόηση της πολυπλοκότητας και των αποχρώσεων των μεμονωμένων περιπτώσεων μπορεί να προσφέρει σημαντικές πληροφορίες για ευρύτερα πρότυπα και συμπεριφορές. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω πλεονεκτήματα και εστιάζοντας στην περίπτωση της Ηπείρου, οι βασικοί λόγοι που επιλέχθηκε η πρακτική της μελέτης περίπτωσης ήταν οι ακόλουθοι. Πρώτο, η Ήπειρος είναι μια περιοχή με μοναδικά γεωγραφικά, πολιτιστικά και ιστορικά χαρακτηριστικά. Η προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης επιτρέπει την εις βάθος διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο αυτά τα μοναδικά χαρακτηριστικά μπορούν να αξιοποιηθούν για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη,

παρέχοντας πολύτιμες γνώσεις που είναι ζωτικής σημασίας για τη χάραξη μελλοντικών πολιτικών. Δεύτερο, μέσω των μελετών περίπτωσης, οι ερευνητές μπορούν να εξετάσουν ολιστικά τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζονται βιώσιμες πρακτικές στον τομέα του τουρισμού στην Ήπειρο, αξιολογώντας τον αντίκτυπό τους στις τοπικές κοινότητες. Τρίτο, η προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης προσφέρει ευελιξία όσον αφορά τις μεθόδους συλλογής δεδομένων και ανάλυσης. Αυτό είναι πλεονέκτημα κατά τη διερεύνηση του βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο και σε αυτό το πλαίσιο στην παρούσα διατριβή χρησιμοποιήθηκαν συνδυαστικά πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα. Ακόμη, η Ήπειρος, με τη γεωγραφική της ιδιομορφία αποτελεί γόνιμο έδαφος για την ανάπτυξη καινοτόμων πρακτικών βιώσιμου ορεινού τουρισμού. Οι μελέτες περιπτώσεων μπορούν να αναδείξουν αυτές τις καινοτομίες, παρουσιάζοντας επιτυχημένες στρατηγικές που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως βέλτιστες πρακτικές για άλλες περιοχές που στοχεύουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Πέμπτο, οι μελέτες περίπτωσης μπορούν να εντοπίσουν τις πιθανές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι εθνικοί και οι τοπικοί φορείς στην προσπάθεια επίτευξης ορεινής τουριστικής ανάπτυξης, όπως η διαχείριση των πόρων ή η ενεργή εμπλοκή της κοινότητας, και να διερευνήσουν πιθανές λύσεις προσαρμοσμένες στο πλαίσιο της περιοχής. Επιπρόσθετα, οι γνώσεις που προκύπτουν από τη μελέτη περίπτωσης στην Ήπειρο μπορούν να συμβάλουν στη διαμόρφωση αποτελεσματικών πολιτικών και στρατηγικών για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Ειδικότερα, μπορούν να παράσχουν τεκμηριωμένες συστάσεις που λαμβάνουν υπόψη τις ειδικές ανάγκες και δυνατότητες του προορισμού. Έβδομο, μέσω της λεπτομερούς τεκμηρίωσης, οι μελέτες περίπτωσης μπορούν να αποτυπώσουν τις μετασχηματιστικές διαδικασίες που εμπλέκονται στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου αντιμετώπισης των προκλήσεων, της εξέλιξης των σχέσεων των ενδιαφερομένων μερών και του αντίκτυπου των πρωτοβουλιών βιωσιμότητας με την πάροδο του χρόνου. Τέλος, με την εξέταση διαφορετικών πτυχών ή παραδειγμάτων βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο, οι μελέτες περίπτωσης μπορούν να παρέχουν συγκριτικά στοιχεία και δεδομένα, αναδεικνύοντας παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία ή την αποτυχία. Αυτό το συγκριτικό

χαρακτηριστικό μπορεί να εμπλουτίσει την κατανόηση του τι λειτουργεί στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού υπό διαφορετικές συνθήκες.

Συνοψίζοντας, η πρακτική της μελέτης περίπτωσης είναι κατάλληλη για την εξέταση του βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο, λόγω της ικανότητάς της να παρέχει γνώσεις σχετικά με την πολύπλοκη αλληλεπίδραση των περιβαλλοντικών, οικονομικών, κοινωνικών και πολιτισμικών παραγόντων που επηρεάζουν την ορεινή τουριστική ανάπτυξη σε έναν προορισμό με ιδιαίτερη φυσική ομορφιά και πολιτιστική κληρονομιά.

9.3 Ερευνητική προσέγγιση

Στις μελέτες περίπτωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν και οι δύο βασικές ερευνητικές προσεγγίσεις που αναφέρονται στη βιβλιογραφία σχετικά με τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων στις περιφερειακές και οικονομικές επιστήμες. Αυτές οι προσεγγίσεις είναι η ποσοτική και η ποιοτική έρευνα, οι οποίες πηγάζουν από διακριτές ερευνητικές φιλοσοφίες, που τη σειρά τους καθορίζουν συνολικά τον ερευνητικό σχεδιασμό της εκάστοτε μελέτης (Saunders et al., 2016). Ειδικότερα, η ποσοτική έρευνα πηγάζει από τη φιλοσοφία του θετικισμού, ενώ η ποιοτική έρευνα προέρχεται από τη φιλοσοφία του διερμηνευτικού πλαισίου (Miles & Huberman, 1994; Robson, 2007). Τα διακριτά χαρακτηριστικά των δυο αυτών προσεγγίσεων συνοψίζονται στον πίνακα 9.3.

Πίνακας 9.3: Σύγκριση Ερευνητικών Προσεγγίσεων

Ποσοτική Έρευνα (θετικιστικό πλαίσιο)	Ποιοτική Έρευνα (διερμηνευτικό πλαίσιο)
Έχει σαν σκοπό την μέτρηση των εξεταζόμενων προβλημάτων και τη διερεύνηση σχέσεων μεταξύ μεταβλητών.	Έχει σαν σκοπό την κατανόηση του εξεταζόμενου προβλήματος.
Γίνεται χρήση δομημένων και τυποποιημένων διαδικασιών για την συλλογή των δεδομένων.	Η ερευνητική διαδικασία είναι ευέλικτη και μη δομημένη.

Η ανάλυση των δεδομένων γίνεται με στατιστικές τεχνικές (Παραμετρικά Τεστ, Ανάλυση παλινδρόμησης, Δομικά Μοντέλα Εξισώσεων, κτλ.)	Η ανάλυση των δεδομένων δεν γίνεται με στατιστικές τεχνικές, αλλά βασίζεται στην ανάλυση εννοιών.
Ο ερευνητής έχει καθορίσει από πριν τις πληροφορίες που θέλει να συλλέξει.	Οι απαιτούμενες πληροφορίες μπορεί να προκύψουν και κατά τη διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας.
Το μέγεθος του δείγματος είναι μεγάλο και αντιπροσωπευτικό.	Το μέγεθος του δείγματος είναι μικρό και βασίζεται στην κρίση του ερευνητή.
Οι κύριες ερευνητικές μέθοδοι είναι οι έρευνες πεδίου και η παρατήρηση.	Οι κύριες ερευνητικές μέθοδοι είναι οι προσωπικές συνεντεύξεις σε βάθος (in depth interviews), και οι ομάδες εστίασης (focus groups).
Αντικειμενική θεώρηση της πραγματικότητας.	Υποκειμενική θεώρηση της πραγματικότητας.

Πηγές: *Saunders et al.(2016); Robson, (2007); Malhotra and Bricks (2006); Miles &Huberman (1994)*

Λαμβάνοντας υπόψη τόσο τα χαρακτηριστικά των δυο αυτών προσεγγίσεων όσο και το γεγονός ότι το ερευνητικό πλαίσιο της διατριβής αφορούσε τη μέτρηση της ικανοποίησης και των κινήτρων των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο, αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί η ποσοτική προσέγγιση. Ειδικότερα, οι λόγοι που οδήγησαν σε αυτή την απόφαση ήταν οι εξής:

- Η ποσοτική έρευνα παρέχει αριθμητικά δεδομένα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον εντοπισμό μοτίβων, τάσεων και συσχετίσεων στα επίπεδα κινήτρων και ικανοποίησης των τουριστών (Malhotra & Bricks, 2003; 2006). Αυτό διευκολύνει την ποσοτικοποίηση του βαθμού ικανοποίησης των τουριστών και των παραγόντων που επηρεάζουν τα κίνητρά τους.
- Η χρήση στατιστικών εργαλείων επιτρέπει την αυστηρή ανάλυση των δεδομένων που συλλέγονται μέσω ερευνών, ερωτηματολογίων ή

-
- υφιστάμενων συνόλων δεδομένων (Saunders et al., 2016; Miles & Huberman, 1994). Αυτό μπορεί να βοηθήσει στον έλεγχο υποθέσεων ή θεωριών που σχετίζονται με τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις των τουριστών, παρέχοντας μια σταθερή βάση για τη διεξαγωγή συμπερασμάτων.
- Τα ευρήματα της ποσοτικής έρευνας μπορούν να γενικευτούν από το δείγμα σε έναν ευρύτερο πληθυσμό (Robson, 2007; Saunders et al., 2016). Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για την κατανόηση των ευρύτερων επιπτώσεων των εμπειριών των τουριστών στην Ήπειρο και μπορεί να οδηγήσει στη χάραξη περιφερειακών στρατηγικών τουρισμού.
 - Οι ποσοτικές μέθοδοι επιδιώκουν την αντικειμενικότητα και είναι σχεδιασμένες ώστε να είναι απαλλαγμένες από τη μεροληψία του ερευνητή. Ο δομημένος χαρακτήρας των εργαλείων συλλογής δεδομένων (όπως ερωτηματολόγια) διασφαλίζει τη συνέπεια στις πληροφορίες που συλλέγονται, ενισχύοντας την αξιοπιστία των ευρημάτων (Wilson, 2003; Malhotra & Bricks, 2006; Wrenn et al., 2007).
 - Η ποσοτική έρευνα επιτρέπει τη σύγκριση μεταξύ διαφορετικών ομάδων τουριστών (π.χ. ανά ηλικία, φύλο, εισοδηματική τάξη, κτλ.) για την κατανόηση διαφορετικών κινήτρων και επιπέδων ικανοποίησης. Αυτό μπορεί να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις σχετικά με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις διαφορετικών τμημάτων της αγοράς. Παράλληλα, η εξέταση της επίδρασης των δημογραφικών χαρακτηριστικών των τουριστών στη συμπεριφορά τους ήταν και ένας από τους ερευνητικούς στόχους της παρούσας διατριβής, καθιστώντας την ποσοτική προσέγγιση ως κατάλληλη.
 - Τα ποσοτικά δεδομένα μπορούν να χρησιμεύσουν ως σημείο αναφοράς για μελλοντικές μελέτες, επιτρέποντας την παρακολούθηση των αλλαγών στην ικανοποίηση και τα κίνητρα των τουριστών με την πάροδο του χρόνου. Αυτό μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για την αξιολόγηση του αντίκτυπου των πρωτοβουλιών περιφερειακής ανάπτυξης ή των αλλαγών στις στρατηγικές τουριστικού μάρκετινγκ.
 - Οι σαφείς, βασισμένες σε δεδομένα γνώσεις που παρέχονται από την ποσοτική έρευνα μπορούν να υποστηρίξουν τις διαδικασίες λήψης

αποφάσεων για τους ενδιαφερόμενους στον τομέα του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων των φορέων χάραξης πολιτικής, των τουριστικών φορέων και των επαγγελματιών του κλάδου.

- Η ποσοτική έρευνα μπορεί να καλύψει ένα ευρύ φάσμα μεταβλητών ταυτόχρονα, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη επισκόπηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση και τα κίνητρα των τουριστών. Η χρήση μάλιστα τεχνικών όπως Δομικά Μοντέλα Εξισώσεων (Structural Equation Modelling) καλύπτουν αυτή την ερευνητική ανάγκη. Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για την ολιστική κατανόηση της τουριστικής εμπειρίας στην Ήπειρο.

Συνοψίζοντας, η ποσοτική έρευνα προσφέρει έναν συστηματικό, αντικειμενικό και αξιόπιστο τρόπο συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, παρέχοντας γνώσεις που μπορούν να ενισχύσουν τόσο την ακαδημαϊκή γνώση όσο και τις πρακτικές εφαρμογές στη διαχείριση και την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού.

9.4 Ερευνητική διαδικασία και στρατηγική δειγματοληψίας

Δεδομένου ότι υιοθετήθηκε η ποσοτική προσέγγιση, τα πρωτογενή δεδομένα συγκεντρώθηκαν με την πιο διαδεδομένη μέθοδο της και πιο συγκεκριμένα μέσω έρευνας με ερωτηματολόγια. Ειδικότερα, ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε τουρίστες που είχαν επισκεφθεί την περιφέρεια της Ηπείρου τα τελευταία 7 χρόνια. Ακολουθήθηκε η μέθοδος της απλής τυχαίας δειγματοληψίας (SRS), σύμφωνα με την οποία κάθε μέλος του ερευνώμενου πληθυσμού έχει ίσες πιθανότητες να συμπεριληφθεί στο δείγμα και στην έρευνα (Saunders et al., 2016). Η απλή τυχαία δειγματοληψία είναι μια θεμελιώδης μέθοδος δειγματοληψίας που χρησιμοποιείται στην ποσοτική έρευνα. Τα βασικά της πλεονεκτήματα έχουν να κάνουν με την αμεροληψία, τη δυνατότητα γενίκευσης, την απλότητα και τη «δικαιοσύνη» στην επιλογή ενός δείγματος από έναν ευρύτερο πληθυσμό (Saunders et al., 2016; Malhotra & Bricks, 2006), γεγονός που την καθιστά ακρογωνιαίο λίθο για ένα μεγάλο αριθμό ερευνητικών εφαρμογών, συμπεριλαμβανομένων των ερευνών στον τουρισμό.

Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν κυρίως μέσω διαδικτύου. Στα αρχικά στάδια της έρευνας διανεμήθηκαν, πιλοτικά, ερωτηματολόγια με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων με στόχο να εξεταστεί η εγκυρότητα του ερευνητικού εργαλείου καθώς και ο βαθμός κατανόησης των ερωτημάτων από τους συμμετέχοντες. Στη συνέχεια, ερευνητικά εργαλεία διανεμήθηκαν μέσω e-mail αλλά και με αναρτήσεις στους λογαριασμούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του ερευνητή. Στο επόμενο στάδιο της έρευνας, ο συγγραφέας συνεργάστηκε με ειδικούς επαγγελματίες των social media με στόχο να αυξήσει το μέγεθος και την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος. Οι ειδικοί αυτοί επιλέξαν συγκεκριμένες ομάδες στο Facebook που ήταν σχετικές με τα ταξίδια στην Ελληνική επικράτεια. Μέσω των συστηματικών και μεθοδικών τους πρακτικών συγκεντρώθηκαν συνολικά 1.524 απαντήσεις στο χρονικό διάστημα των 12 μηνών. Πιο συγκεκριμένα, η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2023 και τελείωσε τον Δεκέμβριο του 2023. Το μέγεθος του δείγματος κρίθηκε επαρκές τόσο σε σύγκριση με άλλες έρευνες όσο και χρησιμοποιώντας τους μαθηματικούς τύπους υπολογισμού του μεγέθους των δειγμάτων στο ποσοτικό πλαίσιο. Αναλυτικότερα, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο συνολικός πληθυσμός των επισκεπτών της Ηπείρου σε ετήσια βάση είναι 1.083.000 τουρίστες (ΣΕΤΕ, 2022), το ιδανικό μέγεθος δείγματος είναι $N=385$, με επίπεδο εμπιστοσύνης 95 % και περιθώριο σφάλματος 5 %. Ως εκ τούτου, το συνολικό μέγεθος του δείγματος ($N=1.524$) θεωρήθηκε επαρκές.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι σύμφωνα με τους Rea & Parker (2005), Malhotra & Bricks (2006) και Heiervang & Goodman (2011) η μέθοδος των διαδικτυακών ερευνών, η οποία εφαρμόστηκε, έχει μια σειρά από πλεονεκτήματα όπως: α) μειώνουν σημαντικά το κόστος που σχετίζεται με την εκτύπωση, τα ταχυδρομικά τέλη και την εισαγωγή δεδομένων. Δεν υπάρχει ανάγκη για φυσικό υλικό ή ταχυδρομική αποστολή και οι απαντήσεις συλλέγονται ψηφιακά, γεγονός που μειώνει επίσης το κόστος εργασίας για την ανάλυση των δεδομένων, β) τα ερωτηματολόγια μπορούν να διανεμηθούν άμεσα στους ερωτηθέντες σε όλο τον κόσμο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή μέσων κοινωνικής δικτύωσης και οι απαντήσεις μπορούν να ληφθούν σε πραγματικό χρόνο. Αυτό επιτρέπει την ταχύτερη συλλογή και ανάλυση δεδομένων σε σύγκριση με τις παραδοσιακές μεθόδους διανομής, γ) μπορούν να

φτάσουν σε μεγαλύτερο και πιο γεωγραφικά διαφοροποιημένο πληθυσμό. Είναι διαθέσιμες σε οποιονδήποτε έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, επιτρέποντας στους ερευνητές να συμπεριλάβουν ευκολότερα συμμετέχοντες από διαφορετικές περιοχές και υπόβαθρα, δ) ο αυτοματοποιημένος χαρακτήρας των διαδικτυακών ερευνών μειώνει τον κίνδυνο ανθρώπινου λάθους κατά την εισαγωγή δεδομένων, ε) οι ερωτηθέντες μπορεί να αισθάνονται πιο άνετα να παρέχουν ειλικρινείς απαντήσεις σε μια διαδικτυακή έρευνα λόγω της ανωνυμίας που προσφέρει, στ) τα δεδομένα από τις διαδικτυακές έρευνες μπορούν να παρακολουθούνται και να αναλύονται σε πραγματικό χρόνο, επιτρέποντας στους ερευνητές να παρακολουθούν τα ποσοστά ανταπόκρισης και τις προκαταρκτικές τάσεις καθώς συμβαίνουν. Αυτό μπορεί να είναι χρήσιμο για τη λήψη γρήγορων προσαρμογών ή αποφάσεων κατά τη φάση της συλλογής δεδομένων, ζ) οι συμμετέχοντες μπορούν να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια με το δικό τους ρυθμό και το δικό τους πρόγραμμα, γεγονός που μπορεί να αυξήσει τα ποσοστά συμμετοχής. Η ευκολία της δυνατότητας απάντησης από διάφορες συσκευές, συμπεριλαμβανομένων των smartphones και των tablet, συμβάλλει επίσης σε υψηλότερα ποσοστά ανταπόκρισης και η) οι διαδικτυακές έρευνες μπορούν εύκολα να κλιμακωθούν για να φιλοξενήσουν μεγάλο αριθμό ερωτηθέντων χωρίς σημαντική αύξηση του κόστους. Αυτή η επεκτασιμότητα είναι ιδιαίτερα επωφελής για ερευνητικά έργα μεγάλης κλίμακας, όπως η παρούσα διατριβή.

9.5 Το ερευνητικό εργαλείο

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε με βάση την ανάλυση της βιβλιογραφίας και τα αποτελέσματα προηγούμενων εμπειρικών ερευνών που παρουσιάστηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια της διατριβής στο θεωρητικό μέρος. Το ερευνητικό εργαλείο περιείχε πέντε βασικά μέρη. Στο πρώτο μέρος, που περιλάμβανε ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, εξέτασε ποιες περιοχές επισκέφθηκαν οι ερωτώμενοι στην Ήπειρο, πόσες ημέρες έμειναν (σε διανυκτερεύσεις), σε τι κατάλυμα, πόσα χρήματα ξοδέψαν, πως ήρθαν στην περιοχή, κτλ. Στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου, οι ερωτώμενοι αξιολογήσαν τη σημαντικότητα 47 παραγόντων που επηρεάζουν τις αποφάσεις τους (κίνητρα) όταν επιλέγουν έναν τουριστικό προορισμό (destination

attributes importance). Για την αξιολόγηση αυτών των παραγόντων οι συμμετέχοντες χρησιμοποίησαν μια κλίμακα 7 διαβαθμίσεων (1 =καθόλου σημαντικό, 7=πολύ σημαντικό). Στη τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου οι συμμετέχοντες δηλώσαν τον βαθμό ικανοποίησης τους στους ίδιους 47 παράγοντες από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο (destination attributes performance), χρησιμοποιώντας επίσης μια κλίμακα 7 διαβαθμίσεων (1= Καθόλου ικανοποιημένος, 7 = πολύ ικανοποιημένος). Οι 47 αυτοί παράγοντες είχαν ταξινομηθεί σε 9 κατηγορίες, με βάση τη βιβλιογραφική ανάλυση: 1) Χαρακτηριστικά του προορισμού, 2) Παροχές και υπηρεσίες, 3) Πολιτιστικοί παράγοντες, 4) Φυσικό περιβάλλον, 5) Πρόσβαση και μετακίνηση στον προορισμό, 6) Γαστρονομία, 7) Πληροφόρηση, 8) Κόστος και 9) Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19. Οι 47 παράγοντες με τις πηγές τους φαίνονται στον πίνακα 9.4.

Πίνακας 9.4: Μεταβλητές (items) του ερωτηματολογίου που αφορούν τον τουριστικό προορισμό

Μεταβλητή (item)	Πηγές
Χαρακτηριστικά του προορισμού	
1. Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.	Cater (2017); Malik και Bhat (2015); Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006)
2. Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	Cater (2017); Papadimitriou και Gibson (2008); Johnsen et al. (2008)
3. Η φήμη του προορισμού.	Nepal και Chipeniuk (2005); Galloway et al. (2013)
4. Ασφάλεια στον προορισμό.	Papadimitriou και Gibson (2008); Nepal (2002)
5. Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.	Margaryan και Fredman (2017)

6. Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.	Borseková, Vaňoná, Vitálišová (2016); Nepal και Chipeniuk (2005); Rendleman et al. (2016)
7. Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.	Nepal και Chipeniuk (2005)
Παροχές και υπηρεσίες	
8. Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)	Papadimitriou και Gibson (2008); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015)
9. Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.	Banki και Ismail (2015); Papadimitriou και Gibson (2008)
10. Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.	Nepal και Chipeniuk (2005); Getz και Brown (2006); Sheppard και Williams (2016)
11. Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.	Papadimitriou και Gibson (2008); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015)
12. Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.	Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006)
13. Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	Συγγραφέας
14. Δραστηριότητες για παιδιά.	Byrd et al. (2016)
15. Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	Συγγραφέας
16. Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	Συγγραφέας
Πολιτιστικοί παράγοντες	
17. Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	Papadimitriou και Gibson (2008)

-
18. Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.
- Li, Ryan, και Cave (2016); Borseková, Vaňoná, Vitálišová (2016); Chen και Li (2017); Nepal και Chipeniuk (2005); Hall, Mitchell και Sharples (2003); Strom και Kerstein (2015); Alberti και Giusti D. (2012); Nestorsk (2012); Poitras και Donald (2006); Jones, Singh και Hsiung (2015)
19. Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.
- Singh και Mishra (2004); Getz και Brown (2006)
20. Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).
- Hall, Mitchell και Sharples (2003); Cohen και Ben-Nun (2009)
21. Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.
- Getz και Brown (2006); Hall, Mitchell και Sharples (2003); Boatto et al. (2013); Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009)
22. Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.
- Papadimitriou και Gibson (2008)
23. Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής
- Nepal (2005); Getz και Brown (2006)
- Φυσικό περιβάλλον**
24. Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.
- Margaryan και Fredman (2017); Banki και Ismail (2015); Nepal και Chipeniuk (2005); Papadimitriou και Gibson (2008)

-
25. Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος. Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006); Boatto et al. (2013); Galloway et al. (2013); Alebaki, Menexes και Koutsouris (2015); Byrd et al. (2016)
26. Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς. Li, Ryan, και Cave (2016); Strom και Kerstein (2015); Nestorok (2012); Sheppard και Williams (2016); Potts, T. (2010); Nepal και Chipeniuk (2005); Singh και Mishra (2004); Poitras και Donald (2006); Jones, Singh και Hsiung (2015)
27. Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες. Papadimitriou και Gibson (2008); Novelli, Schmitz και Spencer (2006); Nepal και Chipeniuk (2005)
28. Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας. Bentley, Page και Macky (2007)
- Πρόσβαση και μετακίνηση στον προορισμό**
29. Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό. Cater (2017); Margaryan και Fredman (2017); Nestorok (2012); Nepal και Chipeniuk (2005); Cohen και Ben-Nun (2009); Rendleman et al. (2016); Byrd et al. (2016)
30. Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό. Galloway et al. (2013); Getz και Brown (2006)
31. Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό. Cater (2017); Galloway et al. (2013)
32. Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού. Malik και Bhat (2015); Nestorok (2012); Pyke al. (2016); Singh και Mishra (2004)
33. Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.) Novelli, Schmitz και Spencer (2006)

Γαστρονομία

34. Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις. Banki και Ismail (2015); Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006); Galloway et al. (2013); Jones, Singh και Hsiung (2015); Cohen και Ben-Nun (2009)
35. Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού. Galloway et al. (2013)
36. Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό. Novelli, Schmitz και Spencer (2006)
37. Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού. Hall, Mitchell και Sharples (2003); Cohen και Ben-Nun (2009)

Πληροφόρηση

38. Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή. Novelli, Schmitz και Spencer (2006)
39. Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών. Nicula, Spanu και Neagu (2013)
40. Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής. Galloway et al. (2013)
41. Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό. Galloway et al. (2013)

Κόστος

42. Κόστος και επίπεδο τιμών. Συγγραφέας
43. Παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό. Novelli, Schmitz και Spencer (2006)

Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19

44. Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό. Συγγραφέας
45. Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19 Nazneen et al (2020)
46. Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.) Novelli, Schmitz και Spencer (2006)

Στην επόμενη ενότητα του ερωτηματολογίου, οι τουρίστες δηλώσαν τη συνολική τους ικανοποίηση από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο, καθώς και τις μελλοντικές τους προθέσεις στο να επισκεφθούν ξανά την περιοχή και να τη συστήσουν σε άλλους επισκέπτες. Η ενότητα περιείχε 6 ερωτήσεις (πίνακας 9.5) στις οποίες οι συμμετέχοντες δηλώσαν τον βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας τους, χρησιμοποιώντας μια κλίμακα Likert 7 διαβαθμίσεων (1= διαφωνώ απόλυτα, 7= συμφωνώ απόλυτα). Παράλληλα, στο μέρος αυτό του ερωτηματολογίου συμπεριλήφθηκαν και 3 ερωτήσεις, στην ίδια μορφή, που αφορούσαν τον COVID 19. Οι δηλώσεις αυτές είχαν να κάνουν με το πόσο ασφαλή θεωρούν τα ταξίδια οι ερωτηθέντες λόγω του COVID 19 και αν αντιλαμβάνονται την Ήπειρο ως ασφαλή προορισμό σε σχέση με τον COVID 19 (πίνακας 9.6).

Πίνακας 9.5: Μεταβλητές (items) του ερωτηματολογίου που αφορούν τη συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Ήπειρο και τις μελλοντικές προθέσεις των τουριστών

Ερώτηση	Πηγές
1. Συνολικά, είμαι ικανοποιημένος από την επίσκεψή μου ως τουρίστας στην Ήπειρο.	Yoon & Uysal (2005); Lee (2009); Taher et al (2015); Lee & Hsu (2011); Lee, Jeon & Kim (2011); Alegre & Cladera (2009)
2. Σκοπεύω να επισκεφθώ ξανά ως τουρίστας την περιοχή της Ηπείρου στα επόμενα ταξίδια μου.	
3. Θα συστήσω σε άτομα του κοινωνικού μου περιβάλλοντος (φίλοι, οικογένεια, συνάδερφοι, κτλ.) να επισκεφθούν την Ήπειρο.	
4. Σε σχέση με αυτό που προσδοκούσα η επίσκεψη μου στην Ήπειρο ήταν καλύτερη.	
5. Είμαι διατεθειμένος να πληρώσω και περισσότερα χρήματα προκειμένου να επισκεφθώ μέρη όπως η Ήπειρος.	

-
6. Σε σύγκριση με άλλα μέρη που έχω επισκεφθεί η τουριστική μου εμπειρία στην Ήπειρο ήταν καλύτερη.
-

Πίνακας 9.6: Μεταβλητές (items) του ερωτηματολογίου που αφορούν τον COVID 19

Ερώτηση	Πηγή
1. Δεν θεωρώ τα ταξίδια ασφαλή λόγω του COVID 19	Συγγραφέας
2. Ο COVID 19 μείωσε σημαντικά τα ταξιδιωτικά μου πλάνα για τους επόμενους 12 μήνες.	Συγγραφέας
3. Θεωρώ την Ήπειρο ως ασφαλή προορισμό σε σχέση με τον COVID 19.	Συγγραφέας

Τέλος, η πέμπτη ενότητα του ερωτηματολογίου συγκέντρωσε πληροφορίες σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, εκπαιδευτικό επίπεδο, επάγγελμα, τόπο διαμονής και μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα).

9.6 Μεθοδολογία ανάλυσης των δεδομένων και εννοιολογικό πλαίσιο

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τα λογισμικά SPSS, JASP, JAMOVI, καθώς και με τη γλώσσα προγραμματισμού Lavaan της R, που εξειδικεύεται αποκλειστικά σε αναλύσεις επιβεβαιωτικής παραγοντικής ανάλυσης και δομικών μοντέλων εξισώσεων. Πρώτα, χρησιμοποιήθηκαν περιγραφικά μέτρα όπως μέσοι, τυπικές αποκλίσεις και ποσοστά. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε διερευνητική παραγοντική ανάλυση (Exploratory Factor Analysis -EFA) με τη μέθοδο Principal Component και τη περιστροφή Varimax. Όπως αναφέρουν οι Malhotra & Bricks (2003; 2006), η διερευνητική ανάλυση παραγόντων (EFA) είναι μια στατιστική τεχνική που χρησιμοποιείται για την αποκάλυψη της υποκείμενης δομής ενός σχετικά μεγάλου συνόλου μεταβλητών. Χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό του αριθμού και της φύσης των λανθανουσών μεταβλητών (παραγόντων) που εξηγούν τα μοτίβα των συσχετίσεων μεταξύ των παρατηρούμενων μεταβλητών. Η μέθοδος αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στα αρχικά στάδια της έρευνας, όταν οι σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών δεν είναι σχηματοποιημένες. Βοηθά στη μείωση των δεδομένων,

συνοψίζοντας και μειώνοντας το σύνολο τους σε έναν μικρότερο αριθμό παραγόντων που μπορούν να εξηγήσουν τις παρατηρούμενες συσχετίσεις (Malhotra & Bricks, 2003; 2006). Πραγματοποιήθηκαν δύο διερευνητικές παραγοντικές αναλύσεις, όπου η μία αφορούσε την κατηγοριοποίηση και ταξινόμηση των κινήτρων των επισκεπτών και η δεύτερη την κατηγοριοποίηση και ταξινόμηση των παραγόντων ικανοποίησης των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.

Οι διαστάσεις που προέκυψαν από την διερευνητική παραγοντική ανάλυση χρησιμοποιήθηκαν στο επόμενο στάδιο της ανάλυσης που ήταν τα παραμετρικά τεστ. Οι παραμετρικοί έλεγχοι πραγματοποιήθηκαν για να εξεταστεί η επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στις απαντήσεις τους. Ειδικότερα, Independent T-tests χρησιμοποιήθηκαν για το φύλο και ανάλυση one-way ANOVA για την ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση και το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα. Τα παραμετρικά τεστ εξετάστηκαν σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $p < 0,05$.

Ακόμα, τα αποτελέσματα της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης αξιολογήθηκαν και επιβεβαιώθηκαν με επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση (Confirmatory Factor Analysis -CFA). Η επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση είναι μια στατιστική τεχνική που χρησιμοποιείται για να ελέγξει αν ένα σύνολο παρατηρούμενων μεταβλητών αντανάκλα τον αριθμό των υποκείμενων παραγόντων (λανθάνουσες μεταβλητές) που αναμένονται με βάση την προϋπάρχουσα θεωρία ή διαμορφωμένες ερευνητικές υποθέσεις (Kline, 2010). Σε αντίθεση με τη διερευνητική ανάλυση παραγόντων (EFA), η οποία χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό πιθανών παραγόντων χωρίς προηγούμενες υποθέσεις, η CFA χρησιμοποιείται για τον έλεγχο συγκεκριμένων υποθέσεων σχετικά με την παραγοντική δομή ενός συνόλου δεδομένων (Bollen, 1989). Στην παρούσα διατριβή, τα αποτελέσματα της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης επικυρώθηκαν με την επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση με στόχο τη δημιουργία ενός συνεκτικού θεωρητικού μοντέλου.

Ως προέκταση της επιβεβαιωτικής παραγοντικής ανάλυσης, το τελευταίο στάδιο της ανάλυσης περιλάμβανε τη χρήση δομικών μοντέλων εξισώσεων (Structural

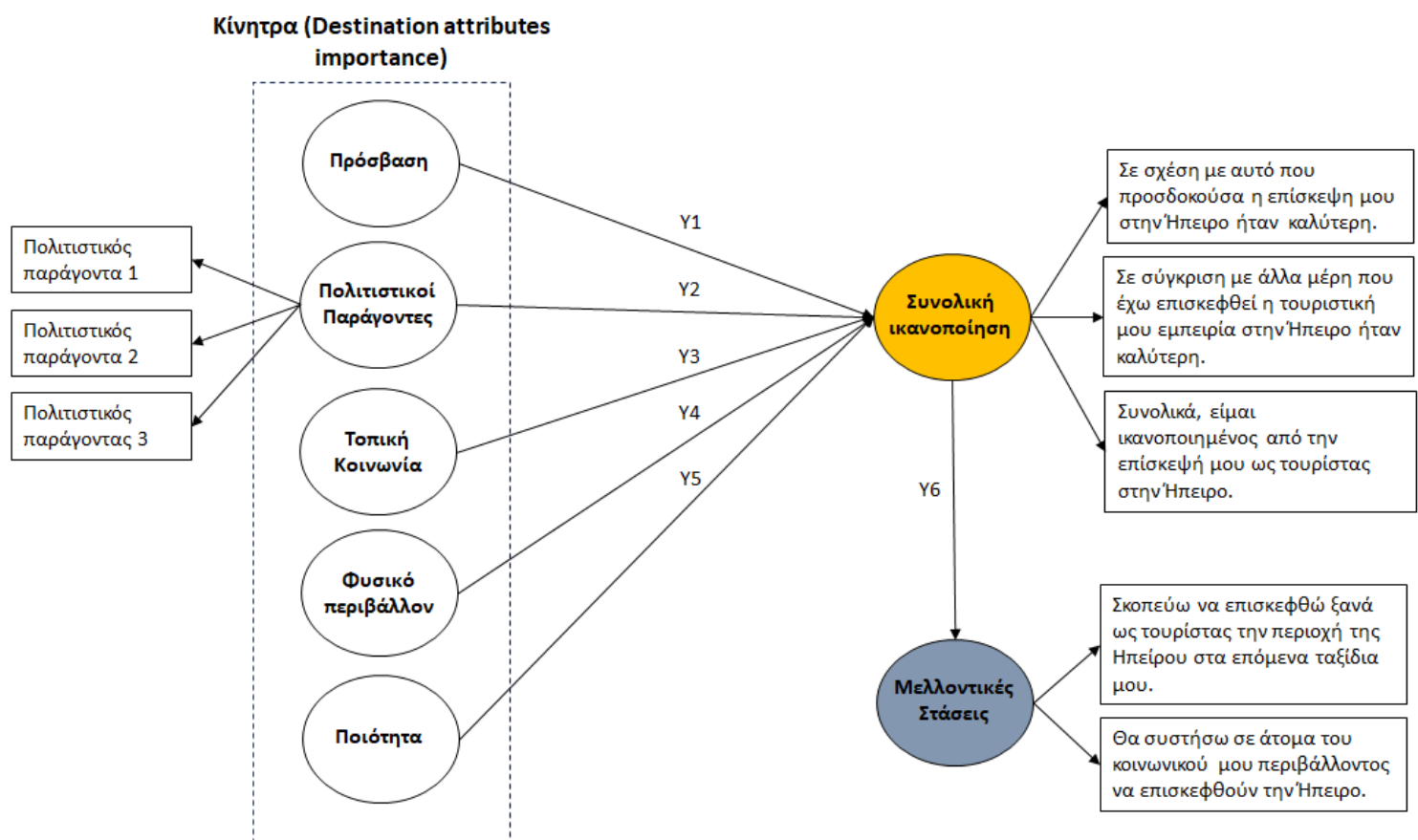
Equation Modeling- SEM). Η προσέγγιση SEM είναι μια ολοκληρωμένη στατιστική τεχνική που χρησιμοποιείται για τον έλεγχο υποθέσεων σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ παρατηρούμενων και λανθανουσών μεταβλητών. Συνδυάζει πτυχές της ανάλυσης παραγόντων και της ανάλυσης πολλαπλής παλινδρόμησης, επιτρέποντας στους ερευνητές να εξετάζουν πολύπλοκες αιτιώδεις σχέσεις ταυτόχρονα και να λαμβάνουν υπόψη τους το σφάλμα μέτρησης (Hair et al., 2017). Η SEM ως τεχνική χρησιμοποιείται ευρέως στις κοινωνικές επιστήμες, τη ψυχολογία, την οικονομία και διοίκηση, την εκπαίδευση, τον τουρισμό, την υγεία, κτλ. για τον έλεγχο θεωρητικών μοντέλων. Η ευρεία αυτή χρήση υπογραμμίζει και την αποτελεσματικότητά της. Τα βασικά βήματα της ανάλυσης SEM είναι τα εξής:

- Καθορισμός του θεωρητικού μοντέλου, συμπεριλαμβανομένων των λανθάνουσων μεταβλητών, των παρατηρούμενων μεταβλητών και των υποθετικών σχέσεων μεταξύ τους.
- Χρήση στατιστικού λογισμικού για την εκτίμηση των παραμέτρων του μοντέλου, συχνά μέσω της εκτίμησης μέγιστης πιθανοφάνειας (MLE) ή άλλων μεθόδων.
- Αξιολόγηση της προσαρμογής του μοντέλου με τη χρήση διαφόρων δεικτών. Μπορούν να γίνουν προσαρμογές με βάση θεωρητικές εκτιμήσεις και δείκτες προσαρμογής (RMSEA, CFI, TLI, GFI) για τη βελτίωση του μοντέλου.
- Εάν είναι απαραίτητο, το μοντέλο τροποποιείται για να ταιριάζει καλύτερα στα δεδομένα, με γνώμονα τους δείκτες τροποποίησης, τη θεωρητική αιτιολόγηση και τους δείκτες προσαρμογής (βλέπε προηγούμενο στάδιο).
- Ερμηνεία των παραμέτρων, συμπεριλαμβανομένων των παραγοντικών φορτίσεων και των συντελεστών διαδρομής (path analysis) με στόχο την κατανόηση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών.

(Hair et al., 2010; 2017; Kline, 2023)

Συμπερασματικά, η ανάλυση SEM προσφέρει ένα ισχυρό σύνολο εργαλείων για τους ερευνητές που στοχεύουν στην κατανόηση πολύπλοκων σχέσεων εντός των δεδομένων τους, επιτρέποντας διαφοροποιημένες αναλύσεις που λαμβάνουν υπόψη λανθάνουσες μεταβλητές.

Με βάση τη θεωρία, αλλά και τις παραγοντικές αναλύσεις, δημιουργήθηκαν και αξιολογήθηκαν δύο θεωρητικά μοντέλα που περιέγραψαν τους παράγοντες που καθορίζουν τη συνολική ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο καθώς και τις μελλοντικές τους στάσεις και προθέσεις. Στο πρώτο μοντέλο εξετάστηκε η επίδραση των κινήτρων (destination attributes importance) στη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών καθώς και η σχέση συνολικής ικανοποίησης και μελλοντικών στάσεων (διάγραμμα 9.1).



Διάγραμμα 9.1: 1^ο θεωρητικό μοντέλο – Σχέσεις Κινήτρων, Ικανοποίησης και Μελλοντικών Στάσεων

Με βάση το σχεδιασμό αυτού του θεωρητικού μοντέλου διαμορφώνονται οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

Y1: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντική την πρόσβαση στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.

Y2: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντικούς τους πολιτιστικούς παράγοντες ενός προορισμού είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.

Y3: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντική την αλληλεπίδραση με την τοπική κοινωνία στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.

Y4: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντικούς τους παράγοντες του φυσικού περιβάλλοντος στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.

Y5: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντική την ποιότητα των υπηρεσιών στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.

Y6: Η συνολική ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις απέναντι στην περιοχή.

Το δεύτερο θεωρητικό μοντέλο εξέτασε τις σχέσεις ανάμεσα στις επιμέρους διαστάσεις ικανοποίησης (destination attributes performance) και τη συνολική ικανοποίηση από τη επίσκεψη στην Ήπειρο. Παράλληλα, όπως και στο προηγούμενο μοντέλο, εξετάστηκε και η σχέση συνολικής ικανοποίησης και μελλοντικών στάσεων/προθέσεων των επισκεπτών (διάγραμμα 9.2). Συνεπώς, διαμορφώθηκαν οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

Y7: Η ικανοποίηση από την πρόσβαση στην Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

Y8: Η ικανοποίηση από τους πολιτιστικούς παράγοντες της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

Y9: Η ικανοποίηση από τις δραστηριότητες στην Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

Y10: Η ικανοποίηση από το φυσικό περιβάλλον της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

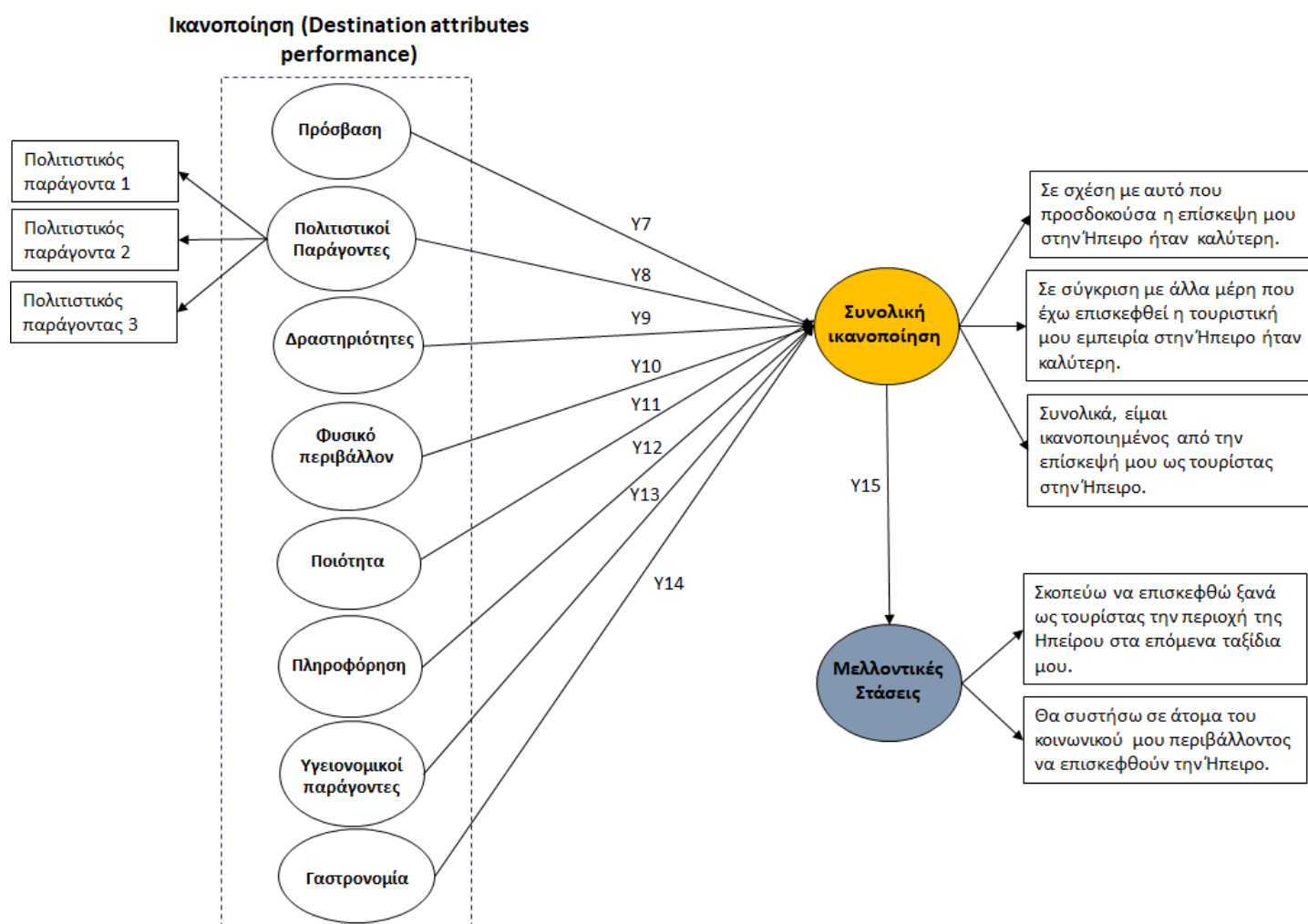
Y11: Η ικανοποίηση από την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών στην Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

Y12: Η ικανοποίηση από την πληροφόρηση σχετικά με την Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

Y13: Η ικανοποίηση από τους υγειονομικούς παράγοντες της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

Y14: Η ικανοποίηση από την γαστρονομία της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.

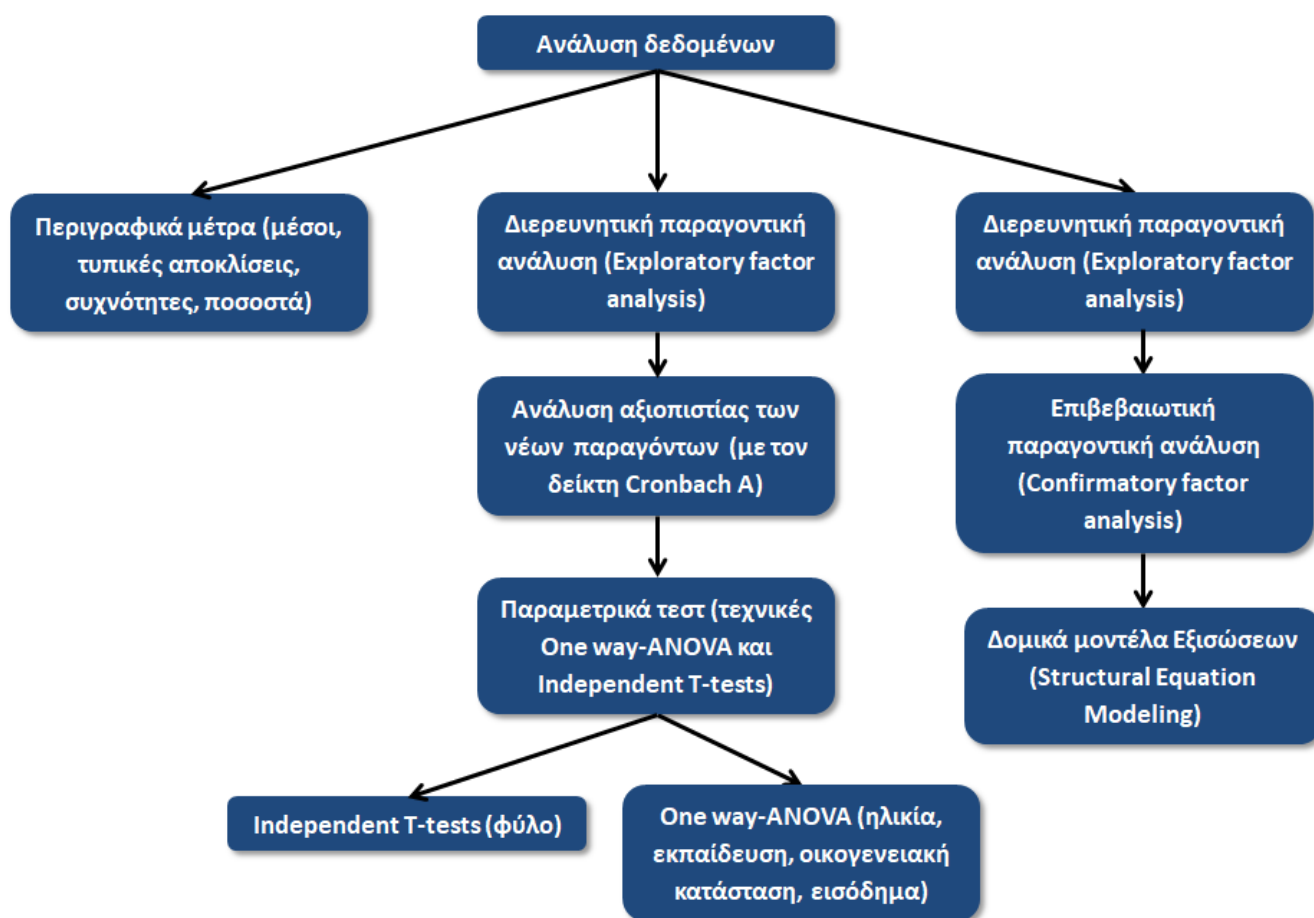
Y15: Η συνολική ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις απέναντι στην περιοχή.



Διάγραμμα 9.2: 2^ο θεωρητικό μοντέλο – Δομικές Διαστάσεις Συνολικής ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο

Για την εξέταση και των δύο αυτών θεωρητικών μοντέλων χρησιμοποιήθηκε η τεχνική Covariance-based SEM (με βάση τη συνδιακύμανση) με τη μέθοδο μέγιστης πιθανοφάνειας (Maximum Likelihood) για την εκτίμηση των παραμέτρων. Τα ελλείποντα δεδομένα (missing data) προσεγγίστηκαν με την πρακτική excluding cases listwise

Πριν κλείσει αυτό το κεφάλαιο, το διάγραμμα 9.3 συνοψίζει όλα τα στάδια της στατιστικής ανάλυσης και επεξεργασίας των δεδομένων που παρατέθηκαν νωρίτερα, δίνοντας μια ολοκληρωμένη οπτική απεικόνιση της μεθοδολογίας ανάλυσης της διδακτορικής διατριβής.



Διάγραμμα 9.3: Σύνοψη μεθοδολογίας ανάλυσης της διδακτορικής διατριβής

Κεφάλαιο 10: Ανάλυση δεδομένων

10.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η ανάλυση των πρωτογενών δεδομένων. Το κεφάλαιο είναι δομημένο ανάλογα με τις τεχνικές ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκαν, ήτοι: περιγραφικά μέτρα, παραγοντικές αναλύσεις, δομικά μοντέλα εξισώσεων και παραμετρικά τεστ.

10.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Ο πίνακας 10.1 δείχνει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος της έρευνας, και ειδικότερα, το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την επαγγελματική ιδιότητα, τον τόπο διαμονής και το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα.

Πίνακας 10.1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
Άνδρας	370	24,3	24,3	24,3
Γυναίκα	1154	75,7	75,7	100,0
Σύνολο	1524	100,0	100,0	
Ηλικία				
	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
18-29	312	20,5	20,5	20,5
30-39	512	33,6	33,6	54,1
40-49	460	30,2	30,2	84,3
50-59	179	11,7	11,7	96,0
60-69	46	3,0	3,0	99,0
70+	15	1,0	1,0	100,0
Σύνολο	1524	100,0	100,0	
Οικογενειακή κατάσταση				
	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
Άγαμος	640	42,0	42,0	42,0
Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	10,7	10,7	52,7
Παντρεμένος με παιδιά	643	42,2	42,2	94,9
Άλλο	78	5,1	5,1	100,0
Σύνολο	1524	100,0	100,0	
				183

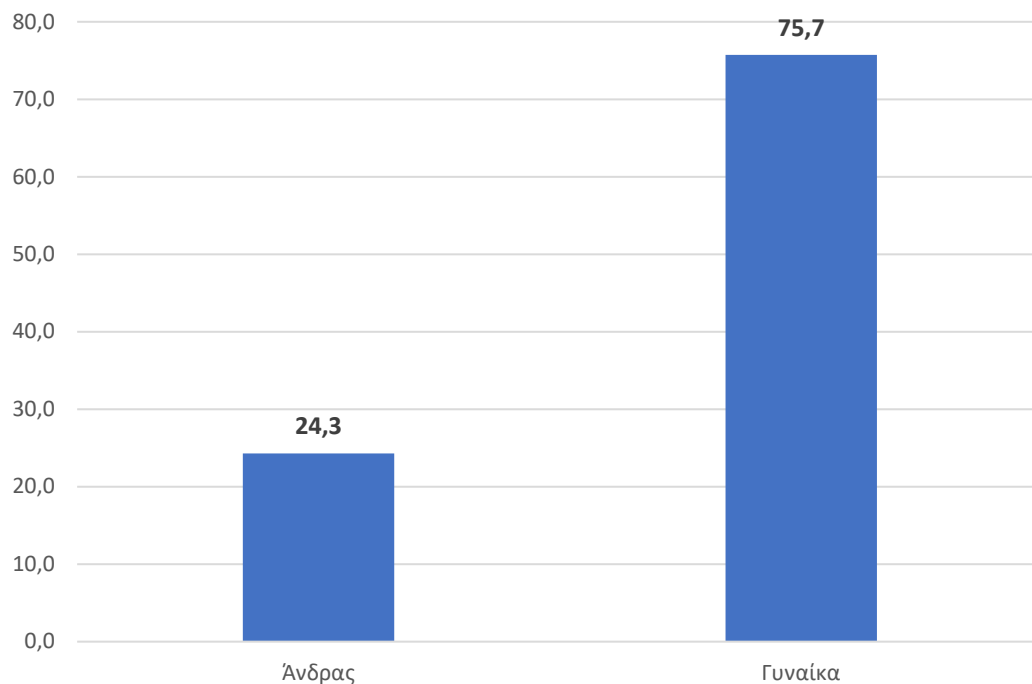
Μορφωτικό επίπεδο				
	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	14,5	14,5	14,5
Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	42,0	42,0	56,5
Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	38,6	38,6	95,1
Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,9	4,9	100,0
Σύνολο	1524	100,0	100,0	

Επάγγελμα				
	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
Δημόσιος υπάλληλος	349	22,9	22,9	22,9
Υπάλληλος ιδιωτικού τομέα	674	44,2	44,2	67,1
Ελεύθερος επαγγελματίας/επιχειρηματίας	325	21,3	21,3	88,5
Φοιτητής	83	5,4	5,4	93,9
Άνεργος	93	6,1	6,1	100,0
Σύνολο	1524	100,0	100,0	

Τόπος διαμονής				
	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
Αττική	678	44,5	44,6	44,6
Μακεδονία	341	22,4	22,4	67,0
Κρήτη	39	2,6	2,6	69,6
Θεσσαλία	144	9,4	9,5	79,0
Πελοπόννησος	61	4,0	4,0	83,0
Νησιά Ιονίου	40	2,6	2,6	85,7
Στερεά Ελλάδα	33	2,2	2,2	87,8
Άλλο	185	12,1	12,2	100,0
Σύνολο	1521	99,8	100,0	
Δεν απάντησαν	3	0,2		
Σύνολο	1524	100,0		

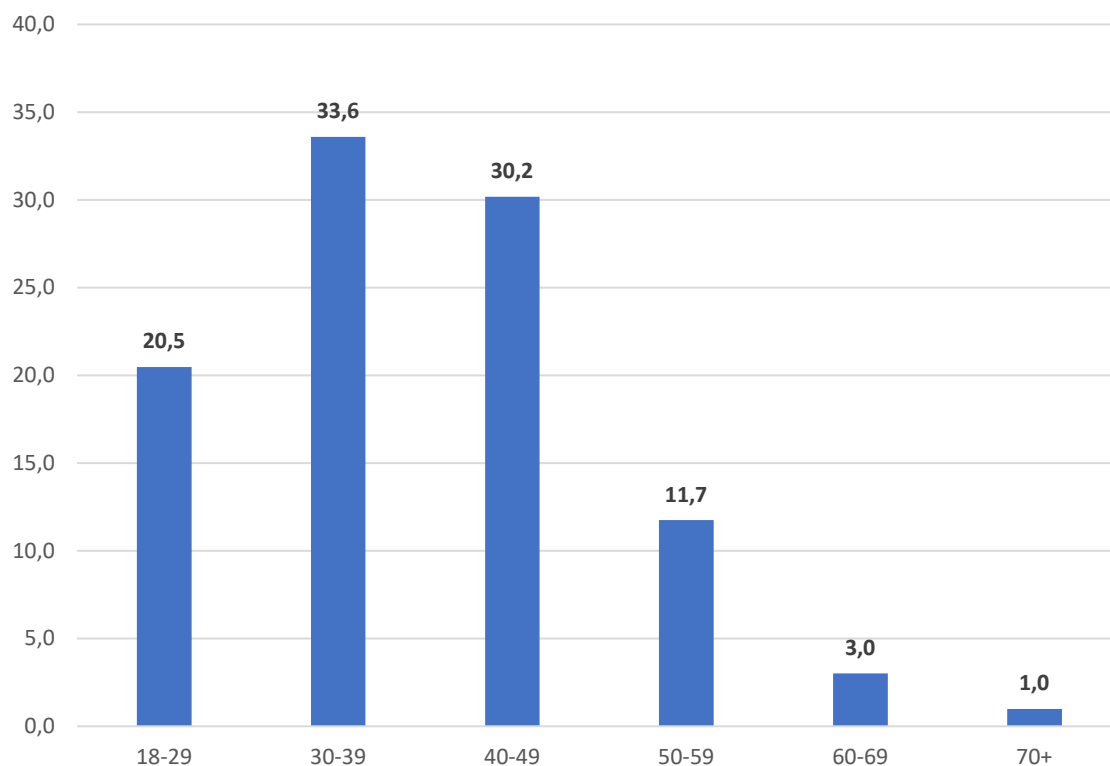
Μηνιαίο Οικογενειακό εισόδημα				
	N	%	Ισχύον %	Αθροιστικό %
Κάτω από 1.000 €	242	15,9	15,9	15,9
1.001-2.000 €	603	39,6	39,6	55,4
2.001-3.000 €	309	20,3	20,3	75,7
3.001-4.000 €	115	7,5	7,5	83,3
Περισσότερα από 4.001 €	122	8,0	8,0	91,3
Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	8,7	8,7	100,0
Σύνολο	1524	100,0	100,0	

Ειδικότερα, και όπως φαίνεται στο διάγραμμα 10.1, το 24,3 % των συμμετεχόντων ήταν άντρες και το 75,7 % γυναίκες. Παρόλο τον μικρό αριθμό των αντρών σε ποσοστό, σε απόλυτες τιμές το σύνολο των απαντήσεων τους ήταν ικανοποιητικό (370), επιτρέποντας τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων και τις συγκρίσεις με τις απαντήσεις των γυναικών.

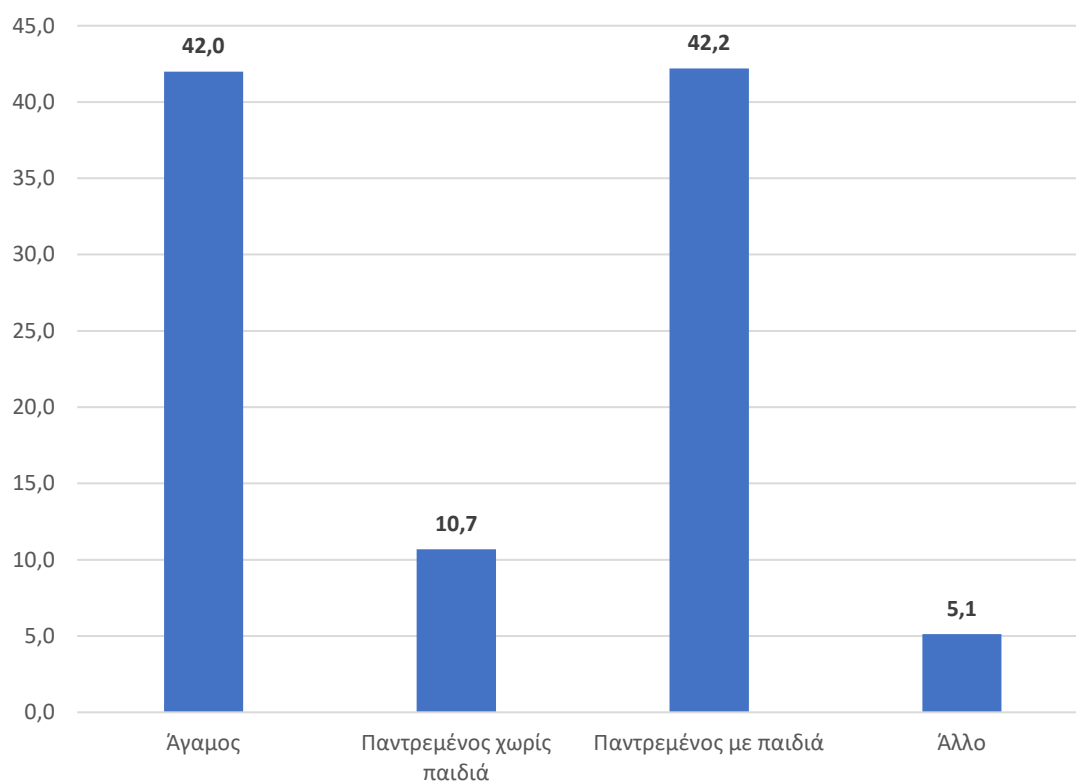


Διάγραμμα 10.1: Φύλο των συμμετεχόντων, σε %

Όσον αφορά την ηλικία, το 33,6 % ήταν 30-39 ετών, το 30,2 % ήταν 40-49 ετών, το 20,5 % ήταν κάτω των 30 ετών και περίπου το 15 % ήταν άνω των 50 ετών (διάγραμμα 10.2). Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση (διάγραμμα 10.3), δύο ήταν οι βασικές κατηγορίες με βάση τις οποίες διακρίθηκαν οι συμμετέχοντες, οι άγαμοι (42 %) και οι παντρεμένοι με παιδιά (42,2%). Θα μπορούσε να ειπωθεί ότι αυτές οι δύο κατηγορίες αποτελούν και τις κύριες κατηγορίες τουριστών της Ηπείρου, προσφέροντας έτσι χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με το προφίλ των επισκεπτών της περιοχής.

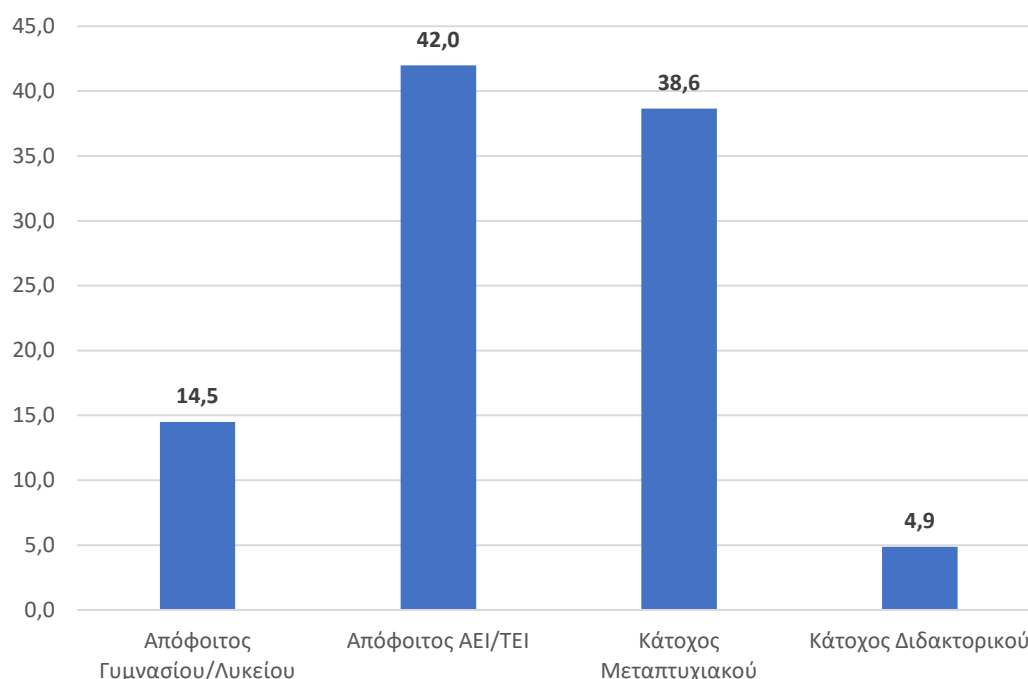


Διάγραμμα 10.2: Ηλικία των συμμετεχόντων, σε %



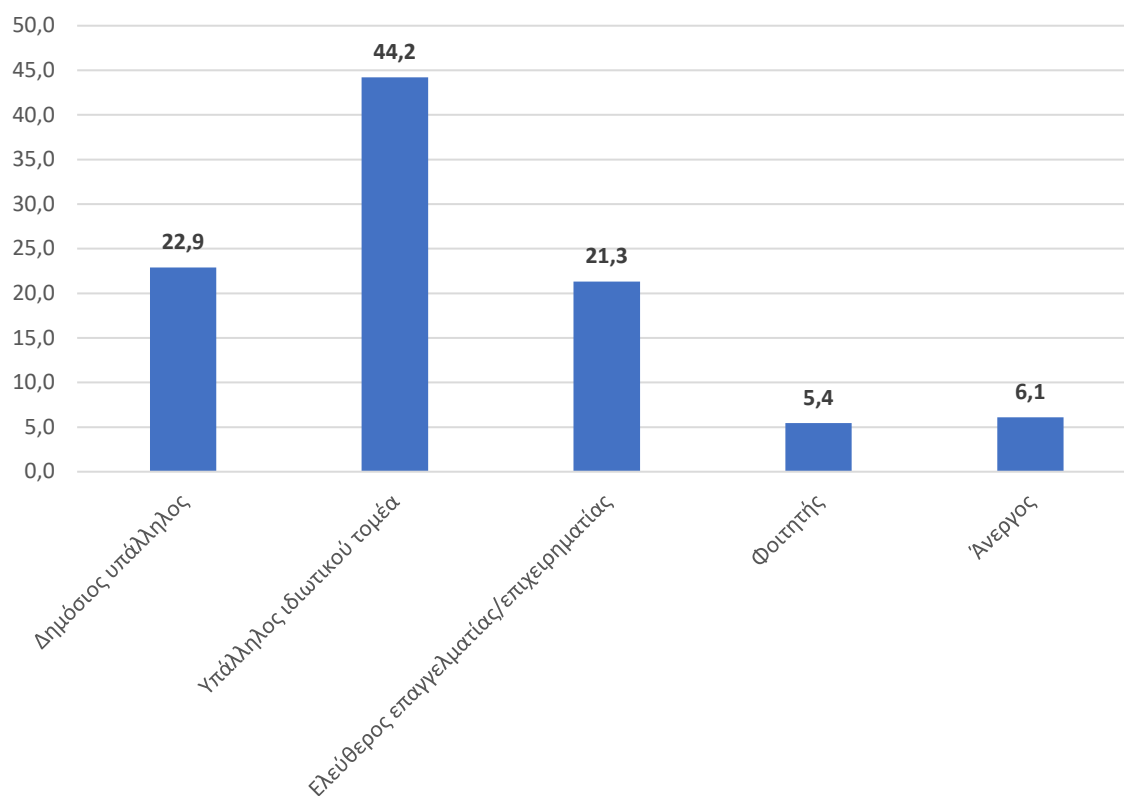
Διάγραμμα 10.3: Οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, σε %

Περνώντας στο μορφωτικό επίπεδο (διάγραμμα 10.4), παρατηρείται ότι η πλειοψηφία ήταν απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (42 %) ή/και κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών (38,6%), ενώ όσον αφορά την επαγγελματική ιδιότητα το 44,2 % ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (διάγραμμα 10.5).

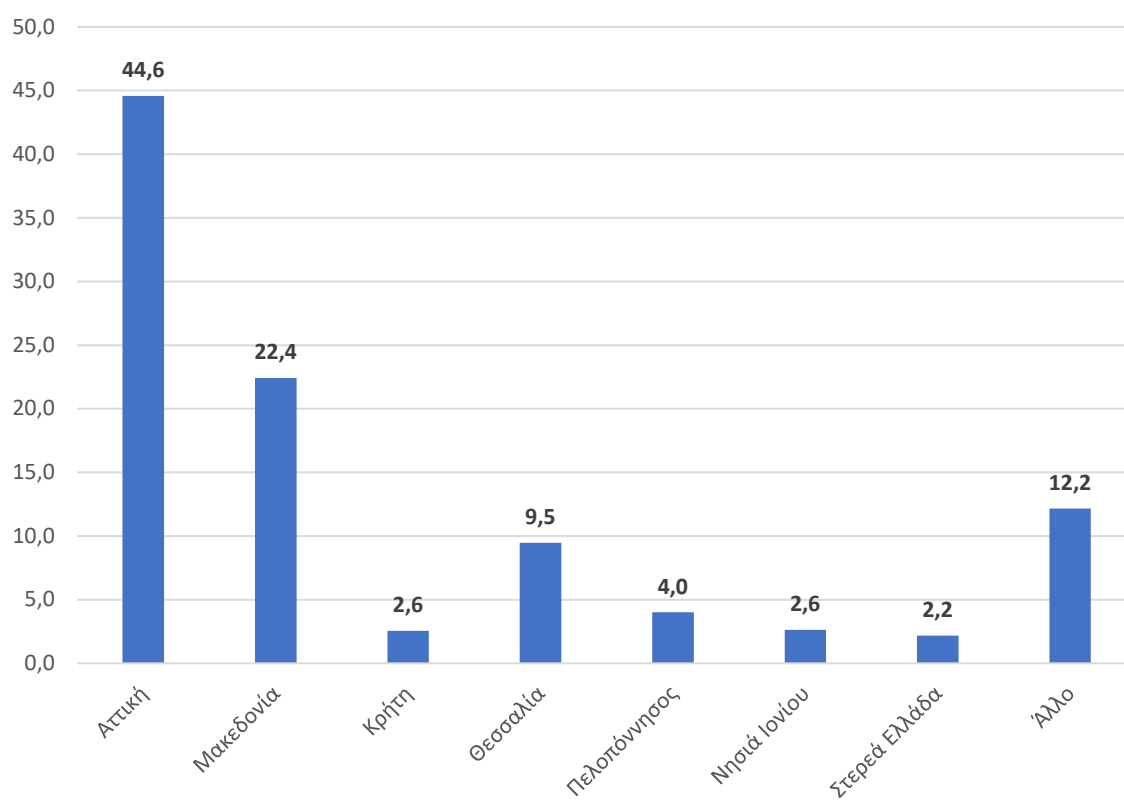


Διάγραμμα 10.4: Μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων, σε %

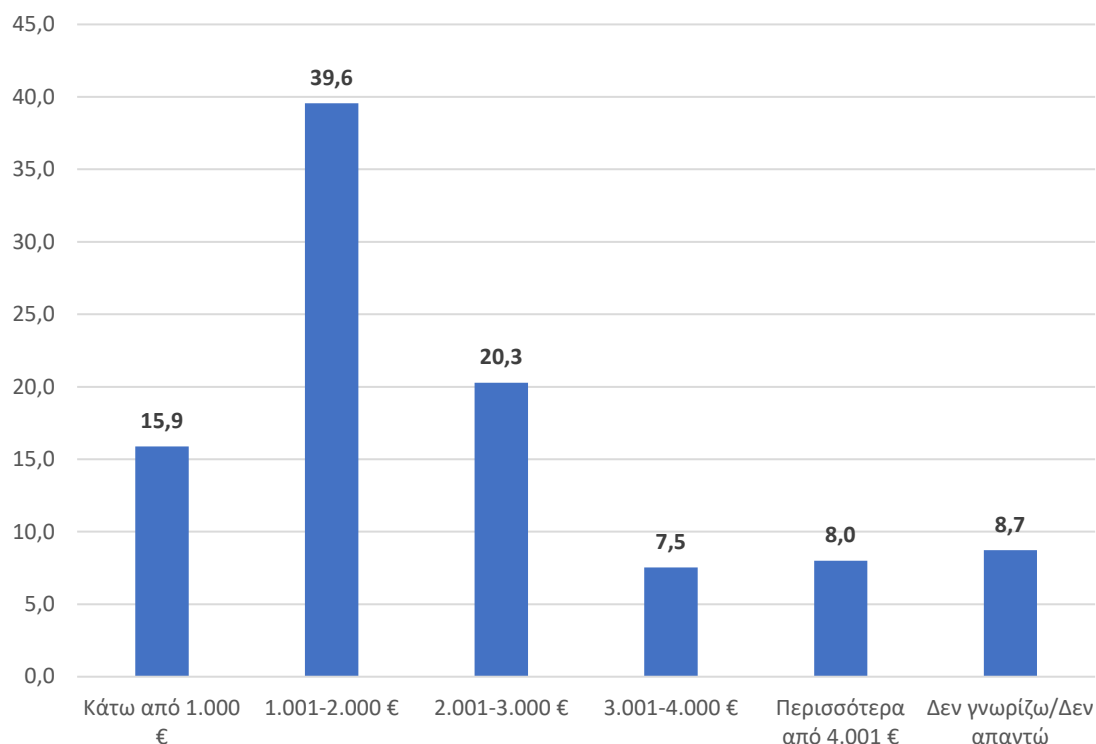
Παράλληλα, το 44,6 % των επισκεπτών είχαν ως μόνιμο τόπο κατοικίας την Αττική (διάγραμμα 10.6). Τέλος, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων είχε μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα που κυμαίνεται μεταξύ 1.000-3.000 ευρώ (60 %), τη στιγμή που το 16 % έχει λιγότερα από 1.000 ευρώ και το 8 % περισσότερα από 4.000 ευρώ, υποδεικνύοντας πιθανές εισοδηματικές ανισότητες στο δομή της ελληνικής κοινωνίας (διάγραμμα 10.7).



Διάγραμμα 10.5: Επάγγελμα των συμμετεχόντων, σε %



Διάγραμμα 10.6: Τόπος διαμονής των συμμετεχόντων, σε %

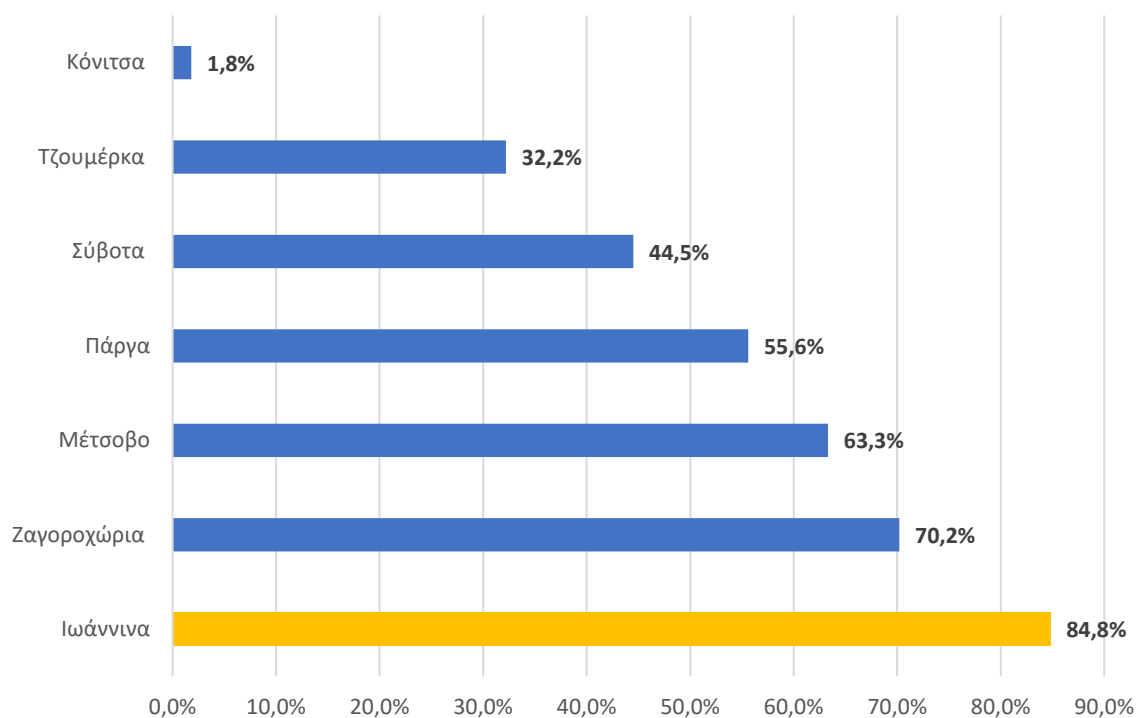


Διάγραμμα 10.7: Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των συμμετεχόντων, σε %

10.3 Προτιμήσεις των ταξιδιωτών στην Ήπειρο

Ξεκινώντας με την ανάλυση των προτιμήσεων των επισκεπτών της Ηπείρου (διάγραμμα 10.8), πρώτον, παρατηρείται ότι οι πιο δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί στην Ήπειρο είναι η ίδια η πόλη των Ιωαννίνων (84,8%), ακολουθούμενη από τα Ζαγοροχώρια (70,2 %), το Μέτσοβο (63,3%), την Πάργα (55,6%), τα Σύβοτα (44.5 %) και τα Τζουμέρκα (32,2 %). Τα παραπάνω αναδεικνύουν τον ορεινό προσανατολισμό της περιφέρειας Ηπείρου όσον αφορά τον τουρισμό, δεδομένου ότι όλοι οι προαναφερθέντες προορισμοί, με εξαίρεση την Πάργα και τα Σύβοτα, είναι ορεινοί.

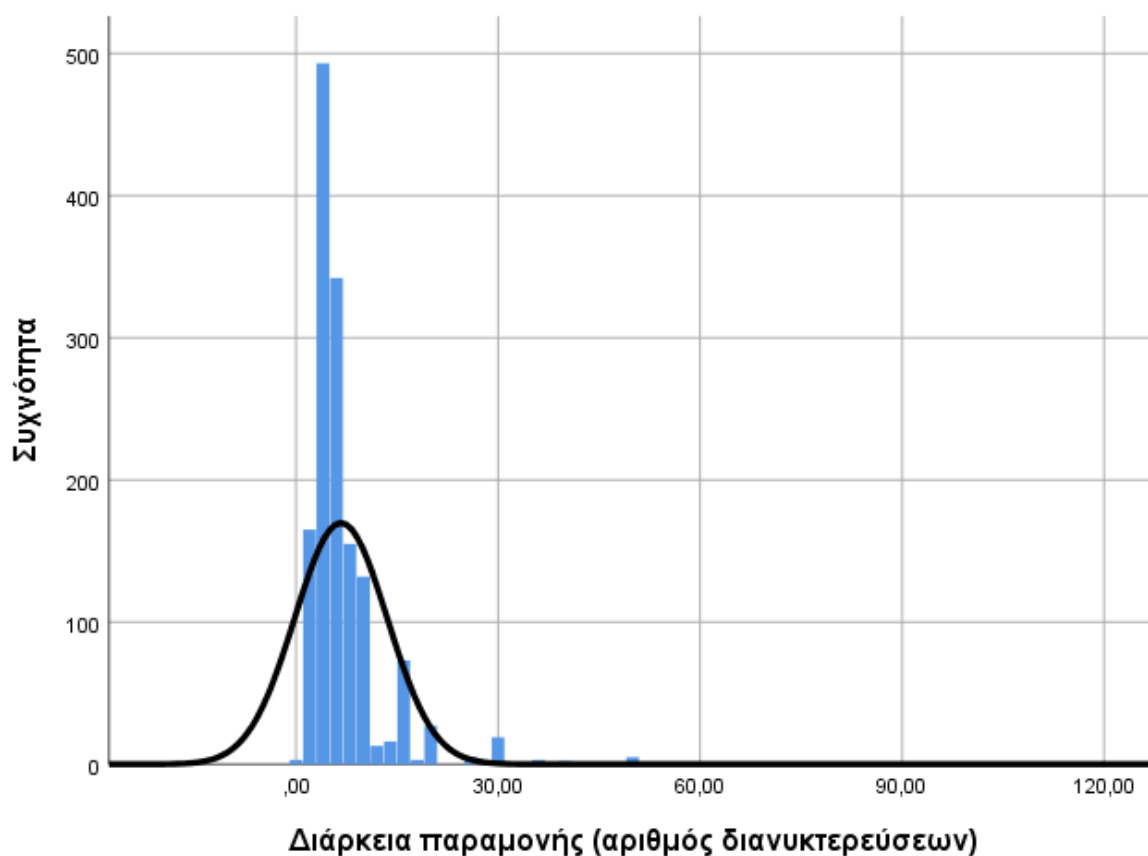
Η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών στην περιφέρεια της Ηπείρου είναι οι 6,6 μέρες (διάγραμμα 10.9). Παρόλο αυτά, ο μέσος είναι σχετικά υψηλός γιατί σε αυτόν συμπεριλαμβάνονται και απαντήσεις ανθρώπων που επισκέπτονται την περιοχή για περισσότερες από 30 ημέρες, συνδυάζοντας προσωπικές εργασίες και διακοπές. Χαρακτηριστικό είναι ότι η επικρατούσα τιμή και η διάμεσος κυμαίνεται χαμηλότερα στις 5 μέρες (πίνακας 10.2).



Διάγραμμα 10.8: Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε στην Ήπειρο; (δημοφιλείς προορισμοί), (απαντήσεις σε %)

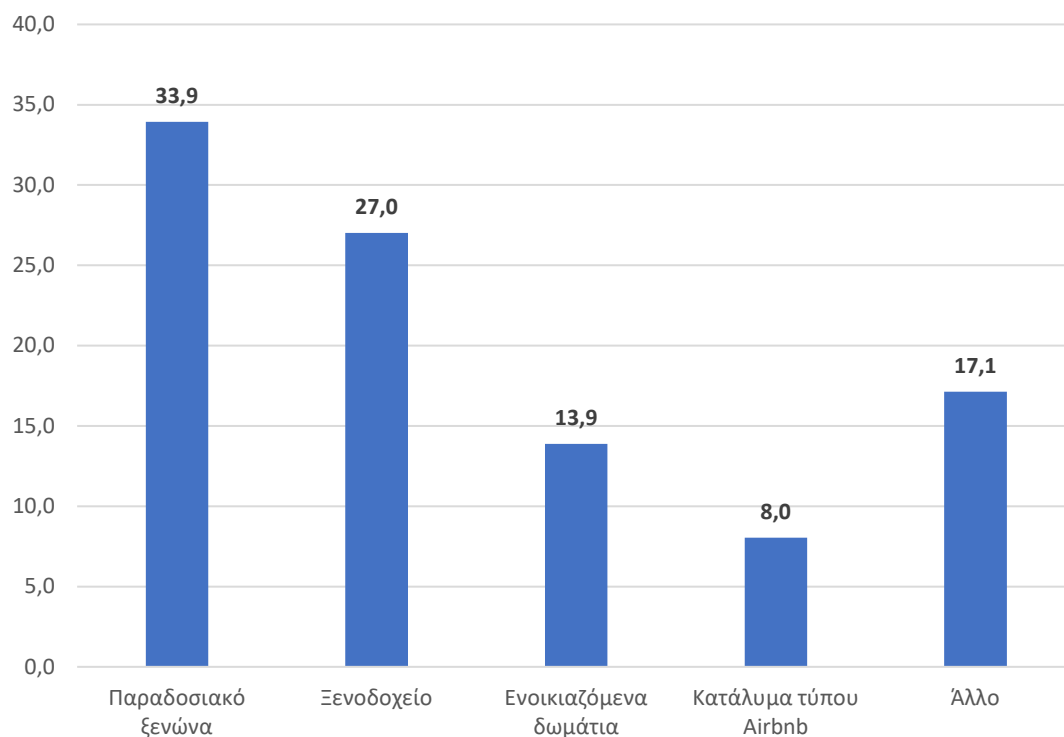
Πίνακας 10.2: Διάρκεια παραμονής (αριθμός διανυκτερεύσεων σε βράδια)

N	1460
Δεν απάντησαν	64
Μέσος	6,6589
Διάμεσος	5,0000
Επικρατούσα τιμή	5,00



Διάγραμμα 10.9: Διάρκεια παραμονής (αριθμός διανυκτερεύσεων σε βράδια)

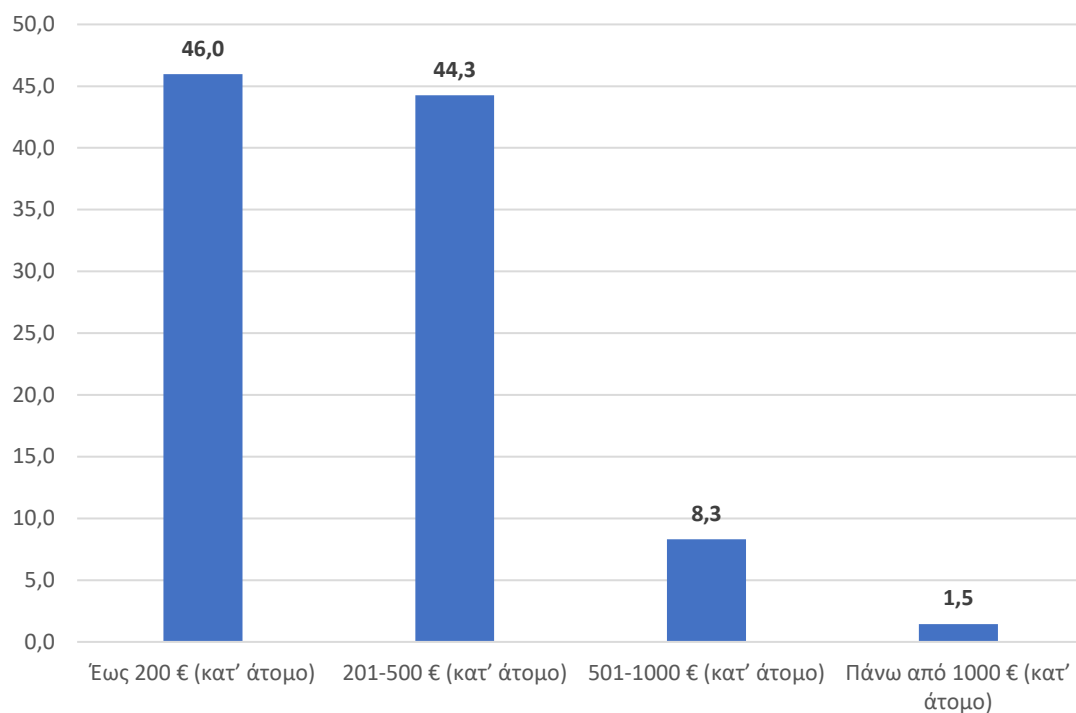
Σχετικά με τον τύπο καταλύματος που επέλεξαν οι επισκέπτες, το 33,9 % προτίμησε παραδοσιακό ξενώνα, το 27 % ξενοδοχείο, το 13,9 % ενοικιαζόμενα δωμάτια, που λογικά θα αφορούσε κυρίως παραθαλάσσιους προορισμούς, το 8,0 % καταλύματα τύπου Airbnb, ενώ το 17,1 % απάντησε άλλο (διάγραμμα 10.10). Δύο στοιχεία είναι άξια αναφοράς σχετικά με το διάγραμμα. Πρώτον, η υψηλή προτίμηση σε παραδοσιακούς ξενώνες αντανακλά ως ένα βαθμό τον τουριστικό χαρακτήρα της περιοχής. Δεύτερον, η επιλογή «Άλλο» κατά κύριο λόγο αναφέρεται σε φιλοξενία από φίλους ή διαμονή σε σπίτι που κατέχουν οι συμμετέχοντες λόγω καταγωγής από την ευρύτερη περιοχή.



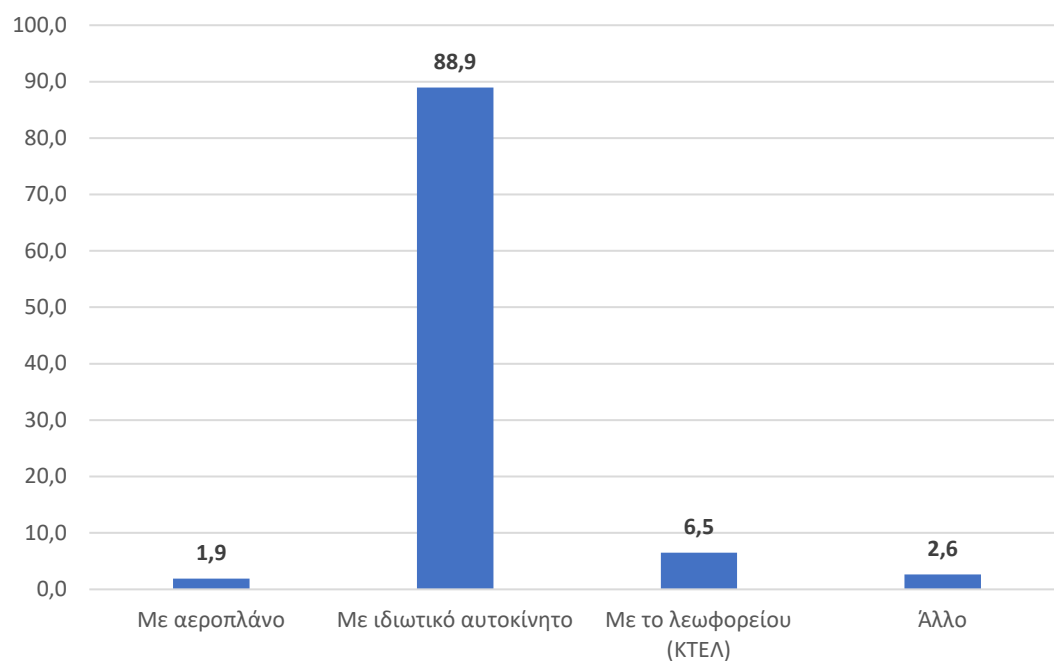
Διάγραμμα 10.10: Τύπος καταλύματος των επισκεπτών στην Ήπειρο; (Σε τι κατάλυμα μένετε;), (απαντήσεις σε %)

Επιπρόσθετα, το 46 % των επισκεπτών ξόδεψε ατομικά περίπου 200 ευρώ κατά τη διάρκεια των διακοπών του στην Ήπειρο, ενώ το 44,3 % ξόδεψε ατομικά 201-500 ευρώ (διάγραμμα 10.11). Σε γενικές γραμμές, η μειοψηφία των επισκεπτών ξοδεύει πάνω από 500 ευρώ κατά τη διάρκεια της διαμονής του στην Ήπειρο, στοιχείο που υποδεικνύει και την ανάγκη αλλαγής προσανατολισμού προς αγορές τουριστών ανώτερων κοινωνικοοικονομικών στρωμάτων, που βρίσκονται κατά κύριο λόγο στο εξωτερικό.

Τέλος, μια ακόμα αδυναμία της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής είναι η πρόσβαση, δεδομένου ότι το 88,9 % των ερωτηθέντων έχει έρθει στην Ήπειρο με ιδιωτικό αυτοκίνητο, ενώ το 6,5 % με λεωφορείο και μόλις το 1,9 % με αεροπλάνο. Φαίνεται λοιπόν ότι η αεροπορική πρόσβαση είναι ιδιαίτερα περιορισμένη, συρρικνώνοντας έτσι τις δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης στον προορισμό (διάγραμμα 10.12).



Διάγραμμα 10.11: Πόσα χρήματα ξοδέψατε περίπου κατ' άτομο στη διάρκεια των διακοπών σας στην Ήπειρο; (απαντήσεις σε %)



Διάγραμμα 10.12: Πως ήρθατε στην Ήπειρο; (απαντήσεις σε %)

10.4 Κίνητρα Τουριστών – Σημαντικότητα των χαρακτηριστικών των τουριστικών προορισμών (destinations attributes importance)

Στην ενότητα αυτή αναλύεται η σημαντικότητα των χαρακτηριστικών των τουριστικών προορισμών, σύμφωνα με τις γνώμες των επισκεπτών. Με άλλα λόγια, αναλύονται τα κίνητρα των τουριστών. Όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας, τα χαρακτηριστικά αυτά διακρίθηκαν σε 9 κατηγορίες με στόχο την καλύτερη κατανόησή τους και με βάση την ανάλυση της βιβλιογραφίας. Ξεκινώντας με τον χαρακτήρα του προορισμού, παράγοντες όπως η ασφάλεια, η επαφή με τους μόνιμους κατοίκους, η φήμη του προορισμού και η φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων αξιολογήθηκαν ως σημαντικοί, ενώ αντίθετα παράγοντες όπως οι τεχνολογικές υποδομές και η διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών θεωρήθηκαν ως λιγότερο σημαντικοί (πίνακας 10.3).

Πίνακας 10.3: Χαρακτήρας του προορισμού (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ασφάλεια στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,9934	1,54468
Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.	1524	1,00	7,00	4,1778	1,69562
Η φήμη του προορισμού.	1524	1,00	7,00	4,1070	1,57824
Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	1524	1,00	7,00	4,0256	1,61371
Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.	1524	1,00	7,00	3,9764	1,65572
Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.	1524	1,00	7,00	3,4619	1,55418
Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	3,2907	1,58087

Στην επόμενη κατηγορία, που ήταν οι παροχές και οι υπηρεσίες, η ποιότητα των ξενοδοχειακών και τουριστικών υπηρεσιών και υποδομών αξιολογήθηκε ως ιδιαίτερα σημαντική, ενώ οι αθλητικές δραστηριότητες, οι δραστηριότητες για παιδιά, η νυχτερινή ζωή και η ψυχαγωγία αξιολογήθηκαν ως λιγότερο σημαντικοί παράγοντες (πίνακας 10.4).

Πίνακας 10.4: Παροχές και υπηρεσίες (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	1524	1,00	7,00	4,8976	1,66853
Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	1524	1,00	7,00	4,8957	1,59044
Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	1524	1,00	7,00	4,8622	1,56435
Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.	1524	1,00	7,00	4,2822	1,56259
Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)	1524	1,00	7,00	3,8950	1,67818
Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.	1524	1,00	7,00	3,5453	1,73146
Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.	1524	1,00	7,00	3,3904	1,63287
Δραστηριότητες για παιδιά.	1524	1,00	7,00	3,2710	2,10915
Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	3,1358	1,67616

Συνεχίζοντας με τους πολιτιστικούς παράγοντες, και όπως φαίνεται στον πίνακα 10.5, ως ιδιαίτερα σημαντικοί αξιολογήθηκαν η ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής, τα αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία, η πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού, η επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες και τα τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού. Τα υψηλά επίπεδα συμφωνίας που παρατηρήθηκαν σχεδόν σε όλη την ενότητα των πολιτιστικών παραγόντων υπογραμμίζουν τη σημασία του πολιτιστικού στοιχείου στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, προάγοντας έτσι την ανάγκη εφαρμογής ενός διαφορετικού τουριστικού παραγωγικού μοντέλου.

Πίνακας 10.5: Πολιτιστικοί παράγοντες (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	1524	1,00	7,00	5,6063	1,41044
Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	1524	1,00	7,00	5,5459	1,39358
Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	1524	1,00	7,00	5,2717	1,44306
Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	1524	1,00	7,00	5,0860	1,55692
Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	1524	1,00	7,00	5,0282	1,57078
Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα,	1524	1,00	7,00	4,9147	1,59137

παραδοσιακοί
ξενώνες) που
αναδεικνύουν το
τοπικό χρώμα της
περιοχής.

Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	1524	1,00	7,00	4,7080	1,67972
--	------	------	------	--------	---------

Στο παραπάνω συνηγορούν και τα αποτελέσματα που απεικονίζονται στον πίνακα 10.6 και δείχνουν την υψηλή σημαντικότητα των παραγόντων που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, διαστάσεις όπως η ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος, η προστασία των φυσικών πόρων από τους τοπικούς φορείς, η επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας, η αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας και οι ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες αξιολογήθηκαν ως ιδιαίτερα σημαντικοί παράγοντες με όλους τους μέσους να κινούνται πάνω από το 5,39.

Πίνακας 10.6: Φυσικό περιβάλλον (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.	1524	1,00	7,00	6,1201	1,16443
Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.	1524	1,00	7,00	5,8484	1,31559
Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.	1524	1,00	7,00	5,7959	1,37024
Αποφυγή ατυχημάτων στον	1524	1,00	7,00	5,6588	1,53073

τουρισμό περιπέτειας. Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.	1524	1,00	7,00	5,3950	1,51859
---	------	------	------	--------	---------

Συνεχίζοντας με τους παράγοντες πρόσβασης (πίνακας 10.7), η κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό και η συνολική ευκολία πρόσβασης σε αυτόν θεωρούνται ως ιδιαίτερα καθοριστικοί. Από την άλλη πλευρά, η ύπαρξη διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό δεν αξιολογήθηκε ως ιδιαίτερα σημαντική, παρόλο που γίνονται αναφορές στη βιβλιογραφία σχετικά με τη σημασία του, αλλά και με την «αυτονόητη» συνεισφορά του στην τουριστική ανάπτυξη. Αξίζει όμως να σημειωθεί, ότι ζητήθηκε από επισκέπτες που κατά συντριπτική πλειοψηφία μεταβήκανε στην Ήπειρο με το αυτοκίνητό τους να αξιολογήσουν τη σημαντικότητα του αεροδρομίου, εγείροντας πιθανώς ζητήματα μεροληψίας των απαντήσεων (response bias).

Πίνακας 10.7: Πρόσβαση (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,1043	1,59374
Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,0335	1,56901
Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.	1524	1,00	7,00	4,0945	1,85389
Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)	1524	1,00	7,00	3,9921	1,88715
Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον	1524	1,00	7,00	3,0722	1,79407

Και οι παράγοντες που σχετίζονται με τη γαστρονομία αξιολογήθηκαν ως ιδιαίτερα σημαντικοί, με πτυχές όπως τα τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού και το φαγητό που βασίζεται σε τοπικές συνταγές και γεύσεις να παίζουν κρίσιμο ρόλο. Αντίθετα, οι επιλογές για γκουρμέ εστιατόρια και οι επιλογές υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής δεν φαίνεται να θεωρούνται ως ιδιαίτερα σημαντικές πτυχές (πίνακας 10.8).

Πίνακας 10.8: Γαστρονομία (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.	1524	1,00	7,00	5,7526	1,42939
Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.	1524	1,00	7,00	5,6201	1,40840
Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,4941	1,76471
Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.	1524	1,00	7,00	2,9567	1,74228

Όσον αφορά τη διαδικασία της πληροφόρησης, η διαθεσιμότητα των πληροφοριών σχετικά με τον τουριστικό προορισμό πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψης και το επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή που θα επισκεφθούν αξιολογούνται ως σημαντικοί παράγοντες (πίνακας 10.9). Όπως είναι λογικό, και το κόστος και το συνολικό επίπεδο τιμών θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό από τους τουρίστες στο να επιλέξουν να

επισκεφθούν μια περιοχή, χωρίς όμως να υπερβαίνει σε σημαντικότητα την ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος ή/και τα τοπικά προϊόντα διατροφής (πίνακας 10.10).

Πίνακας 10.9: Πληροφόρηση (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.	1524	1,00	7,00	5,2408	1,54907
Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.	1524	1,00	7,00	4,9501	1,63438
Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.	1524	1,00	7,00	4,5787	1,71616
Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.	1524	1,00	7,00	3,6883	1,99884

Πίνακας 10.10: Κόστος (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Κόστος και επίπεδο τιμών.	1524	1,00	7,00	5,6798	1,34758
Παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,5945	1,88358

Τέλος, η καθαριότητα των χώρων είναι ένας ακόμα ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας στη διαμόρφωση των κινήτρων των δυνάμει τουριστών. Σημαντική, αλλά λιγότερο, θεωρείται και η δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης στον τουριστικό προορισμό (πίνακας 10.11). Από την άλλη πλευρά, η τήρηση των μέτρων ασφαλείας απέναντι στον COVID 19 έπαψε να θεωρείται ως ιδιαίτερα κρίσιμη. Αν και το θέμα του COVID 19 φαίνεται ότι παραμένει επίκαιρο, οι τουρίστες είναι λιγότεροι επιφυλακτικοί και φοβισμένοι απέναντί του.

Πίνακας 10.11: Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)	1524	1,00	7,00	5,9921	1,37607
Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,0302	1,73954
Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19	1524	1,00	7,00	4,4278	1,95603
Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19	1524	1,00	7,00	3,0597	2,00812

10.5 Ικανοποίηση των τουριστών από την Ήπειρο – Απόδοση του προορισμού της Ηπείρου στους ίδιους παράγοντες (Destination Attributes Performance)

Αξιολογώντας την ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην περιφέρεια Ηπείρου πάνω στους ίδιους παράγοντες, παρατηρείται ότι εμφανίζουν ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα από τη φήμη της Ηπείρου ως τουριστικού προορισμού, την ασφάλεια, τη φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων, τις μετεωρολογικές συνθήκες και το κλίμα και την επαφή με την τοπική κοινωνία (πίνακας 10.12).

Πίνακας 10.12: Χαρακτήρας του προορισμού (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Η φήμη του προορισμού.	1524	1,00	7,00	6,2087	,94624
Ασφάλεια στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	6,0545	1,00898
Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	1524	1,00	7,00	5,9488	1,07866
Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.	1524	1,00	7,00	5,9173	1,10736
Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.	1524	1,00	7,00	5,6437	1,27286
Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.	1524	1,00	7,00	5,3556	1,19014
Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,0361	1,28454

Στο ίδιο μήκος κύματος, ιδιαίτερα υψηλή ήταν η ικανοποίηση των ερωτηθέντων από την ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών, των τουριστικών υποδομών και των λοιπών τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών), καθώς και από την ποικιλία και το εύρος των τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών (πίνακας 10.13). Πιο

χαμηλά, αλλά και πάλι σε σχετικά καλά επίπεδα, κινήθηκε η ικανοποίηση των επισκεπτών από τις δραστηριότητες για παιδιά, την επαφή με καινούρια σπορ και εμπειρίες και τη νυχτερινή ζωή και τη ψυχαγωγία. Συνολικά, τα παραπάνω αναδεικνύουν την Ήπειρο ως μια περιοχή που έχει τη δυναμική να τοποθετηθεί στην τουριστική αγορά ως προορισμός που παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

Πίνακας 10.13: Παροχές και υπηρεσίες (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	1524	1,00	7,00	5,5249	1,29296
Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	1524	1,00	7,00	5,4573	1,22574
Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	1524	1,00	7,00	5,4265	1,24344
Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.	1524	1,00	7,00	5,3478	1,26098
Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)	1524	1,00	7,00	5,2835	1,39447
Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,0282	1,40765
Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.	1524	1,00	7,00	4,9908	1,44723
Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.	1524	1,00	7,00	4,9843	1,45125
Δραστηριότητες για παιδιά.	1524	1,00	7,00	4,5505	1,48645

Παράλληλα, υψηλά ήταν και τα επίπεδα ικανοποίησης από τα πολιτιστικά στοιχεία της Ηπείρου (πίνακας 10.14) και ειδικότερα από την ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχή, την πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού, τα αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία και τα τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής). Η υψηλή ικανοποίηση σε όλα τα προαναφερθέντα δείχνει ότι η Ήπειρος, ως τουριστικός προορισμός, έχει το πλεονέκτημα να φέρει ξεχωριστή πολιτιστική ταυτότητα, η οποία μπορεί να αποτελέσει θεμέλιο λίθο της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.

Πίνακας 10.14: Πολιτιστικοί παράγοντες (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	1524	1,00	7,00	6,1759	1,11130
Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	1524	1,00	7,00	5,9908	1,15391
Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	1524	1,00	7,00	5,9816	1,17298
Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	1524	1,00	7,00	5,8182	1,21131
Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το	1524	1,00	7,00	5,5479	1,36303

τοπικό χρώμα της περιοχής.					
Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	1524	1,00	7,00	5,4757	1,36414
Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	1524	1,00	7,00	5,0394	1,46566

Ομοίως, ιδιαίτερα υψηλή ήταν η ικανοποίηση των επισκεπτών από την ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος της Ηπείρου, την επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας και τις ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες (πίνακας 10.15). Συνεπώς, ένας άλλος πυλώνας της τουριστικής αναπτυξιακής δυναμικής της Ηπείρου είναι το φυσικό περιβάλλον, στοιχείο που υπογραμμίζει την ανάγκη εφαρμογής βιώσιμων στρατηγικών ανάπτυξης.

Πίνακας 10.15: Φυσικό περιβάλλον (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.	1524	1,00	7,00	6,6759	,74613
Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.	1524	1,00	7,00	6,4646	,94326
Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.	1524	1,00	7,00	5,8714	1,19717
Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.	1524	1,00	7,00	5,4888	1,34589
Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.	1524	1,00	7,00	5,4337	1,33352

Χαμηλότερη ήταν η ικανοποίηση από τους παράγοντες που αφορούσαν την πρόσβαση στην Ήπειρο (πίνακας 10.16). Ειδικότερα, σχετικά ικανοποιημένοι ήταν οι ερωτηθέντες από την ευκολία πρόσβασης στην περιοχή, ικανοποίηση που πιθανώς εδράζει στη σχετικά πρόσφατη αναβάθμιση του οδικού δικτύου και ειδικότερα της Ολυμπίας και Ιόνιας οδού. Χαμηλότερη ήταν η ικανοποίηση από την κατάσταση των δρόμων εντός της Ηπείρου και από τη μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού. Ακόμα χαμηλότερη ήταν η ικανοποίηση από τη λειτουργία του αεροδρομίου. Η έλλειψη διεθνούς αεροδρομίου και γενικότερα αποτελεσματικής αεροπορικής σύνδεσης φαίνεται και από το γεγονός ότι μόλις το 2 % του δείγματος επισκέφτηκε την Ήπειρο με αεροπλάνο.

Πίνακας 10.16: Πρόσβαση (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,3720	1,30559
Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,7533	1,44072
Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.	1524	1,00	7,00	4,5551	1,37666
Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,3261	1,57269
Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)	1524	1,00	7,00	4,1732	1,50862

Αντίθετα, ιδιαίτερα υψηλά ήταν τα επίπεδα ικανοποίησης των συμμετεχόντων από τις γαστρονομικές επιλογές που είχαν στην Ήπειρο, οι οποίες συνδύαζαν τοπικές γεύσεις και συνταγές, καθώς και από τα τοπικά προϊόντα διατροφής τα οποία συνδέονται και με την ταυτότητα του προορισμού (πίνακας 10.17).

Πίνακας 10.17: Γαστρονομία (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.	1524	1,00	7,00	6,1857	1,10821
Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.	1524	1,00	7,00	6,1850	1,10149
Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	5,5387	1,31027
Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.	1524	1,00	7,00	4,7165	1,46160

Η ικανοποίηση από τους παράγοντες πληροφόρησης κυμάνθηκε πιο χαμηλά. Όπως φαίνεται στον πίνακα 10.18, ενώ η ικανοποίηση από τη διαθεσιμότητα των πληροφοριών σχετικά με την περιοχή ήταν σχετικά υψηλή, φανερό ήταν η έλλειψη σημείων ενημέρωσης των τουριστών καθώς και διαθεσιμότητας τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία που αφορούν διακοπές στην Ήπειρο.

Πίνακας 10.18: Πληροφόρηση (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.	1524	1,00	7,00	5,0020	1,50399
Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.	1524	1,00	7,00	4,7717	1,50214
Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,3701	1,48383
Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.	1524	1,00	7,00	4,2736	1,50833

Επιπρόσθετα, σχετικά υψηλή ήταν η ικανοποίηση των τουριστών από το κόστος και το επίπεδο τιμών στην Ήπειρο, ενώ πολύ χαμηλότερα κινήθηκαν τα επίπεδα ικανοποίηση σχετικά με την παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών, παροχών, προσφορών, κτλ. (πίνακας 10.19). Τέλος, υψηλή ήταν η ικανοποίηση των επισκεπτών από τη καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.) και από την τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19 (πίνακας 10.20).

Πίνακας 10.19: Κόστος (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Κόστος και επίπεδο τιμών.	1524	1,00	7,00	5,0033	1,32132
Παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.	1524	1,00	7,00	3,7546	1,54346

Πίνακας 10.20: Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)	1524	1,00	7,00	5,5715	1,22654
Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19	1524	1,00	7,00	4,8196	1,34603
Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.	1524	1,00	7,00	4,6234	1,47641
Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19	1524	1,00	7,00	4,3858	1,41401

10.6 Συνολική ικανοποίηση & COVID 19

Ως συνέπεια, και σε σχέση με όσα αναφέρθηκαν νωρίτερα, ιδιαίτερα υψηλά ήταν τα επίπεδα συνολικής ικανοποίησης των συμμετεχόντων από την επίσκεψή τους στην περιφέρεια της Ηπείρου, στοιχείο που μπορεί να αποτελέσει αφετηρία για το σχεδιασμό της μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Όπως φαίνεται στον πίνακα 10.21, ο μέσος στην ερώτηση της συνολικής ικανοποίησης ήταν 6,40, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών σκοπεύουν να επισκεφτούν ξανά την περιοχή (μέσος: 6,61), δημιουργώντας έτσι σχέσεις πιστότητας με την Ήπειρο. Ιδιαίτερα υψηλά κινούνται και οι προθέσεις σύστασης της Ηπείρου σε άλλα άτομα του κοινωνικού περιβάλλοντος των ερωτηθέντων (μέσος: 6,60). Ομοίως, ο μέσος στην ερώτηση που αφορούσε τις προσδοκίες των επισκεπτών ήταν 5,95, ενώ ένα σχετικά μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων δήλωσε ότι είναι διατεθειμένο να πληρώσει και παραπάνω χρήματα προκειμένου να επισκεφθεί περιοχές όπως η Ήπειρος (μέσος: 5,01). Στα θετικά επίσης συγκαταλέγεται το γεγονός ότι η πανδημία του COVID 19 φαίνεται ότι δεν επηρεάζει τις ταξιδιωτικές αποφάσεις και τα πλάνα των τουριστών. Ειδικότερα, ο μέσος στην ερώτηση «Δεν θεωρώ τα ταξίδια ασφαλή λόγω του COVID 19» ήταν μόλις 2,33, ενώ η πανδημία του COVID 19 δεν αναμένεται να επηρεάσει τα επόμενα ταξιδιωτικά πλάνα των συμμετεχόντων (μέσος: 2,76). Πιθανώς, μετά από σχεδόν τέσσερα χρόνια «συνύπαρξης» με τον COVID 19 η κοινωνία είναι έτοιμη να επανέλθει στην πρότερη κατάσταση, χωρίς όμως αυτό να μπορεί να θεωρηθεί και ως θέσφατο.

Πίνακας 10.21: Συνολική Ικανοποίηση (περιγραφικά μέτρα)

	N	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Μέσος	ΤΑ
Συνολικά, είμαι ικανοποιημένος από την επίσκεψή μου ως τουρίστας στην Ήπειρο.	1517	1,00	7,00	6,4021	,73935
Σκοπεύω να επισκεφθώ ξανά ως τουρίστας την περιοχή της Ηπείρου	1512	1,00	7,00	6,6184	,68103

στα επόμενα ταξίδια μου.					
Θα συστήσω σε άτομα του κοινωνικού μου περιβάλλοντος (φίλοι, οικογένεια, συνάδερφοι, κτλ.) να επισκεφθούν την Ήπειρο.	1513	1,00	7,00	6,6008	,70377
Σε σχέση με αυτό που προσδοκούσα η επίσκεψη μου στην Ήπειρο ήταν καλύτερη.	1515	1,00	7,00	5,9650	1,09796
Είμαι διατεθειμένος να πληρώσω και περισσότερα χρήματα προκειμένου να επισκεφθώ μέρη όπως η Ήπειρος.	1512	1,00	7,00	5,0139	1,63165
Σε σύγκριση με άλλα μέρη που έχω επισκεφθεί η τουριστική μου εμπειρία στην Ήπειρο ήταν καλύτερη.	1516	1,00	7,00	5,2625	1,40614
Δεν θεωρώ τα ταξίδια ασφαλή λόγω του COVID 19	1511	1,00	7,00	2,3395	1,65438
Ο COVID 19 μείωσε σημαντικά τα ταξιδιωτικά μου πλάνα για τους επόμενους 12 μήνες.	1507	1,00	7,00	2,7624	1,90110
Θεωρώ την Ήπειρο ως ασφαλή προορισμό σε σχέση με τον COVID 19.	1515	1,00	7,00	5,4125	1,51591

10.7 Σύγκριση κινήτρων (Destination attributes importance) και Ικανοποίησης (Destination attributes performance) των τουριστών

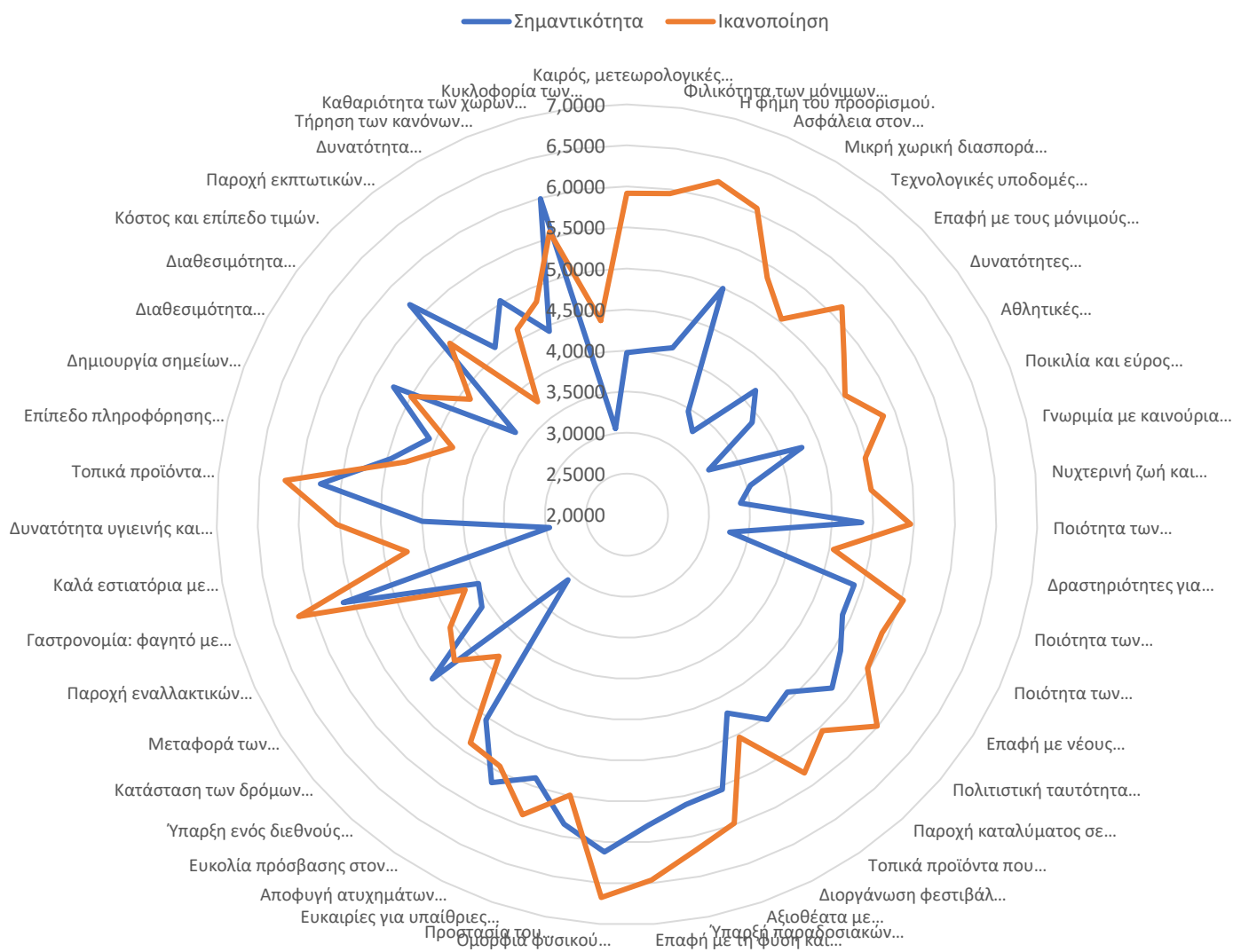
Η σχέση ανάμεσα στη σημαντικότητα των παραγόντων του προορισμού (Destination attributes importance) που αξιολογήθηκαν στην ενότητα 10.3 (κίνητρα) και την ικανοποίηση των τουριστών (Destination attributes performance) από αυτούς τους παράγοντες μπορεί να συνοψιστεί επιτυχώς και περιεκτικά σε ένα διάγραμμα/μήτρα που συνθέτει τα δεδομένα όλων των προηγούμενων απαντήσεων. Η μήτρα αυτή δημιουργήθηκε σύμφωνα με τα πρότυπα της μελέτης των Chen et al. (2007) και εμπεριέχει δύο βασικούς άξονες. Στον κάθετο άξονα φαίνονται τα επίπεδα ικανοποίησης στους υπό εξέταση παράγοντες, ενώ στον οριζόντιο άξονα τα επίπεδα σημαντικότητας. Εξελίσσοντας εννοιολογικά και θεωρητικά ακόμα περαιτέρω τη μήτρα, μπορούν να τοποθετηθούν δύο άξονες με βάση το μέσο όρο όλων των παραγόντων τόσο στην ικανοποίηση όσο και στη σημαντικότητα. Λαμβάνοντας υπόψη αυτούς τους άξονες δημιουργούνται τέσσερα τεταρτημόρια (διάγραμμα 10.13):

1. *Περιοχή καλής απόδοσης/Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του προορισμού:* σε αυτό το τεταρτημόριο συνδυάζονται υψηλά επίπεδα σημαντικότητας με υψηλή ικανοποίηση. Με άλλα λόγια, είναι τα δυνατά σημεία του προορισμού της Ηπείρου, όπως το φυσικό περιβάλλον, τα τοπικά προϊόντα (διατροφής και μη), η γαστρονομία με βάση τις τοπικές συνταγές, η ποιότητα των υπηρεσιών, η πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού, η καθαριότητα των χώρων, η προστασία του περιβάλλοντος, η ασφάλεια, κτλ.
2. *Πεδία προς βελτίωση:* σε αυτό το τεταρτημόριο συνδυάζονται παράγοντες με υψηλή σημαντικότητα στις συνειδήσεις των επισκεπτών, αλλά με σχετικά χαμηλά επίπεδα ικανοποίησης. Είναι παράγοντες στους οποίους η Ήπειρος πρέπει να επικεντρωθεί και να δείξει βελτίωση, όπως η διοργάνωση φεστιβάλ που αναδεικνύουν τον πολιτιστικό χαρακτήρα της περιοχής, η δημιουργία σημείων ενημέρωσης των τουριστών, η καλύτερη πληροφόρηση των δυνάμει επισκεπτών σχετικά με τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες που παρέχει η Ήπειρος για τους τουρίστες, το επίπεδο των τιμών και η παροχή προσφορών

και εκπτώσεων, η βελτίωση της κατάστασης των δρόμων εντός του προορισμού και η βελτίωση των δυνατοτήτων νοσοκομειακής περίθαλψης. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι δύο τελευταίοι παράγοντες αφορούν συνολικότερα θέματα υποδομών, δείχνοντας έτσι ότι και ο τουρισμός λειτουργεί συμπληρωματικά με άλλους τομείς οργάνωσης της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας.

3. *Πλεόνασμα*: τεταρτημόριο που συνδυάζει υψηλά επίπεδα ικανοποίησης με χαμηλή σημαντικότητα. Στην εξεταζόμενη περίπτωση αφορά παράγοντες όπως ο καιρός και το κλίμα, η διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών, οι δυνατότητες κοινωνικοποίησης, η αλληλεπίδραση με την τοπική κοινωνία, η φήμη του προορισμού, κτλ.
4. *Λιγότερο σημαντικοί παράγοντες*: τεταρτημόριο που συνδυάζει χαμηλά επίπεδα ικανοποίησης με χαμηλή σημαντικότητα. Όσον αφορά την περίπτωση της Ηπείρου, σε αυτό το πεδίο περιλαμβάνονται παράγοντες όπως οι τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό, τα μέτρα προστασίας απέναντι στον COVID 19, τα εστιατόρια με γκουρμέ μενού, η νυχτερινή ζωή, η ύπαρξη διεθνούς αεροδρομίου, κτλ.

Πριν κλείσει αυτή η ενότητα, παρατίθεται και αραχνοειδές διάγραμμα (διάγραμμα 10.14) που συνοψίζει τη σχέση ανάμεσα στη σημαντικότητα και την ικανοποίηση. Όλα αυτά τα εργαλεία μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στον στρατηγικό σχεδιασμό της μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης της Ηπείρου.



Διάγραμμα 10.14: Σύγκριση Σημαντικότητας /Ικανοποίησης για τον βιώσιμο τουρισμό στην Περιφέρεια Ηπείρου – Αραχνοειδές διάγραμμα

10.8 Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση (Exploratory Factor Analysis)

Πραγματοποιήθηκαν δύο διερευνητικές παραγοντικές αναλύσεις (Exploratory Factor Analysis) χρησιμοποιώντας την πρακτική Varimax rotation και την προσέγγιση principal component. Η πρώτη παραγοντική ανάλυση αφορούσε την ταξινόμηση και κατηγοριοποίηση των κινήτρων των τουριστών και η δεύτερη των παραγόντων ικανοποίησης. Ξεκινώντας με τα κίνητρα και τη σημαντικότητά τους (destination

attributes importance), η παραγοντική ανάλυση έδειξε 10 βασικές διαστάσεις, όπως: 1) Πολιτιστικοί παράγοντες, 2) Πρόσβαση και μεταφορά, 3) Φυσικό περιβάλλον, 4) Ποιότητα υπηρεσιών, 5) Χαρακτήρας του Προορισμού, 6) Πληροφόρηση, 7) Κοινωνικοποίηση και δραστηριότητες, 8) Υγειονομικοί παράγοντες και COVID 19, 9) Κόστος και 10) Γαστρονομία (βλέπε πίνακα 10.22). Ο δείκτης Kaiser-Meyer-Olkin (ΚΜΟ) ήταν 0,941 και το Bartlett's Test of Sphericity ήταν στατιστικά σημαντικό ($p=0,000$), υποδεικνύοντας την καταλληλότητα της παραγοντικής ανάλυσης (Malhotra & Bricks, 2003; 2006). Για κάθε διάσταση υπολογίστηκε και ο δείκτης Cronbach A, όπου σε όλες τις περιπτώσεις ήταν μεγαλύτερος του 0,7, υποδεικνύοντας την αξιοπιστία της ανάλυσης και την ισχυρή εσωτερική συνοχή κάθε νέας υπερ-μεταβλητής (Malhotra & Bricks, 2003; 2006).

Η ίδια ακριβώς μεθοδολογία ακολουθήθηκε και για την παραγοντική ανάλυση που αφορούσε την ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο. Σε αυτή την περίπτωση δημιουργήθηκαν εννέα διαστάσεις ικανοποίησης και ειδικότερα: 1) Πολιτιστικοί παράγοντες, 2) Ήπειρος ως προορισμός, 3) Πρόσβαση, 4) Πληροφόρηση, 5) Ποιότητα υπηρεσιών, 6) Κοινωνικοποίηση και δραστηριότητες, 7) Φυσικό περιβάλλον, 8) Υγειονομικοί παράγοντες και COVID 19 και 9) Γαστρονομία (βλέπε πίνακα 10.23). Και σε αυτή την περίπτωση ο δείκτης Kaiser-Meyer-Olkin (ΚΜΟ) ήταν 0,948 και το Bartlett's Test of Sphericity ήταν στατιστικά σημαντικό ($p=0,000$), υποδεικνύοντας την καταλληλότητα της παραγοντικής ανάλυσης (Malhotra & Bricks, 2003; 2006). Για κάθε διάσταση υπολογίστηκε και ο δείκτης Cronbach A, όπου σε όλες τις περιπτώσεις ήταν μεγαλύτερος του 0,7, υποδεικνύοντας την αξιοπιστία της ανάλυσης και την ισχυρή εσωτερική συνοχή κάθε νέας υπερ-μεταβλητής (Malhotra & Bricks, 2003; 2006).

Πίνακας 10.22: Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση – Κίνητρα Τουριστών (Destination Attributes Importance)

Cronbach A στην παρένθεση										
	Πολιτιστικοί παράγοντες (0,921)	Πρόσβαση και μεταφορά (0,866)	Φυσικό περιβάλλον (0,891)	Ποιότητα (0,873)	Χαρακτήρας του Προορισμού (0,805)	Πληροφό ρηση (0,908)	Κοινωνικ οποίηση & δραστηρι ότητες (0,770)	Υγειονο μικοί παράγο ντες & COVID 19 (0,789)	Κόστος (0,728)	Γαστρονο μία (0,756)
Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.					,568					
Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.					,679					
Η φήμη του προορισμού.					,614					
Ασφάλεια στον προορισμό.					,569					
Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.					,627					
Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.					,573					
Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.					,520					
Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)							,474			

Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.							,815			
Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.							,536			
Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.							,808			
Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.							,331			
Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.				,748						
Δραστηριότητες για παιδιά.							,377			
Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.				,775						
Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).				,762						
Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	,785									
Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	,833									
Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.	,708									

Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	,766									
Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	,734									
Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	,737									
Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	,732									
Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.			,799							
Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.			,803							
Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.			,784							
Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.			,743							
Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.			,607							
Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.		,516								
Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό.		,762								

Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.		,538								
Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.		,737								
Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)		,607								
Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.										,697
Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.										,528
Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.										,619
Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.										,656
Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.						,756				
Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.						,758				
Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.						,751				

Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.		,558								
Κόστος και επίπεδο τιμών.									,781	
Παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.									,593	
Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.								,603		
Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19								,740		
Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)				,412						
Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19								,660		

Πίνακας 10.23: Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση – Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψη στην Ήπειρο (Destination Attributes Performance)

Cronbach Α στην παρένθεση	Πολιτιστικοί παράγοντες (0,892)	Ήπειρος (προορισμός) (0,835)	Πρόσβαση (0,843)	Πληροφόρηση (0,888)	Ποιότητα (0,867)	Κοινωνικοποίηση & δραστηριότητες (0,848)	Φυσικό περιβάλλον (0,810)	Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (0,817)	Γαστρονομία (0,811)
Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.		,605							
Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.		,754							
Η φήμη του προορισμού.		,676							
Ασφάλεια στον προορισμό.		,613							
Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.		,555							
Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.		,433							
Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.		,671							
Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)						,460			
Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.						,800			

Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.						,615			
Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.						,775			
Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.						,374			
Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.					,714				
Δραστηριότητες για παιδιά.						,398			
Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.					,773				
Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).					,700				
Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	,717								
Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	,771								
Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.	,582								
Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	,684								

Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	,616								
Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	,748								
Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	,748								
Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.							,698		
Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.							,716		
Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.							,600		
Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.							,680		
Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.							,574		
Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.			,702						
Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό.			,648						
Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.			,797						

Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.			,737						
Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)			,653						
Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.									,692
Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.									,633
Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.									,715
Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.									,685
Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.				,771					
Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.				,808					
Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.				,763					

Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.				,663					
Κόστος και επίπεδο τιμών.			,313						
Παροχή εκπωτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.			,411						
Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.								,653	
Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19								,799	
Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)								,609	
Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19								,746	

Πριν κλείσει αυτή η ενότητα παρατίθεται πίνακας που συνοψίζει τα αποτελέσματα των διερευνητικών παραγοντικών αναλύσεων που παρουσιάστηκαν νωρίτερα με στόχο την καλύτερη διεξαγωγή συμπερασμάτων. Στην παρένθεση απεικονίζεται ο δείκτης Cronbach A της κάθε διάστασης.

Πίνακας 10.24: Σύνοψη Παραγοντικής Ανάλυσης (Destination attributes Importance/motivation)

Διάσταση	Υπό παράγοντες
Πολιτιστικοί παράγοντες (0,921)	– Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες. – Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού. – Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής. – Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής). – Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού. – Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία. – Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής
Πρόσβαση και μεταφορά (0,866)	– Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό. – Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό. – Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό. – Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού. – Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)

	– Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό
Φυσικό περιβάλλον (0,891)	– Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας. – Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος. – Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς. – Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες. – Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.
Ποιότητα (0,873)	– Ποιότητα των τουριστικών υποδομών. – Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών. – Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών). – Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)
Χαρακτήρας του προορισμού (0,805)	– Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα. – Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων. – Η φήμη του προορισμού. – Ασφάλεια στον προορισμό. – Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών. – Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό. – Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.
Πληροφόρηση (0,908)	– Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή. – Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.

	– Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.
Κοινωνικοποίηση & δραστηριότητες (0,770)	– Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.) – Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό. – Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών. – Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες. – Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία. – Δραστηριότητες για παιδιά.
Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (0,789)	– Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό. – Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19 – Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19
Κόστος (0,728)	– Κόστος και επίπεδο τιμών. – Παροχή εκπωτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.
Γαστρονομία (0,756)	– Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις. – Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού. – Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.

- Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.

Πίνακας 10.25: Σύνοψη Παραγοντικής Ανάλυσης (Destination attributes performance/ satisfaction)

Διάσταση	Υπό παράγοντες
Πολιτιστικοί παράγοντες (0,892)	– Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες. – Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού. – Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής. – Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής). – Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού. – Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία. – Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής
Ήπειρος (προορισμός) (0,835)	– Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα. – Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων. – Η φήμη του προορισμού. – Ασφάλεια στον προορισμό. – Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών. – Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.

		– Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.
Πρόσβαση (0,843)		– Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό. – Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό. – Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό. – Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού. – Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.) – Κόστος και επίπεδο τιμών. – Παροχή εκπτωτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.
Πληροφόρηση (0,888)		– Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή. – Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών. – Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής. – Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.
Ποιότητα (0,867)		– Ποιότητα των τουριστικών υποδομών – Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών. – Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).

Κοινωνικοποίηση & δραστηριότητες (0,848)	– Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.) – Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό. – Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών. – Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες. – Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία. – Δραστηριότητες για παιδιά.
Φυσικό περιβάλλον (0,810)	– Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας. – Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος. – Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς. – Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες. – Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.
Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19 (0,817)	– Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό. – Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19 – Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.) – Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19
Γαστρονομία (0,811)	– Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.

-
- Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.
 - Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.
 - Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.
-

10.9 Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (Confirmatory Factor Analysis)

Μετά τη διεξαγωγή διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης, πραγματοποιήθηκε επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση (Confirmatory Factor Analysis - CFA) με στόχο να επιβεβαιωθούν και να βελτιωθούν τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης (Marsh et al., 2009). Σε αυτό το πλαίσιο, και στο ίδιο μήκος κύματος με την προηγούμενη ενότητα, διεξήχθησαν δύο επιβεβαιωτικές παραγοντικές αναλύσεις, όπου η πρώτη αφορούσε τα κίνητρα των τουριστών και η δεύτερη την ικανοποίησή τους.

10.9.1 Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση στα Κίνητρα των Τουριστών (Destination attributes Importance/Motivation)

Στη πρώτη παραγοντική ανάλυση, που αφορούσε την αξιολόγηση των παραγόντων που οι επισκέπτες δίνουν βαρύτητα όταν επιλέγουν έναν τουριστικό προορισμό, αφαιρέθηκαν αρκετοί παράγοντες, ενώ δημιουργήθηκαν και άλλες διαστάσεις, προσδίδοντας έτσι στο τελικό μοντέλο μεγαλύτερη συνοχή, αξιοπιστία και εγκυρότητα. Αυτό αποτυπώνεται πρώτα στα λεγόμενα Goodness of fit κριτήρια όπου σε όλες τις περιπτώσεις ήταν μεγαλύτερα του 0,90, ακολουθώντας τις προδιαγραφές που θέτουν οι Hooper et al. (2008) και Hair et al. (2017): CFI = 0,918, TLI=0,902, NFI = 0,909, GFI = 0,968 (πίνακας 10.26). Παράλληλα, οι δείκτες Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA = 0,073) and Standardized Root Mean Square Residual (SRMR = 0,039) ήταν μικρότεροι από 0.08 και στις δύο περιπτώσεις, όπως ορίζεται από τους Hooper et al. (2008). Επιπλέον, όλοι οι παράγοντες «φόρτωσαν» στατιστικώς

σημαντικά με συντελεστές που ξεπέρασαν σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις το 0,7. Η σύνθετη αξιοπιστία (Composite reliability) σε όλες τις περιπτώσεις ήταν μεγαλύτερη από 0,70, σύμφωνα με το κριτήριο των Fornell και Larker (1981). Στο ίδιο μήκος κύματος, η μέση εξαγόμενη διακύμανση (Average Variance Extracted -AVE) ήταν μεγαλύτερη από 0,5, όπως αναφέρουν οι Fornell και Larker (1981). Δημιουργήθηκαν λοιπόν 8 διαστάσεις: 1) Πολιτιστικοί παράγοντες, 2) Πρόσβαση και Μεταφορά, 3) Φυσικό περιβάλλον, 4) Ποιότητα, 5) Γαστρονομία, 6) Πληροφόρηση, 7) Τοπική κοινωνία και 8) Κόστος (διάγραμμα 10.15). Οι υπό-παράγοντες κάθε διάστασης φαίνονται στον πίνακα παρακάτω:

Πίνακας 10.26: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (CFA) – Κίνητρα Τουριστών
(Destination Attributes Importance/Motivation)

Διάσταση	Παράγοντας		Factor Loading	AVE	CR
Πολιτιστικοί Παράγοντες	Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες	< .001	0.775	0,631	0,923
	Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	< .001	0.840		
	Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.	< .001	0.758		
	Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	< .001	0.821		
	Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	< .001	0.744		
	Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	< .001	0.807		
	Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	< .001	0.811		
Πρόσβαση/Μεταφορά	Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.	< .001	0.793	0,650	0,847

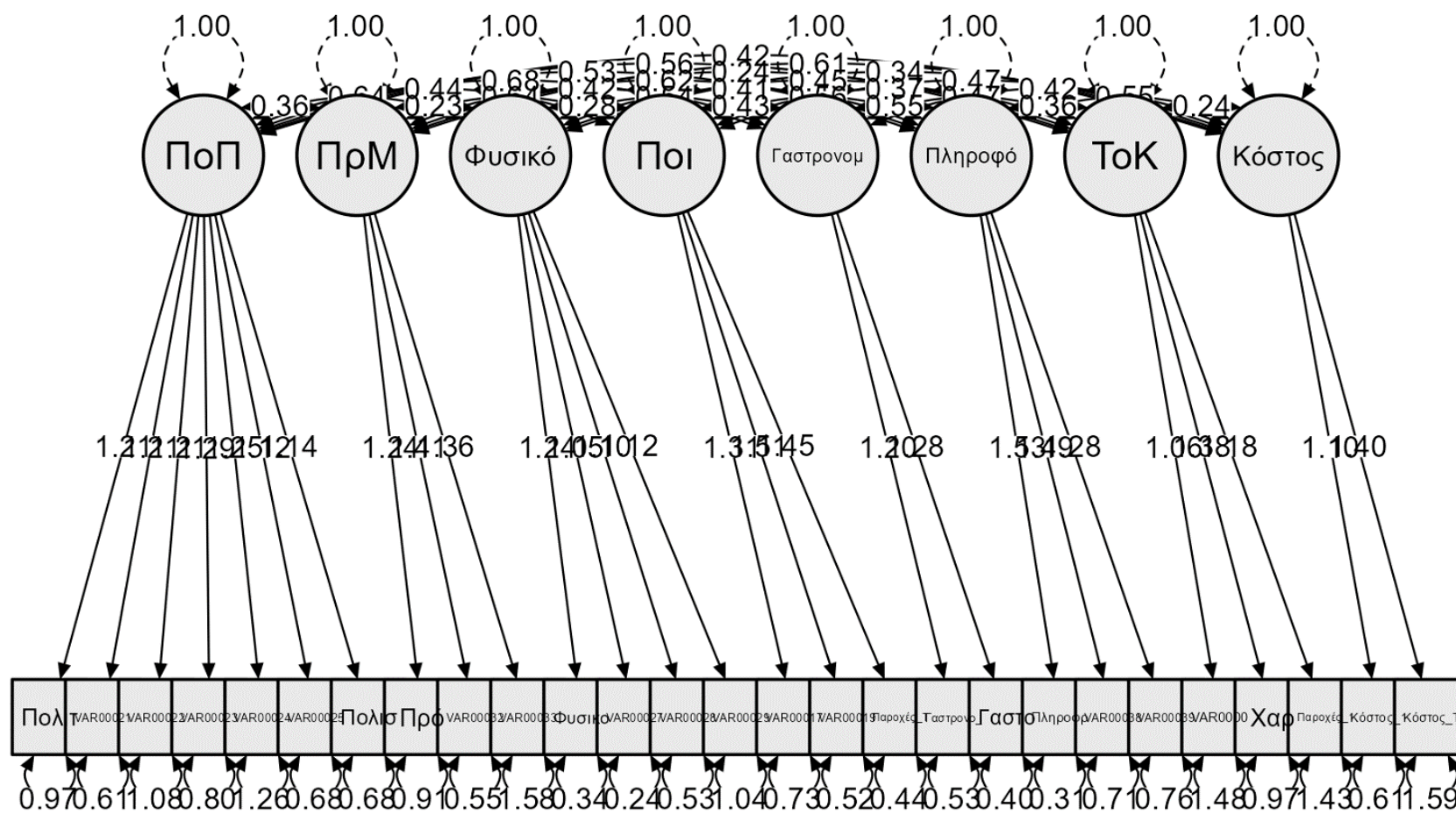
	Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.	< .001	0.884		
	Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.	< .001	0.734		
Φυσικό Περιβάλλον	Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.	< .001	0.905	0,720	0,911
	Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.	< .001	0.905		
	Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.	< .001	0.833		
	Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.	< .001	0.740		
Ποιότητα	Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	< .001	0.839	0,781	0,915
	Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	< .001	0.902		
	Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	< .001	0.909		
Γαστρονομία	Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.	< .001	0.855	0,766	0,867
	Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.	< .001	0.895		
Πληροφόρηση	Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.	< .001	0.939	0,775	0,912
	Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.	< .001	0.871		
	Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.	< .001	0.828		
Τοπική Κοινωνία	Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	< .001	0.656	0,529	0,769
	Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.	< .001	0.815		

	Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)	< .001	0.701		
Κόστος	Κόστος και επίπεδο τιμών.	< .001	0.814	0,607	0,755
	Παροχή εκπτωτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.	< .001	0.743		

CFI = 0,918, TLI=0,902, NFI = 0,909, GFI = 0,968, RMSEA = 0,073, SRMR = 0,039

10.9.2 Παραγοντική Ανάλυση στην Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο (Destination attributes Performance/Satisfaction)

Ομοίως, πραγματοποιήθηκε επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση για την ικανοποίηση των επισκεπτών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο. Και σε αυτή την περίπτωση αφαιρέθηκαν αρκετοί παράγοντες και δημιουργήθηκαν άλλες διαστάσεις. Συνολικά, το μοντέλο που δημιουργήθηκε τηρεί τα κριτήρια Goodness of fit, με ακόμα καλύτερους συντελεστές σε σχέση και με το προηγούμενο μοντέλο, όπου: CFI = 0,932, TLI=0,919, NFI = 0,920, GFI = 0,989. Ακόμα, RMSEA = 0,059 και SRMR = 0,040. Το μοντέλο της ικανοποίησης είχε 9 διαστάσεις με υψηλότερες φορτίσεις (πίνακας 10.27). Ειδικότερα, οι εννιά αυτές διαστάσεις ήταν οι εξής: 1) Πολιτιστικοί παράγοντες, 2) Προορισμός Ήπειρος, 3) Πρόσβαση, 4) Πληροφόρηση, 5) Ποιότητα υπηρεσιών, 6) Κοινωνικοποίηση και Δραστηριότητες, 7) Φυσικό περιβάλλον, 8) Γαστρονομία και 9) Υγειονομικοί παράγοντες. Και σε αυτό το μοντέλο η σύνθετη αξιοπιστία (Composite reliability) σε όλες τις περιπτώσεις ήταν μεγαλύτερη από 0,70, σύμφωνα με το κριτήριο των Fornell και Larcker (1981) και η μέση εξαγόμενη διακύμανση (Average Variance Extracted -AVE) ήταν μεγαλύτερη από 0,5.



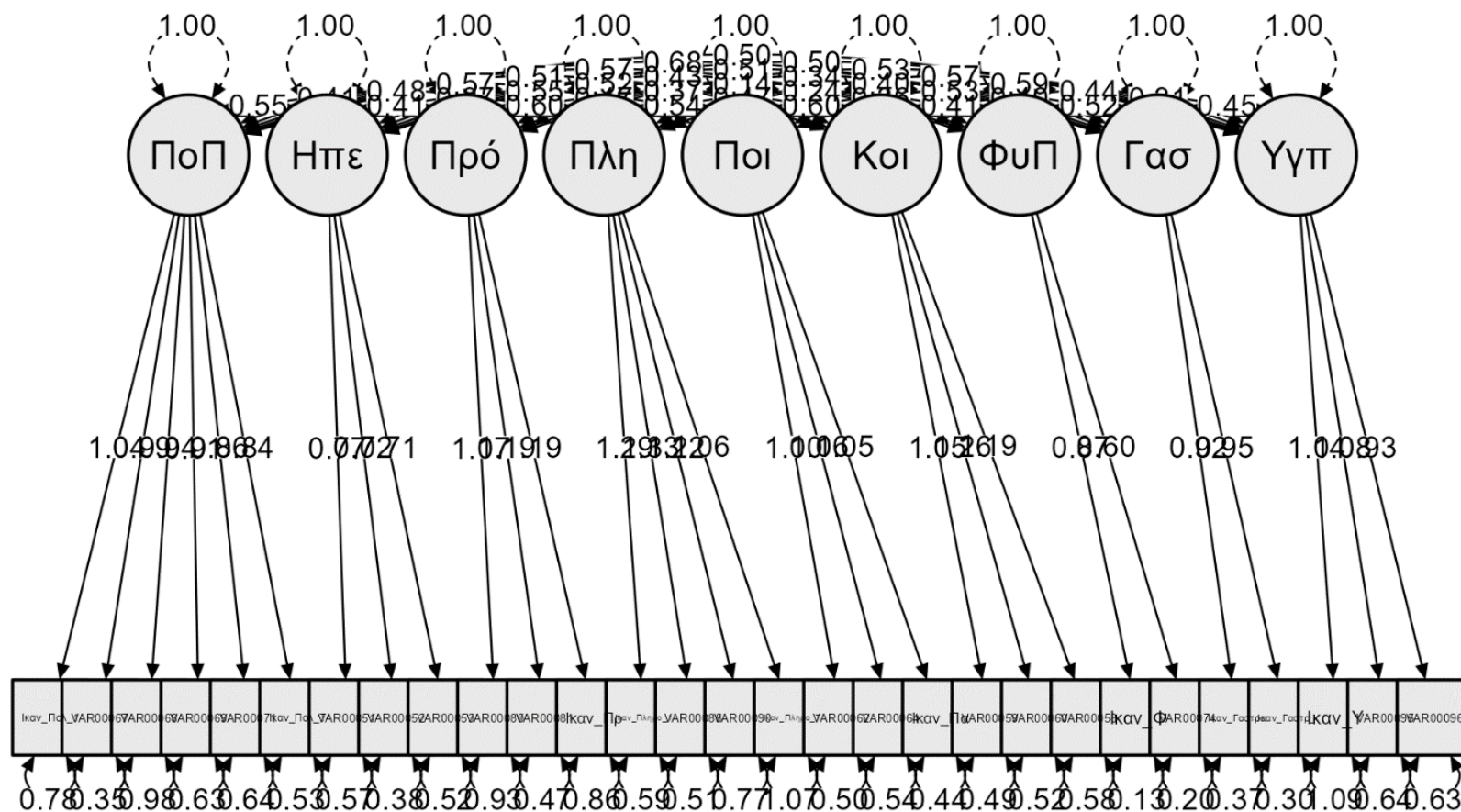
Διάγραμμα 10.15: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση (CFA) – Κίνητρα Τουριστών (Destination attributes importance/Motivation)

Πίνακας 10.27: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση – Ικανοποίηση των
Τουριστών από την επίσκεψη στην Ήπειρο (Destination Attributes
Performance/Satisfaction)

Factor	Indicator	p	Factor Loadings	AVE	CR
Πολιτιστικοί Παράγοντες	Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	< .001	0.762	0,577	0,891
	Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	< .001	0.857		
	Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.	< .001	0.689		
	Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	< .001	0.755		
	Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	< .001	0.730		
	Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	< .001	0.756		
Ήπειρος ως προορισμός	Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	< .001	0.713	0,527	0,770
	Η φήμη του προορισμού.	< .001	0.762		
	Ασφάλεια στον προορισμό.	< .001	0.702		
Πρόσβαση/Μεταφ ορά	Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.	< .001	0.742	0,641	0,842
	Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.	< .001	0.867		
	Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)	< .001	0.788		
Πληροφόρηση	Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.	< .001	0.859	0,672	0,891
	Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.	< .001	0.881		

	Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.	< .001	0.812		
	Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.	< .001	0.718		
Ποιότητα	Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	< .001	0.815	0,686	0,867
	Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	< .001	0.824		
	Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	< .001	0.845		
Κοινωνικοποίηση & Δραστηριότητες	Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.	< .001	0.831	0,718	0,884
	Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.	< .001	0.868		
	Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.	< .001	0.842		
Φυσικό Περιβάλλον	Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.	< .001	0.924	0,749	0,856
	Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.	< .001	0.803		
Γαστρονομία	Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.	< .001	0.835	0,724	0,840
	Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.	< .001	0.866		
Υγειονομικοί παράγοντες	Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.	< .001	0.707	0,575	0,802
	Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19	< .001	0.804		
	Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)	< .001	0.761		
<i>CFI = 0,932, TLI=0,919, NFI = 0,920, GFI = 0,989, RMSEA = 0,059, SRMR = 0,040</i>					

Η δομή του μοντέλου αποδίδεται σχηματικά στο διάγραμμα 10.16.



Διάγραμμα 10.16: Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση – Ικανοποίηση των Τουριστών από την επίσκεψη στην Ήπειρο (Destination Attributes Performance/Satisfaction)

10.10 Δομικά Μοντέλα Εξισώσεων – (Structural Equation Modeling)

10.10.1 Κίνητρα με Ικανοποίηση (1^ο μοντέλο SEM)

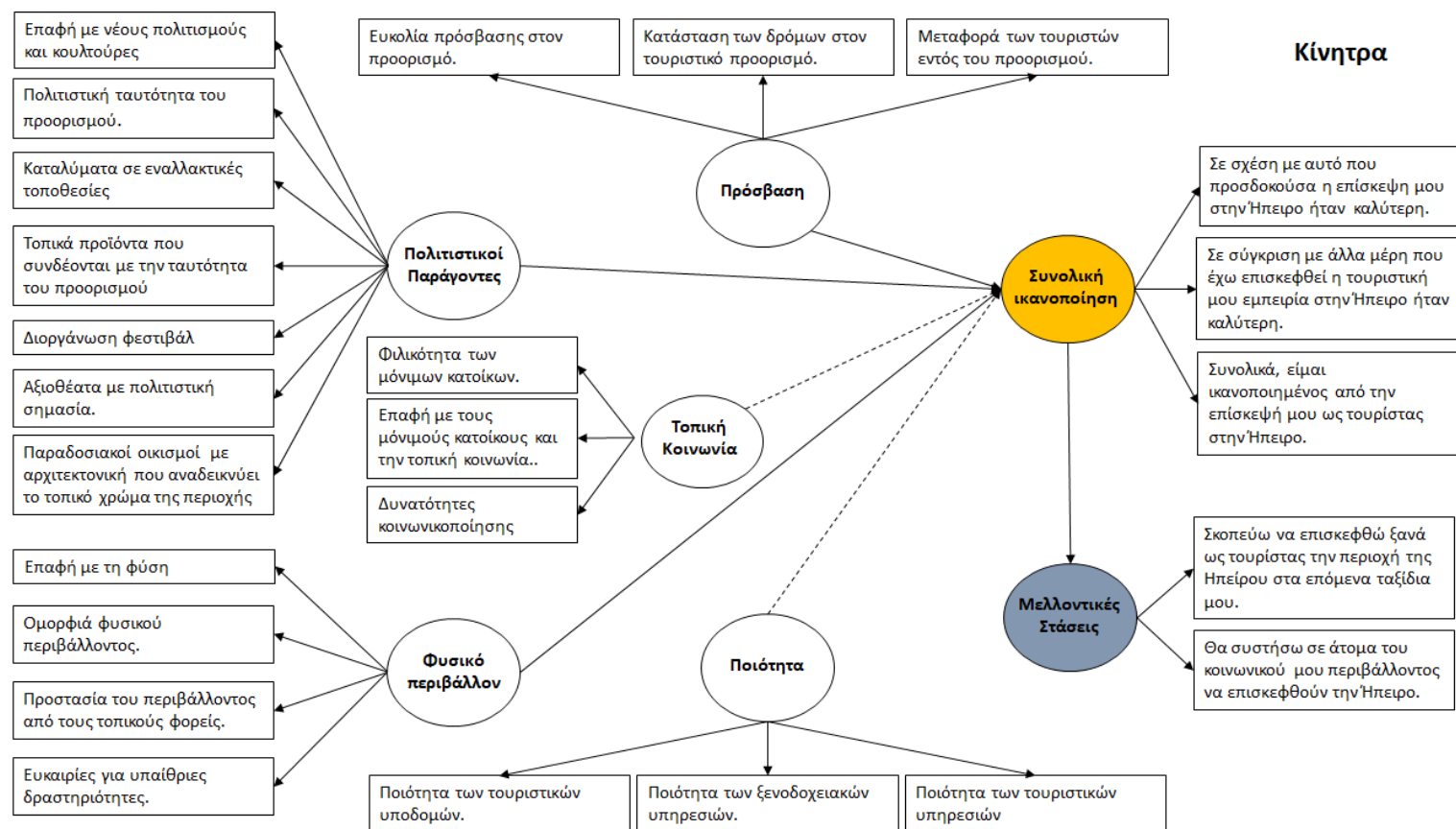
Μετά την επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση, και στο επόμενο αναλυτικό στάδιο, χρησιμοποιήθηκε η πρακτική των δομικών μοντέλων εξισώσεων (Structural Equation Modeling) για την εξέταση της ισχύς των δύο θεωρητικών μοντέλων που παρουσιάστηκαν στο κεφάλαιο της μεθοδολογίας. Το πρώτο αφορούσε τις σχέσεις κινήτρων και ικανοποίησης, ενώ το δεύτερο τις διαστάσεις συνολικής ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο. Ξεκινώντας με τα κίνητρα, τα κριτήρια καλής προσαρμογής (Goodness of Fit Criteria) αποκάλυψαν ότι συνολικά το μοντέλο είχε καλή προσαρμογή στα δεδομένα με CFI = 0,916, TLI = 0,902, NFI = 0,906, GFI = 0,989, RMSEA = 0,074, SRMR = 0,039 (βλέπε πίνακα 10.28). Οι σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών του μοντέλου, καθώς και οι υπό-παράγοντες κάθε μεταβλητής φαίνονται στο διάγραμμα 10.17 και στον πίνακα 10.29. Ειδικότερα, η συνολική ικανοποίηση των τουριστών σχετίζεται στατιστικώς σημαντικά με κίνητρα όπως η Πρόσβαση, οι Πολιτιστικοί παράγοντες και το Φυσικό περιβάλλον. Αντίθετα, δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές σχέσεις ανάμεσα στην Ικανοποίηση των τουριστών και την Ποιότητα των υπηρεσιών και την αλληλεπίδραση με την τοπική κοινωνία. Τέλος, η Συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Ήπειρο οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις τόσο στο να επισκεφθούν οι επισκέπτες ξανά την περιοχή όσο και να τη συστήσουν σε άτομα από τον κοινωνικό τους περίγυρο.

Πίνακας 10.28: Fit indices πρώτου μοντέλου

Index	Value
Comparative Fit Index (CFI)	0.916
T-size CFI	0.906
Tucker-Lewis Index (TLI)	0.902
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	0.902
Bentler-Bonett Normed Fit Index (NFI)	0.906
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	0.783
Bollen's Relative Fit Index (RFI)	0.892
Bollen's Incremental Fit Index (IFI)	0.916
Relative Noncentrality Index (RNI)	0.916

Πίνακας 10.29: Στατιστικά σημαντικές σχέσεις πρώτου μοντέλου (Regression coefficients)

Predictor Outcome		Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval	
						Lower	Upper
Sat	Fut	0.842	0.030	28.238	< .001	0.784	0.900
Cul	Sat	0.077	0.022	3.419	< .001	0.033	0.121
Acc	Sat	-0.043	0.020	-2.138	0.033	-0.082	-0.004
Env	Sat	0.086	0.019	4.549	< .001	0.049	0.122
Qua	Sat	0.001	0.019	0.070	0.944	-0.036	0.039
Loc	Sat	0.029	0.023	1.255	0.210	-0.016	0.074



Διάγραμμα 10.17: Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων (SEM), Σχέση Κινήτρων – Ικανοποίησης, CFI = 0,916 , TLI = 0,902, NFI = 0,906, GFI = 0,989, RMSEA = 0.074, SRMR = 0,039

- > Στατιστικώς σημαντική σχέση
- - - - -> Μη στατιστικώς σημαντική σχέση

Συνεπώς, για τις ερευνητικές υποθέσεις ισχύουν τα εξής:

Πίνακας 10.30: Έλεγχος υποθέσεων πρώτου μοντέλου Δομικών Εξισώσεων (SEM),
Σχέση Κινήτρων – Ικανοποίησης

Υπόθεση	Αποτέλεσμα
Y1: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντική την πρόσβαση στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.	Δεκτή *
Y2: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντικούς τους πολιτιστικούς παράγοντες ενός προορισμού είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.	Δεκτή
Y3: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντική την αλληλεπίδραση με την τοπική κοινωνία στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.	Απορρίπτεται
Y4: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντικούς τους παράγοντες του φυσικού περιβάλλοντος στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.	Δεκτή
Y5: Οι τουρίστες που θεωρούν σημαντική την ποιότητα των υπηρεσιών στον τουριστικό προορισμό είναι και συνολικά ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο.	Απορρίπτεται
Y6: Η συνολική ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις απέναντι στην περιοχή.	Δεκτή

* Αρνητικό πρόσημο που δείχνει τη δυσκολία πρόσβασης στην περιοχή της Ηπείρου

10.10.2 Διαστάσεις Συνολικής Ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο (2ο μοντέλο SEM)

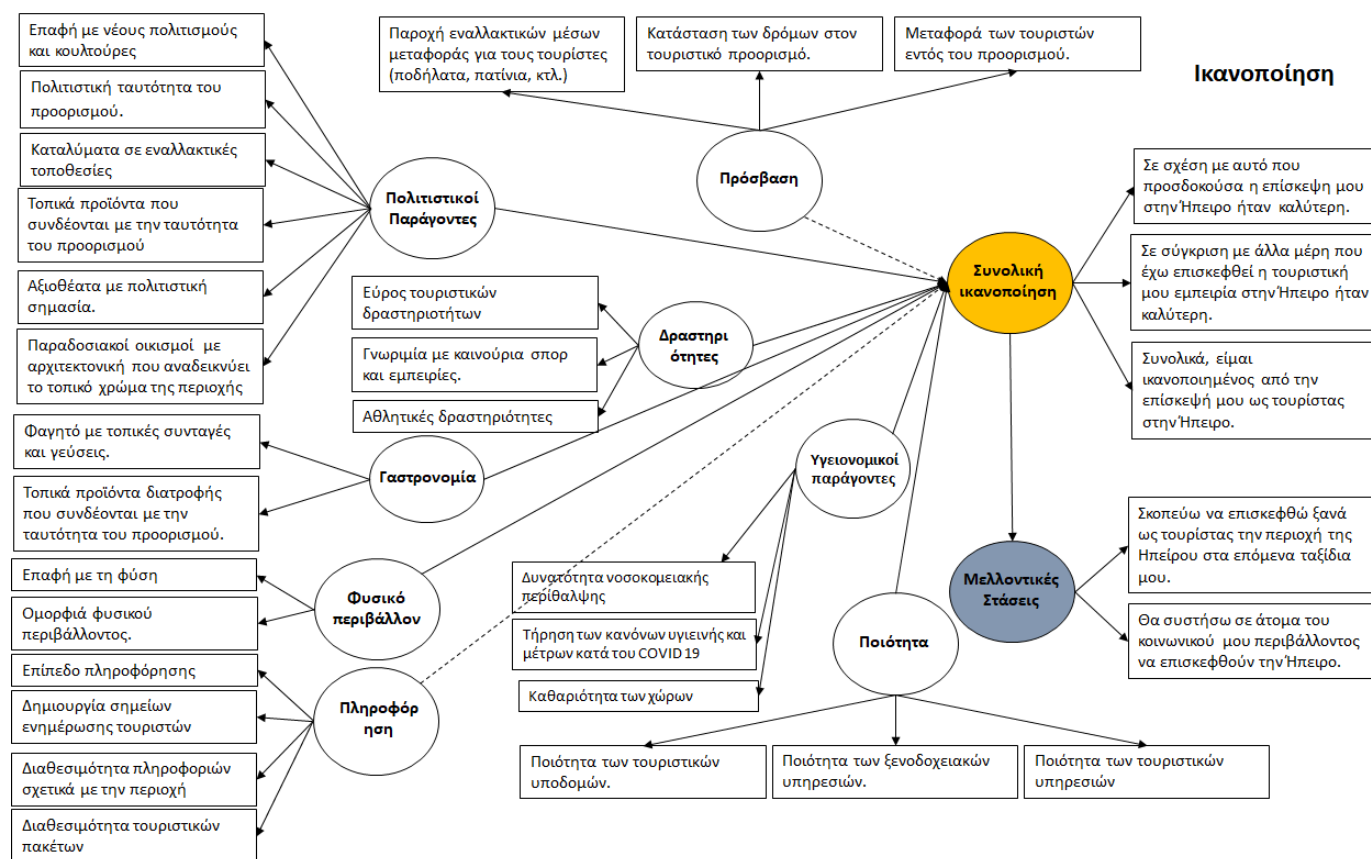
Το επόμενο μοντέλο που δημιουργήθηκε με τη μέθοδο SEM αφορούσε τους επιμέρους παράγοντες ικανοποίησης που διαμορφώνουν και επηρεάζουν τη συνολική ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο. Τα κριτήρια καλής προσαρμογής (Goodness of Fit Criteria) αποκάλυψαν ότι συνολικά αυτό το μοντέλο είχε ακόμα καλύτερη προσαρμογή στα δεδομένα με $CFI = 0,931$, $TLI = 0,919$, $NFI = 0,919$, $GFI = 0,991$, $RMSEA = 0,057$, $SRMR = 0,042$ (βλέπε πίνακα 10.31). Όσον αφορά τις επιμέρους σχέσεις, η Συνολική ικανοποίηση φαίνεται ότι σχετίζεται στατιστικώς σημαντικά με την ικανοποίηση από τους Πολιτιστικούς παράγοντες, τη Γαστρονομία, το Φυσικό περιβάλλον, την Πληροφόρηση, την Ποιότητα των υπηρεσιών και τους Υγειονομικούς παράγοντες. Αντίθετα, η ικανοποίηση από την Πληροφόρηση και την Πρόσβαση δεν επηρεάζουν τη Συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Ήπειρο. Τέλος, και σε αυτή την περίπτωση η Συνολική ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Ήπειρο οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις τόσο στο να επισκεφθούν οι τουρίστες ξανά την περιοχή όσο και να τη συστήσουν σε άτομα από τον κοινωνικό τους περίγυρο (βλέπε πίνακα 10.32 και διάγραμμα 10.18).

Πίνακας 10.31: Fit indices δεύτερου μοντέλου

Index	Value
Comparative Fit Index (CFI)	0.931
T-size CFI	0.923
Tucker-Lewis Index (TLI)	0.919
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	0.919
Bentler-Bonett Normed Fit Index (NFI)	0.919
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	0.784
Bollen's Relative Fit Index (RFI)	0.905
Bollen's Incremental Fit Index (IFI)	0.931
Relative Noncentrality Index (RNI)	0.931
Goodness of Fit Index (GFI)	0.991

Πίνακας 10.32: Στατιστικά σημαντικές σχέσεις δεύτερου μοντέλου (Regression coefficients)

Predictor	Outcome	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval	
						Lower	Upper
Sat	Fut	0.806	0.027	29.325	< .001	0.752	0.860
Cul	Sat	0.093	0.025	3.726	< .001	0.044	0.142
Acc	Sat	0.026	0.020	1.283	0.200	-0.014	0.065
Inn	Sat	-0.011	0.017	-0.669	0.504	-0.045	0.022
Qua	Sat	0.069	0.025	2.793	0.005	0.021	0.118
Soc	Sat	0.068	0.020	3.363	< .001	0.028	0.107
Env	Sat	0.112	0.023	4.781	< .001	0.066	0.158
Gas	Sat	0.150	0.026	5.731	< .001	0.099	0.202
Hea	Sat	0.052	0.022	2.313	0.021	0.008	0.096



Διάγραμμα 10.18: Μοντέλο (SEM) Διαστάσεων Συνολικής Ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο, CFI = 0,931 , TLI = 0,919, NFI = 0,919, GFI = 0,991, RMSEA = 0,057, SRMR = 0,042

- > Στατιστικώς σημαντική σχέση
- - - - -> Μη στατιστικώς σημαντική σχέση

Συνεπώς, για τις ερευνητικές υποθέσεις του δεύτερου μοντέλου δομικών εξισώσεων ισχύουν τα εξής (βλέπε πίνακα 10.33):

Πίνακας 10.33: Έλεγχος υποθέσεων δεύτερου μοντέλου SEM - Διαστάσεων
Συνολικής Ικανοποίησης από την επίσκεψη στην Ήπειρο

Υπόθεση	Αποτέλεσμα
Υ7: Η ικανοποίηση από την πρόσβαση στην Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Απορρίπτεται
Υ8: Η ικανοποίηση από τους πολιτιστικούς παράγοντες της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Δεκτή
Υ9: Η ικανοποίηση από τις δραστηριότητες στην Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Δεκτή
Υ10: Η ικανοποίηση από το φυσικό περιβάλλον της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Δεκτή
Υ11: Η ικανοποίηση από την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών στην Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Δεκτή
Υ12: Η ικανοποίηση από την πληροφόρηση σχετικά με την Ήπειρο οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Απορρίπτεται
Υ13: Η ικανοποίηση από τους υγειονομικούς παράγοντες της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Δεκτή
Υ14: Η ικανοποίηση από την γαστρονομία της Ηπείρου οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση από την τουριστική εμπειρία στην περιοχή.	Δεκτή

Υ15: Η συνολική ικανοποίηση των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις απέναντι στην περιοχή.

Δεκτή

10.11 Παραμετρικά τεστ – επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στις απαντήσεις τους

10.11.1 Κίνητρα (Destination attributes importance/motivation)

Σε αυτή την παράγραφο αναλύεται η επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στις απαντήσεις τους με τη χρήση των παραμετρικών τεστ. Πιο συγκεκριμένα, Independent T-tests χρησιμοποιήθηκαν για το φύλο και ανάλυση one-way ANOVA για την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, το εκπαιδευτικό επίπεδο και το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα. Ξεκινώντας με το φύλο, και όπως απεικονίζεται στον πίνακα 10.34, φαίνεται ότι επηρεάζει έντονα τις προτιμήσεις των τουριστών, δεδομένου ότι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν σχεδόν σε όλες τις διαστάσεις: Προορισμός ($p=0,035<0,05$), Ποιότητα ($p=0,000<0,05$), Πολιτιστικοί παράγοντες ($p=0,000<0,05$), Φυσικό περιβάλλον ($p=0,035<0,05$), Πρόσβαση ($p=0,000<0,05$), Γαστρονομία ($p=0,035<0,05$), Πληροφόρηση ($p=0,000<0,05$), Κόστος ($p=0,000<0,05$) και Υγειονομικοί παράγοντες ($p=0,001<0,05$). Χαρακτηριστικό είναι ότι σε όλες αυτές τις περιπτώσεις οι μέσοι για τις γυναίκες ήταν υψηλότεροι από τους άντρες, δείχνοντας ότι δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε όλα τα παραπάνω όταν επιλέγουν μέρη για να επισκεφθούν για τουριστικούς λόγους. Αυτό δείχνει πιθανώς και τη θετικότερη πρόθεση που έχουν οι γυναίκες για ταξίδια.

Πίνακας 10.34: Independent T-tests με βάση το φύλο

Διάσταση κινήτρων	Φύλο	N	Μέσος	TA	Sig. (p value)
Προορισμός_Κιν	Άνδρας	370	3,9012	1,05877	0,035

	Γυναίκα	1154	4,0379	1,09627	
Κοινωνικοποίηση_Κιν v	Άνδρας	370	3,5315	1,14858	0,305
	Γυναίκα	1154	3,6043	1,19844	
Ποιότητα_Κιν	Άνδρας	370	4,8824	1,38909	0,000
	Γυναίκα	1154	5,2515	1,28818	
Πολιτιστικοί_Κιν	Άνδρας	370	4,9255	1,28316	0,000
	Γυναίκα	1154	5,2429	1,23677	
Φυσικό_Περιβάλλον _Κιν	Άνδρας	370	5,6535	1,15190	0,035
	Γυναίκα	1154	5,7990	1,15672	
Πρόσβαση_Κιν	Άνδρας	370	3,9230	1,41820	0,000
	Γυναίκα	1154	4,2415	1,36451	
Γαστρονομία_Κιν	Άνδρας	370	4,5905	1,21164	0,035
	Γυναίκα	1154	4,7429	1,20965	
Πληροφόρηση_Κιν	Άνδρας	370	4,6432	1,51099	0,000
	Γυναίκα	1154	5,0130	1,48978	
Κόστος_Κιν	Άνδρας	370	4,8203	1,48825	0,000
	Γυναίκα	1154	5,2387	1,42642	
Υγειονομικοί_Κιν	Άνδρας	370	3,9360	1,62832	0,001
	Γυναίκα	1154	4,2484	1,58049	

Συνεχίζοντας με την ηλικία, η ανάλυση one-way ANOVA έδειξε στατιστικά σημαντικές διαφορές στις εξής κατηγορίες κινήτρων: Προορισμός ($p=0,011<0,05$), Κοινωνικοποίηση ($p=0,000<0,05$), Ποιότητα ($p=0,000<0,05$), Φυσικό περιβάλλον ($p=0,000<0,05$), Κόστος ($p=0,000<0,05$) και Υγειονομικοί παράγοντες ($p=0,001<0,05$). Κοιτώντας τα αναλυτικά περιγραφικά μέτρα (πίνακας 10.35) παρατηρείται ότι τουρίστες που ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία των 40-49 ετών δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην Κοινωνικοποίηση και την Ποιότητα. Από την άλλη πλευρά, όσο πιο νεαρή είναι η ηλικία των τουριστών τόσο μεγαλύτερη βαρύτητα δίνεται στον παράγοντα Φυσικό περιβάλλον, κάτι το οποίο είναι λογικό γιατί τα άτομα νεότερης ηλικίας μπορούν να κάνουν και περισσότερες δραστηριότητες. Τα νεαρά άτομα (18-30) επίσης είναι αυτά που δίνουν και μεγαλύτερη σημασία στο θέμα του κόστους του

ταξιδιού, πιθανώς γιατί έχουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους. Τέλος, καθώς η ηλικία των τουριστών ανεβαίνει, δίνεται και μεγαλύτερη έμφαση στους υγειονομικούς παράγοντες του προορισμού (δυνατότητα περίθαλψης, τήρηση των κανόνων υγιεινής, κτλ.).

Πίνακας 10.35: One-way ANOVA με βάση την ηλικία

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Προορισμός_Κιν	18-29	312	3,8906	1,04721	1,43	7,00	0,011
	30-39	512	3,9252	1,10005	1,00	7,00	
	40-49	460	4,1307	1,07468	1,71	7,00	
	50-59	179	4,1285	1,14277	1,57	7,00	
	60-69	46	3,9193	1,11581	1,00	6,14	
	70+	15	4,0095	,79625	1,86	5,00	
	Total	1524	4,0047	1,08852	1,00	7,00	
Κοινωνικοποίηση_Κιν	18-29	312	3,4653	1,10447	1,17	7,00	0,000
	30-39	512	3,5628	1,19796	1,00	7,00	
	40-49	460	3,7844	1,20058	1,00	7,00	
	50-59	179	3,5754	1,19419	1,17	7,00	
	60-69	46	2,9891	1,15385	1,00	6,00	
	70+	15	2,8222	,76238	1,67	4,33	
	Total	1524	3,5866	1,18657	1,00	7,00	
Ποιότητα_Κιν	18-29	312	4,8950	1,40065	1,00	7,00	0,000
	30-39	512	5,1157	1,37052	1,00	7,00	
	40-49	460	5,4266	1,13372	1,75	7,00	
	50-59	179	5,1899	1,38444	1,50	7,00	
	60-69	46	4,8641	1,38515	1,00	7,00	
	70+	15	4,7500	,99103	2,75	6,00	
	Total	1524	5,1619	1,32244	1,00	7,00	
Πολιτιστικοί_Κιν	18-29	312	5,2656	1,28660	1,00	7,00	0,055
	30-39	512	5,1777	1,29419	1,00	7,00	
	40-49	460	5,1534	1,19503	1,86	7,00	
	50-59	179	5,1373	1,24975	1,00	7,00	
	60-69	46	4,8416	1,21227	1,14	6,71	
	70+	15	4,4000	,92771	3,00	6,00	
	Total	1524	5,1658	1,25517	1,00	7,00	
Φυσικό_Περιβάλλον_Κιν	18-29	312	5,8622	1,11088	1,80	7,00	0,000
	30-39	512	5,7996	1,20231	1,00	7,00	

	40-49	460	5,7770	1,08758	1,80	7,00	
	50-59	179	5,6849	1,16346	1,80	7,00	
	60-69	46	5,2435	1,36490	1,00	7,00	
	70+	15	4,6133	,88307	3,20	6,00	
	Total	1524	5,7636	1,15686	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Κιν	18-29	312	4,1704	1,37414	1,00	7,00	0,134
	30-39	512	4,1003	1,39148	1,00	7,00	
	40-49	460	4,3033	1,34445	1,17	7,00	
	50-59	179	4,0531	1,49295	1,00	7,00	
	60-69	46	3,9384	1,36235	1,50	6,17	
	70+	15	3,9667	1,02198	2,17	5,67	
	Total	1524	4,1642	1,38403	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Κιν	18-29	312	4,6330	1,21434	1,00	7,00	0,712
	30-39	512	4,7407	1,21009	1,00	7,00	
	40-49	460	4,7353	1,19705	1,00	7,00	
	50-59	179	4,7123	1,21682	1,50	7,00	
	60-69	46	4,5326	1,41873	1,00	6,50	
	70+	15	4,5833	,93859	3,00	6,00	
	Total	1524	4,7059	1,21150	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_Κιν	18-29	312	4,8365	1,56050	1,00	7,00	0,299
	30-39	512	4,8906	1,53135	1,00	7,00	
	40-49	460	5,0210	1,41756	1,00	7,00	
	50-59	179	4,9702	1,49710	1,00	7,00	
	60-69	46	4,9203	1,62570	1,33	7,00	
	70+	15	4,2889	1,46854	1,67	6,00	
	Total	1524	4,9232	1,50285	1,00	7,00	
Κόστος_Κιν	18-29	312	5,3285	1,44522	1,50	7,00	0,000
	30-39	512	5,0381	1,47650	1,00	7,00	
	40-49	460	5,2163	1,39187	1,50	7,00	
	50-59	179	5,1508	1,45326	1,50	7,00	
	60-69	46	4,5326	1,53262	1,00	7,00	
	70+	15	3,8000	1,03164	2,00	5,50	
	Total	1524	5,1371	1,45231	1,00	7,00	
Υγειονομικοί_Κιν	18-29	312	3,8408	1,58479	1,00	7,00	0,000
	30-39	512	4,0658	1,59412	1,00	7,00	
	40-49	460	4,3949	1,56574	1,00	7,00	
	50-59	179	4,3799	1,62447	1,00	7,00	
	60-69	46	4,4275	1,54066	1,00	7,00	
	70+	15	4,6444	1,39992	2,00	7,00	
	Total	1524	4,1726	1,59732	1,00	7,00	

Παράλληλα, και η οικογενειακή κατάσταση επηρέασε τα κίνητρα και τις τουριστικές προτιμήσεις των συμμετεχόντων, με στατιστικά σημαντικές διαφορές να παρατηρούνται στις εξής διαστάσεις: Προορισμός ($p=0,002<0,05$), Κοινωνικοποίηση ($p=0,000<0,05$), Ποιότητα ($p=0,000<0,05$), Πολιτιστικοί παράγοντες ($p=0,022<0,05$), Γαστρονομία ($p=0,004<0,05$) και Υγειονομικοί παράγοντες ($p=0,000<0,05$). Τα αναλυτικά αποτελέσματα δείχνουν ότι σχεδόν σε όλες τις παραπάνω μεταβλητές οι κατηγορία των παντρεμένων με παιδιά έδωσε τη μεγαλύτερη βαρύτητα. Στη διάσταση της Γαστρονομίας υψηλό ήταν και το ενδιαφέρον των τουριστών που ήταν παντρεμένοι χωρίς παιδιά. Μοναδική εξαίρεση οι Πολιτιστικοί παράγοντες, στους οποίους δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα οι άγαμοι (πίνακας 10.36).

Πίνακας 10.36: One-way ANOVA με βάση την οικογενειακή κατάσταση

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Προορισμός_Κιν	Άγαμος	640	3,8996	1,06398	1,00	7,00	0,002
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	3,9851	1,04601	1,14	6,86	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,1262	1,10605	1,00	7,00	
	Άλλο	78	3,9066	1,14629	1,00	6,14	
	Total	1524	4,0047	1,08852	1,00	7,00	
Κοινωνικοποίηση_Κιν	Άγαμος	640	3,4174	1,13312	1,00	7,00	0,000
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	3,3865	1,08467	1,33	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	3,8279	1,22856	1,00	7,00	
	Άλλο	78	3,4038	1,13597	1,00	6,33	
	Total	1524	3,5866	1,18657	1,00	7,00	
Ποιότητα_Κιν	Άγαμος	640	4,9121	1,38683	1,00	7,00	0,000
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,2239	1,21609	2,25	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,3954	1,24322	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,1571	1,28434	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1619	1,32244	1,00	7,00	0,022
Πολιτιστικοί_Κιν	Άγαμος	640	5,2571	1,23469	1,00	7,00	
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,1402	1,27514	1,00	7,00	

	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,1211	1,24822	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,8388	1,37956	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1658	1,25517	1,00	7,00	
Φυσικό_Περιβάλλον_Κιν	Άγαμος	640	5,7794	1,14870	1,00	7,00	0,629
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,7706	1,09505	2,20	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,7664	1,16378	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,5974	1,29434	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7636	1,15686	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Κιν	Άγαμος	640	4,1042	1,38496	1,00	7,00	0,357
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,1493	1,34926	1,17	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,2369	1,39742	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,0876	1,33326	1,00	6,67	
	Total	1524	4,1642	1,38403	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Κιν	Άγαμος	640	4,6301	1,19588	1,00	7,00	0,004
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,8650	1,21819	1,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,7803	1,20772	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,3814	1,27458	1,00	7,00	
	Total	1524	4,7059	1,21150	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_Κιν	Άγαμος	640	4,8266	1,53438	1,00	7,00	0,168
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,9223	1,46264	1,67	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,0130	1,48536	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,9786	1,44584	1,00	7,00	
	Total	1524	4,9232	1,50285	1,00	7,00	
Κόστος_Κιν	Άγαμος	640	5,1117	1,46063	1,00	7,00	0,066
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,9202	1,50813	1,50	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,2325	1,41503	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,0128	1,52889	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1371	1,45231	1,00	7,00	
Υγειονομικοί_Κιν	Άγαμος	640	3,9490	1,60805	1,00	7,00	0,000
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,2536	1,57868	1,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,3738	1,56483	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,1795	1,60599	1,00	7,00	
	Total	1524	4,1726	1,59732	1,00	7,00	

Σχετικά ισχυρή ήταν η επίδραση και του μορφωτικού επιπέδου στα κίνητρα των τουριστών. Ειδικότερα, σε αυτή την περίπτωση στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν σε διαστάσεις όπως: Ποιότητα ($p=0,002<0,05$), Πολιτιστικοί παράγοντες ($p=0,003<0,05$), Πρόσβαση ($p=0,010<0,05$), Γαστρονομία ($p=0,000<0,05$), Πληροφόρηση ($p=0,012<0,05$), Κόστος ($p=0,000<0,05$) και Υγειονομικοί παράγοντες ($p=0,013<0,05$). Τα περιγραφικά μέτρα (πίνακας 10.37) δείχνουν ότι οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα σε διαστάσεις όπως η Ποιότητα των Υπηρεσιών, Πολιτιστικοί παράγοντες του προορισμού, Γαστρονομία και Πληροφόρηση. Από την άλλη πλευρά, οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης εστιάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό στο Κόστος και στους Υγειονομικούς παράγοντες.

Πίνακας 10.37: One-way ANOVA με βάση το εκπαιδευτικό επίπεδο

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Προορισμός_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	3,9806	1,07897	1,00	7,00	0,073
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	3,9603	1,07534	1,43	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,0868	1,09224	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	3,8069	1,16932	1,00	6,86	
	Total	1524	4,0047	1,08852	1,00	7,00	
Κοινωνικοποίηση_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	3,5822	1,25847	1,17	7,00	0,131
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	3,5539	1,16299	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	3,6548	1,18241	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	3,3401	1,17962	1,00	6,83	
	Total	1524	3,5866	1,18657	1,00	7,00	
Ποιότητα_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,1075	1,37925	1,00	7,00	0,002
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,0836	1,29237	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,3098	1,29958	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,8243	1,47452	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1619	1,32244	1,00	7,00	

Πολιτιστικοί_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,0737	1,32309	1,00	7,00	0,003
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,0618	1,27942	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,3134	1,17594	1,14	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,1660	1,35279	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1658	1,25517	1,00	7,00	
Φυσικό_Περιβά λλον_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,7385	1,22616	1,00	7,00	0,732
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,7556	1,15357	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,7959	1,12394	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,6514	1,24221	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7636	1,15686	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	4,3492	1,40835	1,00	7,00	0,010
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,0802	1,38530	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,2258	1,35172	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	3,8468	1,47396	1,00	7,00	
	Total	1524	4,1642	1,38403	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Κι ν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	4,4536	1,26079	1,00	7,00	0,000
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,6344	1,19004	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,8663	1,19312	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,8007	1,23031	1,00	7,00	
	Total	1524	4,7059	1,21150	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_ Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	4,9442	1,53129	1,00	7,00	0,012
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,8469	1,50758	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,0481	1,45989	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,5270	1,62927	1,00	7,00	
	Total	1524	4,9232	1,50285	1,00	7,00	
Κόστος_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,3281	1,53662	1,00	7,00	0,000
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,0914	1,41471	1,50	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,1995	1,42010	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,4662	1,58402	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1371	1,45231	1,00	7,00	

Υγειονομικοί_Κιν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	4,4072	1,59737	1,00	7,00	0,013
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,1198	1,59547	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,1947	1,58836	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	3,7523	1,60105	1,00	7,00	
	Total	1524	4,1726	1,59732	1,00	7,00	

Τέλος, μικρή ήταν η επιρροή του μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος (πίνακας 10.38), δεδομένου ότι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν μόνο στη διάσταση του Κόστους ($p=0,000<0,05$). Όπως ήταν και λογικό, καθώς το εισόδημα αυξάνεται δίνεται και μικρότερη σημασία στα ζητήματα του κόστους των ταξιδιών. Πρέπει να σημειωθεί ότι σε όλες τις αναλύσεις των παραμετρικών τεστ τηρήθηκαν τα κριτήρια Levene και τα αποτελέσματα επιβεβαιώθηκαν με τη χρήση Post hoc Tukey tests.

Πίνακας 10.38: One-way ANOVA με βάση το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Προορισμός_Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	3,9776	1,15230	1,00	7,00	0,613
	1.001-2.000 €	603	4,0024	1,06583	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,0499	1,06669	1,57	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,0360	1,03395	1,86	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	3,8548	1,10244	1,00	6,14	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,0698	1,15826	1,43	7,00	
	Total	1524	4,0047	1,08852	1,00	7,00	
Κοινωνικοποίηση_Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	3,5799	1,22646	1,00	7,00	0,759
	1.001-2.000 €	603	3,5528	1,18005	1,33	7,00	
	2.001-3.000 €	309	3,6731	1,13681	1,00	6,67	
	3.001-4.000 €	115	3,6290	1,09537	1,50	6,67	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	3,5273	1,24747	1,00	6,33	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	3,5689	1,28120	1,00	7,00	
	Total	1524	3,5866	1,18657	1,00	7,00	
Ποιότητα_Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	5,0289	1,42579	1,00	7,00	0,120
	1.001-2.000 €	603	5,1182	1,33523	1,00	7,00	

	2.001-3.000 €	309	5,2864	1,22163	1,50	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,3587	1,16281	2,25	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,1025	1,45942	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,1974	1,27180	1,75	7,00	
	Total	1524	5,1619	1,32244	1,00	7,00	
Πολιτιστικοί_Κιν (δεν τηρείται το κριτήριο Levene)	Κάτω από 1.000 €	242	5,3530	1,29841	1,29	7,00	0,010
	1.001-2.000 €	603	5,1637	1,22588	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,2136	1,20228	1,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,1652	1,12320	2,14	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,8677	1,32686	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,9979	1,41049	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1658	1,25517	1,00	7,00	
Φυσικό_Περιβά λλον_Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	5,8512	1,26597	1,00	7,00	0,216
	1.001-2.000 €	603	5,7449	1,14417	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,8369	1,05366	1,80	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,7009	1,05477	2,60	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,5557	1,27960	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,7639	1,19210	1,80	7,00	
	Total	1524	5,7636	1,15686	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	4,2658	1,36968	1,00	7,00	0,183
	1.001-2.000 €	603	4,2078	1,39043	1,33	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,0771	1,40413	1,17	7,00	
	3.001-4.000 €	115	3,9348	1,29734	1,17	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,0724	1,40002	1,00	6,83	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,2657	1,37804	1,00	7,00	
	Total	1524	4,1642	1,38403	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Κι ν	Κάτω από 1.000 €	242	4,6684	1,21872	1,00	7,00	0,139
	1.001-2.000 €	603	4,6215	1,18163	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,7581	1,14615	1,75	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,8587	1,08475	2,00	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,8852	1,39552	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,7387	1,37685	1,50	7,00	
	Total	1524	4,7059	1,21150	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_ Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	4,9780	1,53384	1,00	7,00	0,543
	1.001-2.000 €	603	4,9326	1,50300	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,9105	1,47008	1,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,8696	1,37273	1,33	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,7077	1,53117	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,0551	1,60396	1,00	7,00	
	Total	1524	4,9232	1,50285	1,00	7,00	
Κόστος_Κιν	Κάτω από 1.000 €	242	5,4897	1,37513	1,00	7,00	0,000

	1.001-2.000 €	603	5,2629	1,42071	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,0146	1,45069	1,50	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,8304	1,34733	2,00	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,4303	1,55918	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,1241	1,44653	1,00	7,00	
	Total	1524	5,1371	1,45231	1,00	7,00	
Υγειονομικοί_Κι v	Κάτω από 1.000 €	242	4,2039	1,65312	1,00	7,00	0,839
	1.001-2.000 €	603	4,1752	1,57056	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,1672	1,59785	1,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,0725	1,56521	1,00	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,0601	1,65590	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,3058	1,60389	1,00	7,00	
	Total	1524	4,1726	1,59732	1,00	7,00	

10.11.2 Ικανοποίηση (Destination attributes performance/satisfaction)

Το κεφάλαιο της ανάλυσης κλείνει με την παρουσίαση των παραμετρικών τεστ που αφορούσαν την εξέταση της επίδρασης των δημογραφικών χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στα επίπεδα ικανοποίησής τους από την επίσκεψη στην Ήπειρο. Καταρχάς, τα Independent T-tests έδειξαν ότι η ικανοποίηση με βάση το φύλο διαφοροποιείται στατιστικώς σημαντικά στις διαστάσεις των Πολιτισμικών παραγόντων ($p=0,034<0,05$), του Προορισμού ($p=0,047<0,05$), της Ποιότητας ($p=0,003<0,05$), των Δραστηριοτήτων ($p=0,000<0,05$), της Συνολικής Ικανοποίησης ($p=0,010<0,05$) και των Μελλοντικών Στάσεων ($p=0,000<0,05$). Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις οι μέσοι για τις γυναίκες ήταν υψηλότεροι σε σχέση με τους άντρες, δείχνοντας έτσι ότι σε γενικές γραμμές εμφανίζουν μεγαλύτερα επίπεδα ικανοποίησης από την τουριστική τους εμπειρία στην περιφέρεια της Ηπείρου (πίνακας 10.39). Οι διαφοροποιήσεις όμως ήταν σχετικά μικρές.

Πίνακας 10.39: Independent T-tests με βάση το φύλο

	Φύλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Sig.
Πολιτιστικοί_Ικαν	Άνδρας	370	5,6239	1,04867	,05452	,034
	Γυναίκα	1154	5,7488	,96702	,02847	
Ηπειρός_Πρ_Ικαν	Άνδρας	370	5,6656	,86897	,04518	,047

	Γυναίκα	1154	5,7610	,77958	,02295	
Πρόσβαση_Ικαν	Άνδρας	370	4,5764	1,04890	,05453	,766
	Γυναίκα	1154	4,5581	1,02976	,03031	
Πληροφόρηση_Ικαν	Άνδρας	370	4,6250	1,26960	,06600	,725
	Γυναίκα	1154	4,5977	1,30719	,03848	
Ποιότητα_Ικαν	Άνδρας	370	5,3198	1,13051	,05877	,003
	Γυναίκα	1154	5,5176	1,10582	,03255	
Δραστηριότητες_Ικαν	Άνδρας	370	4,8635	1,10537	,05747	,000
	Γυναίκα	1154	5,0845	1,04395	,03073	
Φυσικό_Ικαν	Άνδρας	370	5,9292	,95756	,04978	,137
	Γυναίκα	1154	6,0054	,82292	,02422	
Υγειονομικοί_Ικαν	Άνδρας	370	4,7743	1,14649	,05960	,128
	Γυναίκα	1154	4,8744	1,08378	,03190	
Γαστρονομία_Ικαν	Άνδρας	370	5,5716	1,04907	,05454	,061
	Γυναίκα	1154	5,6837	,98544	,02901	
Συνολική_Ικαν	Άνδρας	365	5,7726	,92237	,04828	,010
	Γυναίκα	1143	5,9113	,88945	,02631	
Μελλοντικές_Στ	Άνδρας	362	6,4862	,78847	,04144	,000
	Γυναίκα	1144	6,6477	,60113	,01777	

Ακόμα μικρότερη ήταν η επιρροή της ηλικίας, δεδομένου ότι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν μόνο σε δύο διαστάσεις: Προορισμός ($p=0,035<0,05$) και Δραστηριότητες ($p=0,000<0,05$). Όσον αφορά τις Δραστηριότητες, παρατηρείται ότι η ηλικία κινείται αντιστρόφως ανάλογα με την ικανοποίηση, που σημαίνει ότι τα άτομα μικρής ηλικίας είναι και πιο ικανοποιημένα από την επίσκεψη στην Ήπειρο. Αυτό είναι και λογικό, δεδομένου ότι τα νεαρά άτομα μπορούν να συμμετέχουν και σε περισσότερες δραστηριότητες. Πανομοιότυπη τάση παρατηρήθηκε και σχετικά με τον Προορισμό. Σε γενικές γραμμές όμως, φαίνεται ότι η ηλικία δεν επηρεάζει την ικανοποίηση των τουριστών στην περίπτωση της Ηπείρου (πίνακας 10.40).

Πίνακας 10.40: One-way ANOVA με βάση την ηλικία

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Πολιτιστικοί_Ικαν	18-29	312	5,8013	,93913	1,71	7,00	,256
	30-39	512	5,7394	1,03962	1,00	7,00	
	40-49	460	5,6612	,98134	1,00	7,00	
	50-59	179	5,6967	1,00476	1,00	7,00	

	60-69	46	5,7143	,71397	3,57	7,00	
	70+	15	5,3143	,87432	3,86	6,71	
	Total	1524	5,7185	,98856	1,00	7,00	
Ηπειρός_Πρ_Ικαν	18-29	312	5,6832	,79201	1,43	7,00	,035
	30-39	512	5,7146	,84321	1,00	7,00	
	40-49	460	5,8149	,78387	1,43	7,00	
	50-59	179	5,7670	,72493	2,71	7,00	
	60-69	46	5,6304	,85161	3,00	7,00	
	70+	15	5,2857	,73639	3,43	6,43	
	Total	1524	5,7378	,80295	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Ικαν	18-29	312	4,4913	1,10088	1,57	7,00	,158
	30-39	512	4,5014	1,02140	1,00	7,00	
	40-49	460	4,6410	1,02420	1,00	7,00	
	50-59	179	4,6081	1,00630	1,43	7,00	
	60-69	46	4,6677	,86350	2,43	7,00	
	70+	15	4,8571	1,03157	2,43	6,00	
	Total	1524	4,5625	1,03412	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_Ικαν	18-29	312	4,6250	1,33090	1,00	7,00	,265
	30-39	512	4,4927	1,29855	1,00	7,00	
	40-49	460	4,6582	1,29210	1,00	7,00	
	50-59	179	4,7039	1,31394	1,00	7,00	
	60-69	46	4,7663	,94487	2,75	7,00	
	70+	15	4,6500	1,41358	1,00	6,25	
	Total	1524	4,6043	1,29780	1,00	7,00	
Ποιότητα_Ικαν	18-29	312	5,4733	1,12587	1,00	7,00	,463
	30-39	512	5,4492	1,15452	1,00	7,00	
	40-49	460	5,5283	1,07182	1,00	7,00	
	50-59	179	5,4097	1,10147	1,00	7,00	
	60-69	46	5,4710	1,05310	2,00	7,00	
	70+	15	5,0000	1,14087	2,67	7,00	
	Total	1524	5,4696	1,11472	1,00	7,00	
Δραστηριότητες_Ικαν	18-29	312	5,1090	1,09819	1,00	7,00	,000
	30-39	512	5,0339	1,06469	1,00	7,00	
	40-49	460	5,0877	,98686	1,00	7,00	
	50-59	179	4,9069	1,14657	1,67	7,00	
	60-69	46	4,7681	,96063	1,67	7,00	
	70+	15	3,8444	,99296	2,00	5,83	
	Total	1524	5,0308	1,06305	1,00	7,00	
Φυσικό_Ικαν	18-29	312	6,0769	,74918	2,00	7,00	,153
	30-39	512	5,9625	,96555	1,00	7,00	
	40-49	460	6,0026	,80108	1,00	7,00	

	50-59	179	5,9162	,89161	1,60	7,00	
	60-69	46	5,8652	,64918	4,40	7,00	
	70+	15	5,6800	,79570	4,20	7,00	
	Total	1524	5,9869	,85785	1,00	7,00	
Υγειονομικοί_Ικαν	18-29	312	4,8638	1,16671	1,00	7,00	,732
	30-39	512	4,7886	1,09140	1,00	7,00	
	40-49	460	4,9038	1,05995	1,75	7,00	
	50-59	179	4,8617	1,14415	1,00	7,00	
	60-69	46	4,8696	,89712	3,00	7,00	
	70+	15	4,8167	1,24809	2,50	6,25	
	Total	1524	4,8501	1,09979	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Ικαν	18-29	312	5,7604	,91329	1,50	7,00	,368
	30-39	512	5,6387	1,05363	1,00	7,00	
	40-49	460	5,6337	,98646	1,00	7,00	
	50-59	179	5,6229	1,04073	1,25	7,00	
	60-69	46	5,4837	1,01708	3,00	7,00	
	70+	15	5,7333	,89376	3,25	7,00	
	Total	1524	5,6565	1,00207	1,00	7,00	
Συνολική_Ικαν	18-29	307	5,9023	,92012	1,67	7,00	,585
	30-39	509	5,8821	,93727	1,00	7,00	
	40-49	455	5,8711	,88827	1,00	7,00	
	50-59	178	5,8745	,83014	2,67	7,00	
	60-69	45	5,8815	,71476	4,33	7,00	
	70+	14	5,4286	,75593	4,33	6,67	
	Total	1508	5,8778	,89919	1,00	7,00	
Μελλοντικές_Στ	18-29	307	6,6645	,64914	2,50	7,00	,054
	30-39	507	6,6075	,71598	1,00	7,00	
	40-49	456	6,6195	,60717	1,00	7,00	
	50-59	176	6,5455	,62626	2,50	7,00	
	60-69	46	6,5217	,52659	5,00	7,00	
	70+	14	6,1786	,46439	5,50	7,00	
	Total	1506	6,6089	,65447	1,00	7,00	

Μικρή ήταν και η επίδραση της οικογενειακής κατάστασης στην ικανοποίηση, με την ανάλυση one-way ANOVA να δείχνει στατιστικά σημαντικές διαφορές σε δύο πάλι διαστάσεις: Προορισμός ($p=0,002<0,05$), και Ποιότητα ($p=0,049<0,05$). Και στις δυο αυτές περιπτώσεις οι παντρεμένοι με παιδιά εμφάνισαν τα μεγαλύτερα επίπεδα ικανοποίησης (πίνακας 10.41).

Πίνακας 10.41: One-way ANOVA με βάση την οικογενειακή κατάσταση

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότ ερη τιμή	Μεγαλύ τερη τιμή	Sig. (p value)
Πολιτιστικοί_Ικα ν	Άγαμος	640	5,7395	,99655	1,00	7,00	,577
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,7748	,93231	1,71	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,6956	,99584	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,6172	,98262	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7185	,98856	1,00	7,00	
Ηπειρός_Πρ_Ικα ν	Άγαμος	640	5,6565	,86246	1,00	7,00	,002
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,8195	,67806	4,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,8120	,75624	2,00	7,00	
	Άλλο	78	5,6227	,84562	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7378	,80295	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Ικαν	Άγαμος	640	4,5272	1,00985	1,00	7,00	,382
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,5416	1,05737	1,57	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,6143	1,03979	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,4689	1,13141	1,00	7,00	
	Total	1524	4,5625	1,03412	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_Ι καν	Άγαμος	640	4,5707	1,25394	1,00	7,00	,340
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,5598	1,40019	1,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,6684	1,31333	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,4455	1,29851	1,00	7,00	
	Total	1524	4,6043	1,29780	1,00	7,00	
Ποιότητα_Ικαν	Άγαμος	640	5,3802	1,10683	1,00	7,00	,049
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,4908	1,16964	1,33	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,5537	1,10727	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,4658	1,08823	1,00	7,00	
	Total	1524	5,4696	1,11472	1,00	7,00	
	Άγαμος	640	4,9862	1,05080	1,00	7,00	,112

Δραστηριότητες_Ικαν	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,0184	1,01024	1,67	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,0998	1,06370	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,8547	1,23278	1,00	7,00	
	Total	1524	5,0308	1,06305	1,00	7,00	
Φυσικό_Ικαν	Άγαμος	640	6,0238	,83315	1,00	7,00	,545
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,9521	,89438	2,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,9652	,86951	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,9359	,88772	1,00	7,00	
	Total	1524	5,9869	,85785	1,00	7,00	
Υγειονομικοί_Ικαν	Άγαμος	640	4,8133	1,10488	1,00	7,00	,301
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	4,9969	1,07762	2,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	4,8523	1,08028	1,00	7,00	
	Άλλο	78	4,8269	1,24988	1,00	7,00	
	Total	1524	4,8501	1,09979	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Ικαν	Άγαμος	640	5,6797	,93830	1,00	7,00	,368
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	5,7531	,95984	2,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	643	5,6128	1,07222	1,00	7,00	
	Άλλο	78	5,6250	,99491	1,00	7,00	
	Total	1524	5,6565	1,00207	1,00	7,00	
Συνολική_Ικαν	Άγαμος	632	5,8745	,91015	1,33	7,00	,313
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	161	5,9110	,85209	3,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	638	5,8945	,87367	1,00	7,00	
	Άλλο	77	5,6970	1,09114	1,00	7,00	
	Total	1508	5,8778	,89919	1,00	7,00	
Μελλοντικές_Στ	Άγαμος	631	6,6371	,65209	1,50	7,00	,122
	Παντρεμένος χωρίς παιδιά	163	6,6227	,56134	3,00	7,00	
	Παντρεμένος με παιδιά	634	6,5962	,63486	1,00	7,00	
	Άλλο	78	6,4551	,94039	1,00	7,00	
	Total	1506	6,6089	,65447	1,00	7,00	

Επιπρόσθετα, με βάση την εκπαίδευση παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στα επίπεδα ικανοποίησης σε τέσσερις διαστάσεις: Προορισμός ($p=0,007<0,05$), Πρόσβαση ($p=0,026<0,05$), Φυσικό περιβάλλον ($p=0,025<0,05$) και Μελλοντικές στάσεις ($p=0,040<0,05$). Σ' αυτές τις διαστάσεις παρατηρείται ότι τα άτομα με χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης (δευτεροβάθμια) παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα επίπεδα ικανοποίησης, ενώ αντίθετα τα άτομα με πολύ υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (κάτοχοι διδακτορικού) τα χαμηλότερα (πίνακας 10.42). Πιθανώς οι τελευταίοι να υιοθετούν και μια πιο κριτική στάση απέναντι στους προορισμούς που επισκέπτονται και τις υπηρεσίες που λαμβάνουν σε αυτούς.

Πίνακας 10.42: One-way ANOVA με βάση το εκπαιδευτικό επίπεδο

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Πολιτιστικοί_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,7815	,98208	1,00	7,00	,151
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,7127	,98520	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,7310	,96068	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,4807	1,21692	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7185	,98856	1,00	7,00	
Ηπειρός_Πρ_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,8520	,80799	1,43	7,00	,007
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,7493	,74079	1,43	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,7133	,82411	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,4923	1,05009	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7378	,80295	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	4,7524	1,06379	1,57	7,00	,026
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,5266	1,01721	1,00	7,00	

	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,5440	1,01579	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,4537	1,18191	1,00	7,00	
	Total	1524	4,5625	1,03412	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	4,6663	1,34916	1,00	7,00	,153
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,5434	1,29779	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,6723	1,27251	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,4054	1,32139	1,00	7,00	
	Total	1524	4,6043	1,29780	1,00	7,00	
Ποιότητα_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,4404	1,15343	1,00	7,00	,313
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,4604	1,10554	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,5156	1,08970	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,2703	1,26139	1,00	7,00	
	Total	1524	5,4696	1,11472	1,00	7,00	
Δραστηριότητες_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,0596	1,19494	1,00	7,00	,490
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,0385	1,03326	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,0348	1,02863	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,8468	1,16968	1,00	7,00	
	Total	1524	5,0308	1,06305	1,00	7,00	
Φυσικό_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	6,0398	,90807	1,00	7,00	,025
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,9787	,81966	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	6,0112	,82417	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,7054	1,19231	1,00	7,00	
	Total	1524	5,9869	,85785	1,00	7,00	

Υγειονομικοί_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,0000	1,11141	1,00	7,00	,107
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	4,8008	1,10171	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	4,8604	1,07644	1,50	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	4,7466	1,20536	1,00	7,00	
	Total	1524	4,8501	1,09979	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	5,6414	1,03631	1,50	7,00	,684
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	640	5,6289	1,00380	1,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	589	5,6957	,95555	1,00	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	74	5,6284	1,23188	1,00	7,00	
	Total	1524	5,6565	1,00207	1,00	7,00	
Συνολική_Ικαν	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	220	5,9485	,93545	1,00	7,00	,063
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	634	5,8906	,85326	2,00	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	581	5,8686	,89000	1,33	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	73	5,6256	1,18236	1,00	7,00	
	Total	1508	5,8778	,89919	1,00	7,00	
Μελλοντικές_Στ	Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου	221	6,6267	,67404	1,00	7,00	,040
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ	635	6,6339	,57088	2,50	7,00	
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού	578	6,6003	,66437	1,50	7,00	
	Κάτοχος Διδακτορικού	72	6,4028	1,06029	1,00	7,00	
	Total	1506	6,6089	,65447	1,00	7,00	

Τέλος, το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα δεν είχε καμία επιρροή στα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών, δεδομένου ότι σε καμία διάσταση δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές (πίνακας 10.43).

Πίνακας 10.43: One-way ANOVA με βάση το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

		N	Μέσος	ΤΑ	Μικρότερη τιμή	Μεγαλύτερη τιμή	Sig. (p value)
Πολιτιστικοί_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	5,7645	,97765	1,00	7,00	,583
	1.001-2.000 €	603	5,7020	1,00554	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,7859	,87698	2,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,6571	,96219	1,00	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,6956	1,02572	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,6273	1,15441	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7185	,98856	1,00	7,00	
Ηπειρώς_Πρ_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	5,7745	,78586	2,00	7,00	,195
	1.001-2.000 €	603	5,7342	,79010	1,43	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,8128	,70204	2,86	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,6410	,80108	2,00	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,6956	,93740	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,6359	,95839	1,00	7,00	
	Total	1524	5,7378	,80295	1,00	7,00	
Πρόσβαση_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	4,5502	1,06939	1,00	7,00	,774
	1.001-2.000 €	603	4,5655	1,04093	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,5862	,99251	1,57	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,5354	,88769	1,43	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,6511	,95329	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,4586	1,21525	1,00	7,00	
	Total	1524	4,5625	1,03412	1,00	7,00	
Πληροφόρηση_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	4,5795	1,29319	1,00	7,00	,450
	1.001-2.000 €	603	4,5622	1,35646	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,6909	1,25387	1,00	7,00	

	3.001-4.000 €	115	4,7543	1,03236	1,25	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,6270	1,20014	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,4887	1,42085	1,00	7,00	
	Total	1524	4,6043	1,29780	1,00	7,00	
Ποιότητα_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	5,4050	1,23212	1,00	7,00	,528
	1.001-2.000 €	603	5,4406	1,14003	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,5556	,94217	2,33	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,5188	1,04778	1,33	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,5410	1,05001	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,4110	1,25253	1,00	7,00	
	Total	1524	5,4696	1,11472	1,00	7,00	
Δραστηριότητες_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	5,1088	1,05250	1,00	7,00	,442
	1.001-2.000 €	603	5,0061	1,11434	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,0906	,94198	1,67	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,9667	,99124	1,67	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,0410	1,06024	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,9085	1,16729	1,00	7,00	
	Total	1524	5,0308	1,06305	1,00	7,00	
Φυσικό_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	6,1248	,71275	2,00	7,00	,084
	1.001-2.000 €	603	5,9589	,91392	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	6,0032	,73387	2,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,9913	,84869	1,60	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,9164	,88620	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,8857	1,04947	1,00	7,00	
	Total	1524	5,9869	,85785	1,00	7,00	
Υγειονομικοί_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	242	4,8688	1,17242	1,00	7,00	,397

	1.001-2.000 €	603	4,8242	1,11113	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	4,9231	1,03684	1,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	4,7500	1,02437	1,00	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	4,7377	1,12946	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	4,9530	1,08805	1,75	7,00	
	Total	1524	4,8501	1,09979	1,00	7,00	
Γαστρονομία_Ι καν	Κάτω από 1.000 €	242	5,7397	,95103	1,75	7,00	,111
	1.001-2.000 €	603	5,6198	1,00458	1,00	7,00	
	2.001-3.000 €	309	5,7265	,88414	2,00	7,00	
	3.001-4.000 €	115	5,6543	,99096	1,25	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	122	5,7029	1,07244	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,4680	1,23989	1,00	7,00	
	Total	1524	5,6565	1,00207	1,00	7,00	
Συνολική_Ικαν	Κάτω από 1.000 €	240	5,9819	,84567	2,67	7,00	,156
	1.001-2.000 €	596	5,8663	,88087	1,33	7,00	
	2.001-3.000 €	307	5,8893	,83889	1,00	7,00	
	3.001-4.000 €	112	5,8482	,93094	2,67	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	120	5,9056	,97799	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	5,7143	1,08023	1,67	7,00	
	Total	1508	5,8778	,89919	1,00	7,00	
Μελλοντικές_Σ τ	Κάτω από 1.000 €	239	6,6402	,57633	3,00	7,00	,346
	1.001-2.000 €	597	6,6005	,63453	1,50	7,00	
	2.001-3.000 €	306	6,6618	,60664	1,00	7,00	
	3.001-4.000 €	113	6,5841	,66448	2,50	7,00	
	Περισσότερα από 4.001 €	118	6,5763	,84385	1,00	7,00	
	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	133	6,5188	,76971	3,00	7,00	
	Total	1506	6,6089	,65447	1,00	7,00	

Κεφάλαιο 11: Συμπεράσματα -Συζήτηση

11.1 Συμπεράσματα – Συζήτηση

Κεντρικός στόχος της παρούσας διατριβής ήταν να εξετάσει την αναπτυξιακή δυναμική της Ηπείρου σε συνδυασμό με τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την εφαρμογή πρακτικών βιώσιμου ορεινού τουρισμού στην περιοχή. Επιπρόσθετα, διερευνώνται και στρατηγικές πολιτικές που μπορούν να εφαρμοστούν σε ορεινές περιφέρειες, όπως αυτή της Ηπείρου, για να ενισχύουν την τοπική οικονομική και κοινωνική τους ανάπτυξη μέσα στο πλαίσιο των ήπιων μορφών τουρισμού. Προσεγγίζοντας τα ερευνητικά ερωτήματα της ΔΔ που αναφέρθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, μπορούν να ειπωθούν τα κάτωθι.

11.1.1 Αναπτυξιακή Δυναμική της Ηπείρου σε σχέση με τις άλλες Περιφέρειες της ΕΕ και της Ελλάδας (ερευνητικό ερώτημα 1)

Καταρχάς, στην ΕΕ υπάρχει μια απόκλιση μεταξύ των χωρών της Βόρειας και Δυτικής Ευρώπης, που παραδοσιακά ήταν και οι ισχυρές χώρες της ένωσης, και των χωρών της Ανατολικής και Νότιας Ευρώπης –συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας. Όπως αναφέρουν οι Πετράκος και Ψυχάρης (2004; 2016), φαίνεται ότι οι τάσεις που επικράτησαν τα τελευταία χρόνια ήταν τάσεις απόκλισης. Η μετάβαση από τον κεντρικό σχεδιασμό στην οικονομία της αγοράς δεν οδήγησε τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και τις άλλες περιφέρειες με χαμηλή αναπτυξιακή δυναμική σε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και στη γρήγορη σύγκλιση. Αντίθετα, οδήγησαν σε ένα αναπτυξιακό πρότυπο που προκάλεσε προβλήματα και στην πλειοψηφία των περιπτώσεων τάσεις απόκλισης. Η απόκλιση αυτή καλεί τους υπεύθυνους φορείς να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα και να εφαρμόσουν πολιτικές που θα επιτρέψουν την

οικονομική ανάπτυξη των ασθενέστερων περιφερειών μειώνοντας έτσι τις περιφερειακές ανισότητες στους κόλπους της ΕΕ.

Όσον αφορά την Ήπειρο, υπολείπεται σημαντικά σε αναπτυξιακή δυναμική και αυτό αποτυπώνεται σχεδόν σε όλες τις επιδόσεις της (Κατά κεφαλήν ΑΕΠ, Εισόδημα, Απασχόληση, κτλ.) συγκριτικά με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο, αλλά και με τις άλλες περιφέρειες της χώρας. Μοναδική εξαίρεση η συμμετοχή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση που όμως γεννάει προβληματισμό γιατί φαίνεται ότι υπάρχει εργατικό δυναμικό υψηλής κατάρτισης στην περιοχή το οποίο μένει αναξιοποίητο.

Τα συμπεράσματα αυτά έρχονται σε συμφωνία με παλαιότερες μελέτες και ειδικότερα με αυτές των Παπαδασκαλόπουλου και Χριστοφάκη (2004) και Πετράκου και Ψυχάρη (2004) που υπογράμμισαν την ιδιαίτερη δυναμική που παρουσιάζει η Αττική και οι νησιωτικές περιφέρειες σε σχέση με τις άλλες περιοχές της χώρας. Το πρόβλημα γίνεται ακόμα πιο οξύ αν συνυπολογιστούν οι αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στο σύνολο των περιφερειών της χώρας, καθώς και η απόκλιση τους από την δυναμική των περισσότερων περιφερειών της ΕΕ.

Σε αυτό το πλαίσιο λοιπόν, πρέπει να εφαρμοστούν πολιτικές και στρατηγικές που θα θέσουν ως κύριο στόχο την μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων και τη δημιουργία συγκριτικών πλεονεκτημάτων στις περιοχές που βρίσκονται σε υστέρηση (Πετράκος και Ψυχάρης, 2004). Μια από αυτές τις πολιτικές είναι η ανάπτυξη και η υποστήριξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού, ειδικώς σε περιφέρειες που παρουσιάζουν μειωμένη αναπτυξιακή δυναμική, όπως είναι αυτή της Ηπείρου. Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι ο τουρισμός είναι ένα κατεξοχήν χωρικό φαινόμενο αποτελώντας έτσι μια πρόταση αναδιοργάνωσης του χώρου με σκοπό την βελτίωση της κοινωνικής και οικονομικής ευημερίας (Τουφεγγοπούλου, 2014).

Παράλληλα, η ανάλυση έδειξε ότι υπάρχουν κρίσιμες ανισότητες στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα. Τέσσερις περιοχές της χώρας (Κρήτη, Κουλάδες, Ιόνια Νησιά, Δωδεκάνησα) παρουσιάζουν σημαντικά μεγαλύτερη δυναμική σε σχέση με τις άλλες, στοιχείο που γεννάει έντονο προβληματισμό σχετικά με τη συμμετρικότητα και τη δικαιοσύνη συνολικά της οικονομικής ανάπτυξης στην Ελλάδα. Σε αυτό το πλαίσιο, είναι επιτακτική ανάγκη να ενισχυθεί η βιωσιμότητα και η ανθεκτικότητα του κλάδου.

Η έμφαση στις εναλλακτικές και ήπιες μορφές τουρισμού μπορεί να βοηθήσει σημαντικά τις περιοχές που βρίσκονται σε υστέρηση να ενισχύσουν την αναπτυξιακή τους δυναμική και να περιορίσουν τον βαθμό συγκέντρωσης της τουριστικής προσφοράς. Τα οφέλη του βιώσιμου τουρισμού σχετίζονται με την επίτευξη μακροχρόνιας και σταθερής οικονομικής ανάπτυξης μέσω της στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, της ανάδειξης και προώθησης της πολιτιστικής ταυτότητας των τουριστικών προορισμών και της προστασίας των φυσικών τους πόρων. Συνεπώς, η απρογραμμάτιστη τουριστική ανάπτυξη που οδηγεί στην άδικη κατανομή των οικονομικών οφελών της και στην επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος πρέπει να αντικατασταθεί από την εφαρμογή στρατηγικά σχεδιασμένων πολιτικών βιώσιμου τουρισμού, οι οποίες οδηγούν στην τοπική οικονομική ανάπτυξη μέσα από την αξιοποίηση των ενδογενών δυνάμεων του κάθε προορισμού.

11.1.2 Παράγοντες επιτυχίας (success factors) για την ανάπτυξη του ορεινού βιώσιμου τουρισμού στην Ήπειρο από την πλευρά της ζήτησης και επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών σε αυτούς (ερευνητικά ερωτήματα 2 και 3)

Ο βιώσιμος τουρισμός και η περιφερειακή ανάπτυξη είναι στενά συνυφασμένες έννοιες που τονίζουν τη σημασία εφαρμογής υπεύθυνων και περιβαλλοντικά φιλικών τουριστικών πρακτικών για την ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας σε τοπικό επίπεδο (Nicula et al., 2013; Dimitrovski et al., 2012; Nepal, 2005; Novelli et al., 2006; Poitras και Donald, 2006; Cater, 2017; Strom και Kerstein, 2015; Maekawa et al., 2013; Singh και Mishra, 2004; Boatto et al., 2013; Banki et al., 2016; Gugushvili et al., 2017). Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο βιώσιμος τουρισμός απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και διαχείριση ώστε να διασφαλιστεί ότι τα οφέλη του μεγιστοποιούνται, ενώ παράλληλα ελαχιστοποιούνται οι αρνητικές επιπτώσεις, όπως ο υπερτουρισμός, η περιβαλλοντική υποβάθμιση και η πολιτιστική εμπορευματοποίηση. Για να επιτευχθούν όμως όλα τα παραπάνω, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να διερευνηθούν οι παράγοντες επιτυχίας (success factors) και οι στρατηγικές που μπορούν να οδηγήσουν επιτυχώς στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Συνδέοντας τη θεωρία με την εμπειρική της εφαρμογή, τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας πρώτον έδειξαν ότι τα συνολικά επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο ήταν ιδιαίτερα υψηλά στοιχείο που μπορεί να αποτελέσει «αφετηρία» για το σχεδιασμό της μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Ειδικότερα, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός κρίσιμων παραγόντων ζήτησης που αναφέρονται στη βιβλιογραφία, στους οποίους οι επισκέπτες επέδειξαν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης. Αυτοί οι παράγοντες συνθέτουν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του προορισμού της Ηπείρου και πάνω σε αυτά πρέπει να στηριχτεί η προσπάθεια βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Αυτοί οι παράγοντες ήταν το φυσικό περιβάλλον και η συνολικότερη επαφή με τη φύση, τα τοπικά προϊόντα (διατροφής και μη), η γαστρονομία που χρησιμοποιεί τοπικές συνταγές, η ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών σε συνδυασμό με τη διαμονή σε εναλλακτικά καταλύματα, η πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού, η ποιότητα συνολικά των τουριστικών υπηρεσιών και υποδομών, η επαφή με νέες κουλτούρες, η ασφάλεια και η αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας. Όλες οι παραπάνω πτυχές υπογραμμίστηκαν και στη βιβλιογραφία από ερευνητές όπως οι Margaryan και Fredman (2017); Banki και Ismail (2015); Nepal και Chipeniuk (2005); Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006); Boatto et al. (2013); Galloway et al. (2013); Alebaki et al., (2015); Byrd et al., (2016); Hall et al., (2003); Cohen και Ben-Nun (2009); Jones et al., (2015); Singh και Mishra (2004); Nepal (2002); Bentley et al., (2007).

Παρατηρείται λοιπόν ότι οι βασικοί παράγοντες πάνω στους οποίους μπορεί να στηριχτεί η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη ορεινών περιοχών, όπως αυτή της Ηπείρου, αφορά κατά κύριο λόγο πολιτιστικά και περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά τα οποία συνδέονται στενά, αλλά και διαμορφώνουν, τον χαρακτήρα του εκάστοτε προορισμού. Η αλληλεπίδραση μεταξύ αυτών των πολιτιστικών και περιβαλλοντικών στοιχείων είναι κρίσιμη. Η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί συχνά να εξαρτάται από την ποιότητα του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, γεωργικές ή/και κτηνοτροφικές πρακτικές που αποτελούν μέρος της πολιτιστικής ταυτότητας της Ηπείρου είναι στενά συνδεδεμένες με το φυσικό τοπίο. Ομοίως, η φυσική ομορφιά της περιοχής μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητα των πολιτιστικών χώρων, των

φεστιβάλ και των τοπικών παραδόσεων. Εν συντομία, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σε ορεινές περιοχές όπως η Ήπειρος συνδέεται εγγενώς με μια συμβιωτική σχέση μεταξύ της πολιτιστικής κληρονομιάς και της περιβαλλοντικής διαχείρισης. Αναγνωρίζοντας και προωθώντας αυτή τη σχέση, οι περιοχές αυτές μπορούν να αναπτύξουν τουριστικά μοντέλα που όχι μόνο προσελκύουν επισκέπτες αλλά και διατηρούν και ενισχύουν τον χαρακτήρα και την ακεραιότητα του προορισμού.

Από τη άλλη πλευρά, η έρευνα ανέδειξε αρκετά πεδία που χρειάζονται βελτίωση στην αναπτυξιακή τουριστική προσπάθεια της Ηπείρου. Τα πεδία αυτά αφορούσαν παράγοντες ζήτησης όπως η οργάνωση φεστιβάλ και πολιτιστικών εκδηλώσεων που αναδεικνύουν τον χαρακτήρα του προορισμού, η δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και το επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό, το επίπεδο των τιμών και η ύπαρξη προσφορών, εκπαιδευτικών κουπονιών και άλλων κοινωνικών παροχών, το επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή σε συνδυασμό με τα σημεία ενημέρωσης επισκεπτών και τη διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή και τέλος την κατάσταση των δρόμων εντός του προορισμού. Σε γενικές γραμμές, τα πεδία προς βελτίωση αφορούν τρεις βασικούς άξονες, οι οποίοι αναδεικνύουν και τη σύνθετη φύση των τουριστικών υπηρεσιών: α) βασικές υποδομές (υγειονομική περίθαλψη και δρόμοι), β) τιμολογιακή πολιτική και κόστος και γ) ευρύτερη πληροφόρηση των ταξιδιωτών πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Η σημασία αυτών των παραγόντων είχε υπογραμμιστεί και στις εμπειρικές μελέτες των Getz και Brown (2006); Hall et al.,(2003); Boatto et al. (2013); Galloway et al. (2013); Cohen και Ben-Nun (2009); Cater (2017); Novelli et al., (2006). Το φάσμα προτάσεων για την ενίσχυση της τουριστικής δυναμικής της Ηπείρου πρέπει να δώσει έμφαση σε αυτούς τους τρεις άξονες με στόχο τη συνολική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Εστιάζοντας σε αυτούς τους τομείς, η περιοχή μπορεί να ενισχύσει την ελκυστικότητά της, να προσφέρει καλύτερη εμπειρία στους τουρίστες και να προωθήσει τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα.

Παράλληλα, υπάρχουν παράγοντες ζήτησης στους οποίους η Ήπειρος έχει «πλεόνασμα», δηλαδή η ικανοποίηση των τουριστών σε αυτούς υπερβαίνει τη σημαντικότητα τους. Αυτοί οι παράγοντες συνεχίζουν να δρουν αποτελεσματικά,

αλλά φαίνεται ότι δεν απαιτούν περαιτέρω υποστήριξη για να ενισχύσουν τον προφίλ του προορισμού της Ηπείρου. Πιο συγκεκριμένα, αυτές οι πτυχές, οι οποίες υπογραμμίστηκαν και από τους Cater (2017); Malik και Bhat (2015); Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006); Johnsen et al. (2008); Nepal και Chipeniuk (2005); Galloway et al. (2013); Margaryan και Fredman (2017); Alebaki et al., (2015); Sheppard και Williams (2016), αφορούν την επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία, τη φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων, τη χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών, το εύρος των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, τις μετεωρολογικές συνθήκες και το κλίμα, τις δυνατότητες κοινωνικοποίησης και τη φήμη του προορισμού.

Τέλος, υπάρχουν και παράγοντες ζήτησης που φαίνεται ότι είναι λιγότερο σημαντικοί στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου. Αυτοί είναι τα μέτρα ασφαλείας κατά του COVID 19, οι τεχνολογικές υποδομές, η νυχτερινή ζωή, οι αθλητικές δραστηριότητες και οι δραστηριότητες για παιδιά, η παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους επισκέπτες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.) και τα εστιατόρια με γκουρμέ μενού. Σε αντίθεση με τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, μελέτες όπως αυτές των Borseková et al., (2016); Nepal και Chipeniuk (2005); Rendleman et al. (2016); Banki και Ismail (2015); Papadimitriou και Gibson (2008); Getz και Brown (2006); Byrd et al. (2016); Novelli et al., (2006); Galloway et al. (2013) θεωρούν τους προαναφερθέντες παράγοντες ως σημαντικούς. Αναλύοντας περεταίρω τους παραπάνω παράγοντες και ξεκινώντας με τον COVID 19, παρατηρείται ότι τέσσερα χρόνια μετά την εμφάνιση της πανδημίας η κοινωνία, και συνολικότερα η τουριστική αγορά, είναι έτοιμη να επανέλθει στην πρότερη κατάσταση, χωρίς όμως αυτό να μπορεί να θεωρηθεί και θέσφατο. Πιθανές άλλες υγειονομικές κρίσεις στο μέλλον να υπογραμμίσουν ξανά την ευθραυστότητα του τουρισμού. Οι τεχνολογικές υποδομές δεν φαίνεται να επηρεάζουν τις προθέσεις των τουριστών, ενώ η νυχτερινή ζωή πιθανώς να αφορά προορισμούς μαζικού τουρισμού.

Επιπρόσθετα, ένα σημείο άξιο αναφοράς είναι ότι η ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου ή η καλύτερη αεροπορική συνδεσιμότητα δεν θεωρήθηκε ως ιδιαίτερα σημαντική. Όμως, περίπου το 90 % των συμμετεχόντων επισκέφθηκε την Ήπειρο με ιδιωτικό αυτοκίνητο και μόλις ένα 2 % με αεροπλάνο. Για τους συμμετέχοντες που

ήρθαν ήδη με το δικό τους αυτοκίνητο πιθανώς να μην είναι σημαντική η αεροπορική συνδεσιμότητα, αλλά αυτό το εύρημα δεν μπορεί να γενικευθεί με ασφάλεια. Επιπλέον, το δείγμα της παρούσας έρευνας περιλάμβανε Έλληνες τουρίστες και η επαρκής αεροπορική σύνδεση αφορά κατά κύριο λόγο τις ξένες αγορές και τους αλλοδαπούς επισκέπτες.

Αλλά στοιχεία της συμπεριφοράς των τουριστών της Ηπείρου που είναι άξια αναφοράς είναι ότι αποτελεί έναν κατεξοχήν ορεινό προορισμό δεδομένου ότι η συντριπτική πλειοψηφία των επισκεπτών επισκέπτεται περιοχές όπως τη ίδια την πόλη των Ιωαννίνων, τα Ζαγοροχώρια και το Μέτσοβο. Μικρότερη είναι η επισκεψιμότητα των Τζουμέρκων, παρόλο τις πολλαπλές επιλογές που προσφέρουν. Η διάρκεια παραμονής στη Ήπειρο είναι σχετικά μικρή (5 ημέρες), ενώ η κατά κεφαλή δαπάνη κινείται σε μέτρια επίπεδα. Τέλος, οι επισκέπτες επιλέγουν κατά κύριο ως κατάλυμα παραδοσιακούς ξενώνες, οι οποίοι είναι εναρμονισμένοι με τον πολιτιστικό χαρακτήρα της περιοχής.

11.1.3 Διαστάσεις ικανοποίησης των επισκεπτών από την εμπειρία τους στην Ήπειρο (ερευνητικό ερώτημα 3).

Η έρευνα ακόμα έδειξε ότι υπάρχουν συγκεκριμένες διαστάσεις που καθορίζουν τη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών από την τουριστική τους εμπειρία στην Ήπειρο. Αυτές είναι η πολιτιστική διάσταση, οι δραστηριότητες, η γαστρονομία, το φυσικό περιβάλλον, η ποιότητα των υπηρεσιών και οι υγειονομικοί παράγοντες. Κάθε μια από αυτές τις διαστάσεις διαμορφώνεται και περιλαμβάνει συγκεκριμένο αριθμό παραγόντων με ιδιαίτερη σημασία για τη χάραξη πολιτικών ανάπτυξης του βιώσιμου τουρισμού. Για παράδειγμα, η πολιτιστική διάσταση περιλαμβάνει έξι στοιχεία όπως η επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες, η πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού, τα καταλύματα σε εναλλακτικές τοποθεσίες, τα τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής), τα αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία και οι παραδοσιακοί οικισμοί με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής. Η διάσταση της Γαστρονομίας περιλαμβάνει παράγοντες όπως το φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις, ενώ η διάσταση του Φυσικού περιβάλλοντος αφορά τη συνολική ομορφιά της φύσης και

την επαφή με αυτή. Η διάσταση των δραστηριοτήτων απαρτίζεται από παράγοντες όπως το εύρος των τουριστικών δραστηριοτήτων, η γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες και οι αθλητικές δραστηριότητες. Ακόμα, η διάσταση των υγειονομικών παραγόντων αφορά τη δυνατότητα της νοσοκομειακής περίθαλψης στον προορισμό, την καθαριότητα των χώρων και την τήρηση μέτρων κατά του COVID 19. Τέλος, η διάσταση της ποιότητας αφορά την ποιότητα τριών παραγόντων και ειδικότερα των τουριστικών υποδομών των τουριστικών υπηρεσιών και των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.

Όλοι οι παραπάνω παράγοντες, διαμορφώνουν και επηρεάζουν τα επίπεδα συνολικής ικανοποίησης των τουριστών στην Ήπειρο, η οποία συνδέεται και οδηγεί σε θετικές μελλοντικές στάσεις και συμπεριφορές των επισκεπτών. Αυτές οι στάσεις αφορούν την επανάληψη της επίσκεψης στην περιοχή για τουριστικούς λόγους και τη θετική σύσταση σε άτομα του ευρύτερου περιβάλλοντος των τουριστών σχετικά με την τουριστική εμπειρία της Ηπείρου. Ακολουθώντας λοιπόν τα υποδείγματα των Yoon & Uysal (2005); Lee (2009); Taher et al (2015); Lee & Hsu (2011); Lee, Jeon & Kim (2011); Alegre & Cladera (2009) η συνολική ικανοποίηση οδηγεί στην πιστότητα των επισκεπτών και προσφέρει γόνιμο έδαφος για την ανάπτυξη στρατηγικών σχεσιακού μάρκετινγκ προσαρμοσμένων στον τουρισμό.

11.1.4 Σχέσεις κινήτρων και επίπεδων ικανοποίησης των τουριστών από την επίσκεψή τους στην Ήπειρο (ερευνητικό ερώτημα 4)

Ομοίως, βρέθηκαν και σχέσεις ανάμεσα στα κίνητρα και την ικανοποίηση των τουριστών. Δηλαδή σχέσεις ανάμεσα σε αυτά που θεωρούν σημαντικά οι τουρίστες πριν κάνουν οποιοδήποτε ταξίδι σε οποιοδήποτε προορισμό και στην ικανοποίηση τους από την εμπειρία τους στην Ήπειρο. Σε αυτό το πλαίσιο, βρέθηκε ότι η συνολική ικανοποίηση από το ταξίδι στην Ήπειρο επηρεάζεται θετικά από κίνητρα όπως οι πολιτιστικοί παράγοντες, το φυσικό περιβάλλον και η πρόσβαση στον προορισμό. Η διάσταση του πολιτισμού περιλαμβάνει επτά παράγοντες, όπου σε αυτή την περίπτωση είναι: η επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες, η πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού, τα καταλύματα σε εναλλακτικές τοποθεσίες, τα τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα

διατροφής), τα αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία, οι παραδοσιακοί οικισμοί με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής και η διοργάνωση φεστιβάλ που υπογραμμίζουν τα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού. Τα κίνητρα που συνδέονται με το φυσικό περιβάλλον περιλαμβάνουν τέσσερις παράγοντες όπως επαφή με τη φύση, ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος, προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς και οι ευκαιρίες για δραστηριότητες στην ύπαιθρο. Τέλος, η διάσταση της πρόσβασης αφορά τη ευκολία πρόσβασης στον προορισμό, την κατάσταση των δρόμων στον προορισμό και την μεταφορά των τουριστών εντός του.

Αντιπαραθέτοντας και συνθέτοντας τα δυο μοντέλα που περιεγράφηκαν παραπάνω (διαστάσεων ικανοποίησης και κινήτρων-ικανοποίησης) αναδεικνύεται η σημασία πρώτον του πολιτισμού και δεύτερον του φυσικού περιβάλλοντος στην προσπάθεια εφαρμογής πολιτικών βιώσιμου τουρισμού. Εστιάζοντας στον θέμα του πολιτισμού, φαίνεται ότι η πολιτιστική ταυτότητα μιας περιοχής αποτελεί κρίσιμο στοιχείο για την ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων, καθώς παρέχει μια αυθεντική εμπειρία που δεν μπορεί να αναπαραχθεί αλλού. Η ξεχωριστή πολιτιστική ταυτότητα, που αποτελείται από τοπικές παραδόσεις, έθιμα, ιστορία, αρχιτεκτονική κτλ. χρησιμεύει ως ακρογωνιαίος λίθος για την προσέλκυση τουριστών που αναζητούν ουσιαστικές και εμπλουτισμένες εμπειρίες. Ο βιώσιμος τουρισμός αξιοποιεί αυτή την πολιτιστική μοναδικότητα για να προωθήσει όχι μόνο τον προορισμό αλλά και τη διατήρηση των πολιτιστικών του αγαθών.

Φαίνεται επίσης ότι όταν οι τουρίστες ασχολούνται με τις πολιτιστικές πτυχές μιας περιοχής, τους προσφέρεται μια βαθύτερη κατανόηση του τοπικού τρόπου ζωής, η οποία προάγει το σεβασμό και την εκτίμηση για την κληρονομιά της κοινότητας. Αυτή η αλληλεπίδραση υπερβαίνει την επιφανειακή περιήγηση στα αξιοθέατα, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε τοπικά φεστιβάλ, γαστρονομικές εμπειρίες, εργαστήρια χειροτεχνίας και ιστορικές περιηγήσεις, τα οποία εδράζονται στην πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής. Παράλληλα, τέτοιες δραστηριότητες παρέχουν οικονομικά οφέλη απευθείας στην τοπική κοινότητα, διασφαλίζοντας ότι ο τουρισμός υποστηρίζει τη διατήρηση των πολιτιστικών πρακτικών και παρέχει μέσα διαβίωσης στους κατοίκους.

Όπως αναφέρθηκε νωρίτερα, η ενσωμάτωση της πολιτιστικής ταυτότητας στις τουριστικές δραστηριότητες συμβάλλει στη διατήρηση της αυθεντικότητας του προορισμού. Οι αυθεντικές εμπειρίες αναζητούνται όλο και περισσότερο από τους σύγχρονους ταξιδιώτες που είναι επιφυλακτικοί απέναντι στις εμπορευματοποιημένες και ομογενοποιημένες τουριστικές προσφορές. Με την ανάδειξη των μοναδικών πολιτιστικών στοιχείων μιας περιοχής, οι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη του τουρισμού μπορούν να δημιουργήσουν ένα διαφοροποιημένο και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν. Αυτό όχι μόνο προσελκύει περισσότερους επισκέπτες, αλλά ενθαρρύνει τις επαναλαμβανόμενες επισκέψεις και τις θετικές συστάσεις από στόμα σε στόμα.

Ακόμη, ο βιώσιμος τουρισμός που δίνει έμφαση στην πολιτιστική ταυτότητα συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Δημιουργεί ένα οικονομικό κίνητρο για τη συντήρηση και αποκατάσταση ιστορικών χώρων, την υποστήριξη τοπικών τεχνών και παραδόσεων και την καταγραφή άυλων πολιτιστικών πρακτικών. Τα έσοδα που παράγονται από τον τουρισμό μπορούν να επανεπενδυθούν σε έργα πολιτιστικής διατήρησης, διασφαλίζοντας ότι η πολιτιστική κληρονομιά θα διαφυλαχθεί για τις μελλοντικές γενιές. Ωστόσο, η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας είναι το κλειδί σε αυτή τη διαδικασία. Οι μόνιμοι κάτοικοι θα πρέπει να συμμετέχουν ενεργά στην ανάπτυξη και τη διαχείριση των τουριστικών δραστηριοτήτων, διασφαλίζοντας ότι ο πολιτισμός τους εκπροσωπείται με ακρίβεια και σεβασμό. Αυτή η συμμετοχική προσέγγιση όχι μόνο ενδυναμώνει την κοινότητα αλλά και εμπλουτίζει την τουριστική εμπειρία με γνήσιες γνώσεις και αλληλεπιδράσεις.

Συμπερασματικά, η πολιτιστική ταυτότητα μιας περιοχής είναι θεμελιώδης για την ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων. Προωθεί βαθύτερους δεσμούς μεταξύ των τουριστών και του προορισμού, υποστηρίζει οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινότητες και βοηθά στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

11.1.5 Διαφοροποιήσεις στα κίνητρα των τουριστών ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (ερευνητικό ερώτημα 5)

Η έρευνα ακόμα έδειξε σημαντικές διαφοροποιήσεις στα τουριστικά κίνητρα των συμμετεχόντων ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά. Πιο συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν με βάση το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση και το μορφωτικό επίπεδο. Αντίθετα, μικρότερη ήταν η επίδραση του μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος.

Καταρχάς, οι γυναίκες επιδεικνύουν σημαντικά θετικότερες προθέσεις για ταξίδια τουριστικού χαρακτήρα σε σχέση με τους άντρες. Σε αυτό το πλαίσιο, δίνουν πολύ μεγαλύτερη σημασία στα πολιτιστικά χαρακτηριστικά του εκάστοτε προορισμού, στα ζητήματα ποιότητας των υπηρεσιών και των υποδομών, στην ευκολία πρόσβασης, στη δυνατότητα πληροφόρησης πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, σε θέματα κόστους και σε υγειονομικά ζητήματα (δυνατότητα περίθαλψης στον προορισμό, κτλ.). Φαίνεται ότι η συμπεριφορά των γυναικών είναι η «κινήτριος δύναμη» της εγχώριας τουριστικής αγοράς, παρακινώντας πιθανώς και τα άλλα μέλη των οικογενειών τους για την πραγματοποίηση ταξιδιών.

Όσον αφορά την ηλικία, βρέθηκε ότι οι τουρίστες που ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία των 40-49 ετών δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην κοινωνικοποίηση και την ποιότητα των υπηρεσιών. Από την άλλη πλευρά, όσο πιο νεαρή είναι η ηλικία των τουριστών τόσο μεγαλύτερη βαρύτητα δίνεται στον παράγοντα φυσικό περιβάλλον, κάτι το οποίο είναι λογικό γιατί τα άτομα νεότερης ηλικίας μπορούν να κάνουν και περισσότερες δραστηριότητες. Τα νεαρά άτομα (18-30 ετών) επίσης είναι αυτά που δίνουν και μεγαλύτερη σημασία στο θέμα του κόστους του ταξιδιού, πιθανώς γιατί έχουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους. Τέλος, καθώς η ηλικία των τουριστών ανεβαίνει, δίνεται και μεγαλύτερη έμφαση στους υγειονομικούς παράγοντες του προορισμού (δυνατότητα περίθαλψης, τήρηση των κανόνων υγιεινής, κτλ.).

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση, τα παραμετρικά τεστ έδειξαν ότι οι παντρεμένοι με παιδιά εστιάζουν σε παράγοντες όπως οι δυνατότητες κοινωνικοποίησης, η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και υποδομών, οι δυνατότητες νοσοκομειακής ή/και ιατρικής περίθαλψης στον προορισμό και σε

παράγοντες που σχετίζονται με τη γαστρονομία. Αντίθετα, οι άγαμοι δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στους πολιτιστικούς παράγοντες.

Κλείνοντας με το μορφωτικό επίπεδο, η έρευνα έδειξε ότι οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα σε διαστάσεις όπως η ποιότητα των υπηρεσιών, πολιτιστικοί παράγοντες του προορισμού, γαστρονομία και πληροφόρηση. Από την άλλη πλευρά, οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης εστιάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό στο κόστος και στους υγειονομικούς παράγοντες.

Οι διαφοροποιήσεις στα κίνητρα των τουριστών αναδεικνύουν την ανάγκη εφαρμογής στρατηγικών διαφοροποιημένου τουριστικού μάρκετινγκ, προσαρμοσμένου στις ιδιαιτερότητες και τα χαρακτηριστικά του εκάστοτε τουριστικού προορισμού. Προσαρμόζοντας τις στρατηγικές μάρκετινγκ ώστε να ευθυγραμμίζονται με τα τοπικά χαρακτηριστικά και την ελκυστικότητα κάθε προορισμού, οι τουριστικοί φορείς μπορούν να στοχεύουν και να προσελκύουν αποτελεσματικότερα τα επιθυμητά τμήματα τουριστών. Αυτή η προσέγγιση διασφαλίζει ότι οι προσπάθειες προώθησης έχουν απήχηση στο κοινό που προορίζεται, οδηγώντας σε μεγαλύτερη ικανοποίηση και σε επαναλαμβανόμενες επισκέψεις.

Συνολικά, η αναγνώριση και η αξιοποίηση των διαφορετικών κινήτρων των τουριστών επιτρέπει μια στρατηγική και αποτελεσματική προσέγγιση destination marketing, διασφαλίζοντας ότι τα μοναδικά τοπικά χαρακτηριστικά κάθε προορισμού επικοινωνούνται και αξιοποιούνται.

11.1.6 Διαφοροποιήσεις στα επίπεδα ικανοποίησης των τουριστών από την εμπειρία τους στην Ήπειρο ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά (ερευνητικό ερώτημα 6)

Αντίθετα με τα κίνητρα, τα επίπεδα ικανοποίησης των επισκεπτών δεν διαφοροποιήθηκαν σημαντικά με βάση τα δημογραφικά τους στοιχεία. Στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν κυρίως με βάση το φύλο και λιγότερο με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης. Ειδικότερα, οι γυναίκες επέδειξαν μεγαλύτερα επίπεδα ικανοποίησης από την τουριστική τους εμπειρία στην Ήπειρο σε σχέση με τους

άντρες. Η ικανοποίηση τους αυτή αφορούσε τους πολιτιστικούς παράγοντες, τη δυνατότητα δραστηριοτήτων και την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών/υποδομών. Ακόμα, και πιθανώς ως επέκταση των παραπάνω, οι γυναίκες ήταν και συνολικά πιο ικανοποιημένες από την τουριστική τους εμπειρία τους στην Ήπειρο καθώς και θετικότερα διακείμενες να επισκεφθούν ξανά την περιοχή στο μέλλον και να τη συστήσουν σε άτομα του κοινωνικού τους περίγυρου.

Όσον αφορά την εκπαίδευση, τα άτομα με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι δευτεροβάθμιας) ήταν πιο ικανοποιημένα σε ζητήματα που αφορούσαν την πρόσβαση και το φυσικό περιβάλλον, ενώ οι τουρίστες που ήταν κάτοχοι διδακτορικού στα ίδια πεδία εμφάνισαν τα χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης. Πιθανώς οι τελευταίοι να υιοθετούν και μια πιο κριτική στάση απέναντι στους προορισμούς που επισκέπτονται και τις υπηρεσίες που λαμβάνουν σε αυτούς. Και πάλι όμως οι διαφοροποιήσεις δεν ήταν μεγάλες.

Σε γενικές γραμμές, τα επίπεδα ικανοποίησης από την τουριστική εμπειρία της Ηπείρου δεν διαφοροποιήθηκαν ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών. Παρόλο που οι τουρίστες έχουν διαφορετικά κίνητρα η συνολική τους ικανοποίηση από την επίσκεψη στην Ήπειρο ήταν υψηλή και «ομοιόμορφη», δείχνοντας έτσι, για ακόμα μια φορά, τη δυναμική που έχει ο συγκεκριμένος προορισμός για μελλοντική τουριστική ανάπτυξη. Φαίνεται ότι η Ήπειρος διαθέτει μια ισχυρή βάση αξιοθέατων, υπηρεσιών και εμπειριών που βρίσκουν θετική ανταπόκριση σε ένα ευρύ φάσμα τουριστών. Είτε οι επισκέπτες έρχονται για τις φυσικές ομορφιές της περιοχής, την πολιτιστική κληρονομιά, τις δραστηριότητες περιπέτειας ή τις ευκαιρίες χαλάρωσης, φεύγουν με θετικές εντυπώσεις.

Αυτή η σταθερή ικανοποίηση σε όλες τις δημογραφικές ομάδες υπογραμμίζει την ικανότητα της Ηπείρου να ανταποκρίνεται και να υπερβαίνει τις προσδοκίες των διαφόρων τουριστικών τμημάτων. Δείχνει ότι η περιοχή ανταποκρίνεται με επιτυχία σε ένα ευρύ φάσμα προτιμήσεων και ενδιαφερόντων, καθιστώντας την έναν ευέλικτο και ελκυστικό προορισμό για διαφορετικούς τύπους ταξιδιωτών. Δεδομένης αυτής της σταθερής βάσης ικανοποίησης, η Ήπειρος έχει σημαντικές δυνατότητες για μελλοντική τουριστική ανάπτυξη. Συνεχίζοντας να βελτιώνει τις προσφορές της και

προωθώντας στρατηγικά τα μοναδικά χαρακτηριστικά της, η περιοχή μπορεί να προσελκύσει ακόμη περισσότερους επισκέπτες και να επιτύχει βιώσιμη ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού.

11.1.7 Βέλτιστες πρακτικές (best practices) στο πλαίσιο του Στρατηγικού Σχεδιασμού που αφορούν τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και μπορούν να εφαρμοστούν στην Ήπειρο (ερευνητικό ερώτημα 7).

Η στρατηγική και ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι έννοιες, οι οποίες βοηθούν περιοχές και οργανισμούς να χαράξουν τη μελλοντική τους πορεία, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες, τις ευκαιρίες και τις απειλές που υπάρχουν στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται (Johnson et al., 2008; McDonald, 1999; Μεταξάς και Λαλένης, 2006; Fifield, 2007; Kotler και Keller, 2006). Υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του στρατηγικού σχεδιασμού και της περιφερειακής ανάπτυξης. Η ανάπτυξη αυτή αντανακλάται σε οικονομικούς, κοινωνικούς, χωροταξικούς και περιβαλλοντικούς όρους, καθώς και σε νομοθετικές και διαχειριστικές βελτιώσεις, υποδεικνύοντας την αναγκαιότητα υιοθέτησης των αρχών του ΣΣ από τους εγχώριους εθνικούς και τοπικούς φορείς (Jamhawi and Hajahjah, 2017; Lemos et al., 2012; Angelevska-Najdeska and Rakicevik, 2012; Risteskia et al., 2012; Kamble και Bouchon, 2014; Sotiriadis, 2015; Metaxas, 2006; Carisle et al., 2016; Ladeiras et al., 2010; Bagautdinova et al., 2012). Επιπλέον, ο ΣΣ συμβάλλει στην καθιέρωση μιας κουλτούρας συνεργασίας μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, καθώς και στην εφαρμογή πρακτικών, οι οποίες θέτουν τον ανθρώπινο παράγοντα στο επίκεντρο του σχεδιασμού (Sotiriadis, 2015; Metaxas, 2006; Carisle et al., 2016; Ladeiras et al., 2010; Bagautdinova et al., 2012). Ωστόσο, υπάρχουν συγγραφείς που υπογράμμισαν τους περιορισμούς και τα εμπόδια του ΣΣ που πρέπει να ληφθούν υπόψη, τα οποία αφορούν την απλοϊκότητα των σχεδίων, τις συγκρούσεις μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, την εξυπηρέτηση οικονομικών συμφερόντων εις βάρος της κοινότητας, την περιορισμένη επιχειρησιακή χρησιμότητα σε θέματα διαχείρισης και την έλλειψη συμμετοχής των πολιτών στη διαδικασία του σχεδιασμού (Sotiriadis, 2015; Antonson et al., 2016).

Προϋπόθεση, όπως για κάθε επιστημονικό εργαλείο, είναι να χρησιμοποιείται με ανθρωποκεντρική προσέγγιση και με βάση το κοινό καλό. Με άλλα λόγια, είναι καθαριστικό με βάση ποιους στόχους και με ποιες προθέσεις χαράζεται ο σχεδιασμός. Αν τηρούνται οι παραπάνω προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει στη συλλογική ευημερία, στη μείωση των ανισοτήτων και στη δικαιότερη κατανομή του παραγόμενου πλούτου, προσφέροντας μια εναλλακτική προσέγγιση ανάπτυξης (Γαβριηλίδης, 2023).

Συνθέτοντας τα ευρήματα της πρωτογενούς έρευνας, τις ιδιαιτερότητες και τα μοναδικά χαρακτηριστικά της περιοχής της Ηπείρου, αλλά και τις βέλτιστες πρακτικές στο πλαίσιο του ΣΣ που αναφέρονται στη βιβλιογραφία και εφαρμόστηκαν σε άλλες περιοχές διαμορφώνεται ένα ευρύ φάσμα πολιτικών που μπορούν να συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Ηπείρου (βλέπε πίνακα 11.1)

Πίνακας 11.1: Βέλτιστες πρακτικές για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην περιφέρεια της Ηπείρου

Βέλτιστες πρακτικές	Πηγή
Μείωση της εποχικότητας. Σε αυτή την προσπάθεια ο ρόλος της εθνικής στρατηγικής τουρισμού είναι κρίσιμος.	Margaryan & Fredman (2017); Banki, Ismail & Muhammad (2016)
Προώθηση τοπικών προϊόντων διατροφής μέσω τουριστικών υπηρεσιών - Συνεργασία μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τοπικών παραγωγών τροφίμων. Ιδιαίτερα καθοριστική πρακτική, που απαιτεί τον από κοινού σχεδιασμό της εθνικής τουριστικής και γεωργικής πολιτικής.	Banki & Ismail (2015); Papadtmtrtou & Gibson (2008); Getz & Brown (2006); Galloway et al. (2013); Velissariou, & Vasilaki (2014)
Φεστιβάλ και εκδηλώσεις που προβάλλουν την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής. Η περίπτωση του φεστιβάλ «Μελιτζάζζ» στο Λεωνίδιο αποτελεί καλό παράδειγμα της συγκεκριμένης πρακτικής.	Getz & Brown (2006); Hall, Mitchell & Sharpies (2003); Boatto et al. (2013)
Φορολογικά μέτρα που ευνοούν την ανάπτυξη του τουρισμού στις ορεινές περιοχές.	Singh & Mishra (2004)

Ανάπτυξη εργαλείων για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας και των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον.	Qian et al. (2016); Nepal & Chipeniuk (2005)
Δημιουργία φορέα ή ινστιτούτων που θα διαχειρίζονται την τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή (Παρατηρητήριο Τουρισμού).	Sheppard & Williams (2016)
Αναζωογόνηση των παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων.	Nepal & Chipeniuk (2005)
Προστασία των φυσικών και υδάτινων πόρων: εκπαίδευση των πολιτών σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος.	Li, Ryan, & Cave (2016); Strom & Kerstein (2015); Nestorosk (2012)
Τμηματοποίηση της αγοράς και εστίαση σε συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών (Γυναίκες, Οικογένειες με παιδιά, κτλ.) - Αποφυγή των πρακτικών του μαζικού τουρισμού.	Nyaupani & Timothy (2010); Poitras & Donald (2006)
Ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ της ακαδημαϊκής κοινότητας και των τουριστικών επιχειρήσεων. Το Πανεπιστήμιο των Ιωαννίνων πρέπει να παίζει πρωτεύοντα ρόλο σε αυτή την πρακτική.	Bourdeau (2009); Rendleman et al. (2016)
Σύνδεση των τουριστικών δραστηριοτήτων με τη βελτίωση της ποιότητας ζωής στην κοινότητα. Αυτή η πρακτική θα συμβάλει στην προσέλκυση νέων στην περιοχή.	Strom & Kerstein (2015); Pyke al. (2016); Poitras & Donald (2006)
Δίκαιη κατανομή των οικονομικών ωφελειών του τουρισμού στους μόνιμους κατοίκους. Η λειτουργία των συνεταιριστικών επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα συμβάλλει προς αυτή την κατεύθυνση.	Li, Ryan, & Cave (2016); Qian et al. (2016); Chen & Li (2017)
Προστασία των δικαιωμάτων των κατοίκων της περιοχής.	Li, Ryan, & Cave (2016)
Ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στον τουρισμό μέσω της παροχής κινήτρων.	Kline et al. (2015); Nepal & Chipeniuk

	(2005); Johnsen et al. (2008); Sheppard & Williams (2016)
Απασχόληση άρτια εκπαιδευμένου προσωπικού, με την αξιοποίηση του υψηλού μορφωτικού επιπέδου των κατοίκων της Περιφερειακής Ενότητας Ιωαννίνων.	Borsekova, Va^na, Vitalisova (2016); Rendleman et al. (2016)
Έμφαση στην εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού.	Nicula, Spanu & Neagu (2013); Gugushvili, Saluk- vadze & Salukvadze (2017)
Υποστήριξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων (χρηματοδότηση, φορολογικά κίνητρα, συμβουλευτικές υπηρεσίες κ.λπ.). Το προτεινόμενο τουριστικό μοντέλο βασίζεται κατά κύριο λόγο στις ΜμΕ, που αποτελούν τη σημαντικότερη παραγωγική βάση στην Ελλάδα (ΕΛΣΤΑΤ, 2023).	Li, Ryan, & Cave (2016); Kline et al. (2015); Pyke et al. (2016)
Υποστήριξη επιχειρήσεων και επιχειρηματιών που αναπτύσσουν δραστηριότητες φιλικές προς το περιβάλλον. Σε αυτό πλαίσιο μπορεί να δοθούν κίνητρα για την τήρηση των κριτηρίων ESG ή/και για την εφαρμογή περιβαλλοντικών πιστοποιήσεων	Potts (2010)

Εξειδικεύοντας ακόμα περισσότερο τη δέσμη προτάσεων και πολιτικών στις οποίες πρέπει να εστιάσει ένα στρατηγικό σχέδιο που σκοπεύει στην τουριστική ανάπτυξη της Ηπείρου, ο πίνακας 11.2 παραθέτει πρακτικές που επικεντρώνονται στα τρία πεδία προς βελτίωση που αναδείχθηκαν από την παρούσα διατριβή (Μήτρα Σημαντικότητας /Ικανοποίησης, διάγραμμα 10.13), ήτοι: Πολιτισμός, Ενημέρωση Τουριστών, Τιμολογιακή Πολιτική.

Πίνακας 11.2: Πρακτικές για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην περιφέρεια της Ηπείρου εστιασμένες στα πεδία: Πολιτισμού, Ενημέρωσης Τουριστών, Τιμολογιακής Πολιτικής

Ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς	Τιμολογιακή Πολιτική	Ενημέρωση των επισκεπτών
Οργάνωση και προώθηση τοπικών φεστιβάλ, εκθέσεων παραδοσιακής μουσικής, χορού, κτλ.	Προσφορά προσιτών ταξιδιωτικών πακέτων που περιλαμβάνουν μεταφορά, διαμονή, γεύματα και πολιτιστικές εμπειρίες. Συνεργασία μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων για τη δημιουργία οικονομικά αποδοτικών επιλογών για τους τουρίστες.	Δημιουργία ολοκληρωμένων κέντρων πληροφόρησης επισκεπτών σε καίρια σημεία, όπως τα σημεία εισόδου στα Ιωάννινα και τα σημαντικότερα τουριστικά αξιοθέατα. Τα κέντρα αυτά θα παρέχουν χάρτες, φυλλάδια και λεπτομέρειες σχετικά με πολιτιστικούς χώρους, εκδηλώσεις και δραστηριότητες.
Ξεναγήσεις που εστιάζουν στην ιστορία, την αρχιτεκτονική και τις παραδόσεις της περιοχής. Επισκέψεις σε μουσεία, ιστορικά μνημεία (τζαμιά, συναγωγή, μοναστήρια, κτλ.) και εργαστήρια αργυροτεχνίας όπου οι επισκέπτες μπορούν να δουν την κατασκευή παραδοσιακών τεχνών.	Εκπτώσεις και προσφορές για έγκαιρες κρατήσεις, επισκέψεις εκτός εποχής και ομαδικά ταξίδια. Η προώθηση αυτών των προσφορών μπορεί να γίνει μέσω διαφόρων καναλιών μάρκετινγκ	Ανάπτυξη ψηφιακών πλατφόρμων και εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα που προσφέρουν ολοκληρωμένες πληροφορίες για την περιοχή, συμπεριλαμβανομένων των χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς, των εκδηλώσεων, των καταλυμάτων και των ταξιδιωτικών συμβουλών. Οι εφαρμογές θα περιλαμβάνουν επίσης διαδραστικούς χάρτες και προτεινόμενες διαδρομές.
Δημιουργία κέντρων πολιτιστικής κληρονομιάς που παρουσιάζουν την	Συνεργασίες με τοπικά εστιατόρια, καταστήματα και παρόχους υπηρεσιών για την προσφορά	Σαφής σήμανση και πίνακες πληροφοριών σε πολιτιστικούς και ιστορικούς χώρους.

ιστορία, τον πολιτισμό και τις παραδόσεις της περιοχής.	εκπτώσεων. Δημιουργία ενός τουριστικού πάσο που παρέχει εκπτώσεις και ειδικές προσφορές σε διάφορες τοπικές επιχειρήσεις.	
Χρήση του εργαλείου της αφήγησης με στόχο τη μετάδοση της πολιτιστικής κληρονομιά της Ηπείρου. Εκπαίδευση των ξεναγών να μοιράζονται ιστορίες που ζωντανεύουν τον πολιτιστικό πλούτο της περιοχής.	Δημιουργία τουριστικών πακέτων με στόχο την κάλυψη των αναγκών τουριστών με διαφορετικές οικονομικές δυνατότητες	
Διατήρηση και αποκατάσταση ιστορικών χώρων και κτιρίων. Η συνεργασία με τοπικές αρχές και διεθνείς οργανισμούς για τη χρηματοδότηση και την υποστήριξη αυτών των προσπάθειών είναι κρίσιμη.		
Οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, διαλέξεων και προγραμμάτων πολιτιστικών ανταλλαγών για τουρίστες. Τα προγράμματα αυτά μπορούν να προσφέρουν βαθύτερη γνώση του τοπικού πολιτισμού και της τοπικής κληρονομιάς, ενισχύοντας την εμπειρία του επισκέπτη.		

11.2 Ερευνητικοί Περιορισμοί της Διδακτορικής Διατριβής

Όπως κάθε έρευνα, έτσι και η παρούσα διατριβή αντιμετωπίζει κάποιους ερευνητικούς περιορισμούς. Πρώτον, η ποιότητα και η ακρίβεια των δευτερογενών πηγών δεδομένων, όπως οι κυβερνητικές στατιστικές και οι βάσεις δεδομένων για τον τουρισμό, μπορεί να διαφέρουν, οδηγώντας ενδεχομένως σε μεροληπτικά αποτελέσματα. Δεύτερον, ο δυναμικός χαρακτήρας του τουρισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης σημαίνει ότι ορισμένες μεταβλητές μπορεί να αλλάζουν γρήγορα, καθιστώντας δύσκολη την καταγραφή του πραγματικού τους αντίκτυπου με την πάροδο του χρόνου. Τρίτο, η μελέτη επικεντρώνεται ειδικά στην Περιφέρεια της Ηπείρου γεγονός που μπορεί να περιορίσει τη δυνατότητα γενίκευσης των ευρημάτων σε άλλες περιοχές με διαφορετικά χαρακτηριστικά και πλαίσια. Ομοίως, η διδακτορική διατριβή εξετάζει συγκεκριμένες μορφές βιώσιμου τουρισμού, οι οποίες ενδέχεται να μην είναι αντιπροσωπευτικές της ευρύτερης τουριστικής βιομηχανίας. Τα αποτελέσματα ενδέχεται να διαφέρουν σημαντικά με διαφορετικούς τύπους τουριστικών δραστηριοτήτων. Επιπρόσθετα, γεγονότα όπως πανδημίες, οικονομικές κρίσεις ή γεωπολιτικές εντάσεις μπορεί να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στα πρότυπα τουρισμού και την περιφερειακή ανάπτυξη, τα οποία μπορεί να μην λήφθηκαν πλήρως υπόψη στην παρούσα μελέτη.

Ακόμα, η ποσοτική έρευνα που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα διατριβή μπορεί να είναι αποτελεσματική στη μέτρηση των κινήτρων και των στάσεων των συμμετεχόντων, αλλά δεν προσφέρει κατανόηση σε βάθος στα υπό εξέταση επιστημονικά προβλήματα (Robson, 2007; Malhotra & Bricks, 2003; 2006). Επιπλέον, οι απόψεις και οι παραδοχές του ίδιου του ερευνητή ενδέχεται να επηρεάσουν το σχεδιασμό της μελέτης, την ερμηνεία των δεδομένων και τα συμπεράσματα. Παράλληλα, η ταχεία πρόοδος της τεχνολογίας μπορεί να αλλάξει το τοπίο του βιώσιμου τουρισμού και της περιφερειακής ανάπτυξης. Η μελέτη ενδέχεται να μην λαμβάνει πλήρως υπόψη την επιρροή των αναδυόμενων τεχνολογιών που δεν ήταν διαδεδομένες κατά τη διάρκεια της ερευνητικής περιόδου. Τέλος, τόσο τα κίνητρα των τουριστών όσο και η ικανοποίησή τους από την τουριστική εμπειρία στην Ήπειρο, πιθανώς να επηρεάζονται από παράγοντες που δεν αναφέρθηκαν στην παρούσα εργασία.

11.3 Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Σε σχέση και με τους ερευνητικούς περιορισμούς που παρουσιάστηκαν παραπάνω, οι προτάσεις για μελλοντικές έρευνες περιλαμβάνουν τα εξής:

- Μελλοντικές μελέτες μπορούν να εξετάσουν πώς εξελίσσεται ο αντίκτυπος του βιώσιμου τουρισμού και του στρατηγικού σχεδιασμού στην περιφερειακή ανάπτυξη με την πάροδο του χρόνου (διαχρονική ανάλυση). Αυτό μπορεί να βοηθήσει στον εντοπισμό τάσεων, μακροπρόθεσμων οφελών και πιθανών προκλήσεων.
- Άλλες διατριβές μπορούν να εξετάσουν πώς εξωτερικοί παράγοντες, όπως οικονομικές κρίσεις, αλλαγές πολιτικής ή παγκόσμιες τάσεις στον τουρισμό, επηρεάζουν τη σχέση μεταξύ ορεινού τουρισμού, στρατηγικού σχεδιασμού και περιφερειακής ανάπτυξης για μια παρατεταμένη περίοδο.
- Μελλοντικές διατριβές μπορούν να συγκρίνουν την Ήπειρο με άλλες περιοχές στην Ελλάδα, ή παρόμοιες ορεινές περιοχές της ΕΕ, με στόχο να εντοπίσουν κοινούς παράγοντες που επηρεάζουν τον βιώσιμο τουρισμό και την περιφερειακή ανάπτυξη. Στο ίδιο μήκος κύματος, μπορεί να πραγματοποιηθεί και σύγκριση τους αντικτύπου διαφορετικών μορφών βιώσιμου τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη.
- Άλλες μελέτες μπορούν να εξετάσουν τις αντιλήψεις, τη συμμετοχή και τη δεκτικότητα των τοπικών κοινοτήτων στις πρωτοβουλίες βιώσιμου τουρισμού και στις διαδικασίες στρατηγικού σχεδιασμού.
- Μελλοντικές διατριβές μπορούν να διερευνήσουν τον ρόλο των τεχνολογιών έξυπνου τουρισμού (π.χ. εφαρμογές για κινητά, εικονικές περιηγήσεις, IoT) στην ενίσχυση των βιώσιμων τουριστικών εμπειριών και τον αντίκτυπό τους στην περιφερειακή ανάπτυξη.
- Σχετικά με την ερευνητική μεθοδολογία, άλλες έρευνες μπορούν να χρησιμοποιήσουν συνδυαστικά και ποιοτικές ερευνητικές προσεγγίσεις με στόχο να παρέχουν βαθύτερες γνώσεις σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τον βιώσιμο ορεινό τουρισμό και την περιφερειακή ανάπτυξη.

11.4 Σύνοψη - Επίλογος

Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν να εξετάσει την αναπτυξιακή δυναμική της Ηπείρου σε συνδυασμό με τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την εφαρμογή πρακτικών βιώσιμου ορεινού τουρισμού στην περιοχή. Επιπρόσθετα, διερευνήθηκαν στρατηγικές πολιτικές που μπορούν να εφαρμοστούν σε ορεινές περιφέρειες, όπως αυτή της Ηπείρου, για να ενισχύουν την τοπική οικονομική και κοινωνική τους ανάπτυξη μέσα στο πλαίσιο των ήπιων μορφών τουρισμού.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το κοινωνικό και οικονομικό τοπίο στην Ήπειρο, καθώς και η φυσική ομορφιά και μοναδικότητα της περιοχής υποδηλώνουν ότι η ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων, σε συνδυασμό με την προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής, την καλλιέργεια προϊόντων διατροφής υψηλής ποιότητας και την ανάδειξη των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος της μπορούν να αποτελέσουν βασικούς μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης. Αυτό το οικονομικό μοντέλο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη διατήρηση των περιβαλλοντικών πόρων για τις μελλοντικές γενιές, ενισχύοντας μια πιο ανθρωποκεντρική φιλοσοφία για το πώς θα πρέπει να αναπτυχθούν οι κοινωνίες και οι κοινότητες. Η απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη, που οδηγεί στην άδικη κατανομή των οικονομικών της ωφελειών και στην επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος, πρέπει να αντικατασταθεί από στρατηγικά σχεδιασμένες πολιτικές εναλλακτικού τουρισμού που οδηγούν στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, αξιοποιώντας τις ενδογενείς δυνάμεις κάθε περιοχής. Συνολικά, το παράδειγμα μελέτης της περίπτωσης της Ηπείρου ανέδειξε τις αδυναμίες του παραγωγικού μοντέλου της Ελλάδας, οι οποίες, σε συνδυασμό με τη δημογραφική κρίση, την αναπτυξιακή υστέρηση και τις περιφερειακές ανισότητες, καθιστούν επιτακτική ανάγκη την αναζήτηση και εφαρμογή εναλλακτικών πολιτικών και στρατηγικών που θα οδηγήσουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Βιβλιογραφία:

Ελληνόγλωσση:

Αυγερινού - Κολώνια Σ., (1996). *Ειδικά Θέματα Αναπτυξιακού Σχεδιασμού*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Τμήμα Αρχιτεκτόνων, Τομέας Πολεοδομίας – Χωροταξίας, Αθήνα.

Αυγερινού Κολώνια, Σ., Σπυρόπουλος, Ι., Τουφεγγόπουλου, Α. (2014). Ο ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΚΑΙ ΣΤΗ ΜΙΚΡΗ ΚΛΙΜΑΚΑ. ΤΕΚΜΗΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ, στο Τουφεγγοπούλου, Α. (2014), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και αναδυόμενοι τουριστικοί προορισμοί. Ο ρόλος του σχεδιασμού στη χωρική τους διάρθρωση και οι προϋποθέσεις ανάπτυξής τους, Διδακτορική διατριβή: Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.

Γαβριηλίδης, Γ. (2023). Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός ως εργαλείο βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης και η εφαρμογή του στην Ελλάδα, *ΕΝΑ, Ινστιτούτο Εναλλακτικών Πολιτικών* (διαθέσιμο στο https://www.huffingtonpost.gr/entry/o-strategyikos-schediasmos-os-eryaleio-viosimes-topikes-anaptexes-kai-e-efarmoye-toe-sten-ellada_gr_65292d95e4b03ea0c004beba?fbclid=IwAR0EETbh0IC8izR9y0ZYBcO7o6C-eeRosNsgEQ3gqz52gx0B5yR0zCIVtKg)

Γαβριηλίδης, Γ., Μεταξάς, Θ. (2017). Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και περιφερειακή ανάπτυξη: Η περίπτωση της Ηπείρου, Συλλογικός τόμος, πρακτικά του 2^{ου} Διεθνούς Επιστημονικού Συνεδρίου «Παραγωγική Ανασυγκρότηση της Ελλάδας: Οικονομική Κρίση και Προοπτικές Ανάπτυξης», Σέρρες.

Εβραϊκό Μουσείου Ελλάδας (2014). *Η Εβραϊκή Κοινότητα των Ιωαννίνων*, Διαδρομή στον χρόνο. Αθήνα, Εκδόσεις Γαβριηλίδη

INSETTE Intelligence (2023). Περιφέρεια Ηπείρου- Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022. ΣΕΤΕ: Αθήνα

-
- Κόνσολας, Ν. (1997). *Σύγχρονη Περιφερειακή οικονομική Πολιτική*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Μεταξάς Θ. (2005). Μάρκετινγκ του τόπου (πόλης): προσδιορισμός, σχεδιασμός, εφαρμογή και αποτελεσματικότητα. *ΑΕΙΧΩΡΟΣ* , 4(2), σελ. 62-99.
- Μεταξάς Θ. (2006). Τοπική οικονομική ανάπτυξη, μάρκετινγκ του τόπου και προσέλκυση ξένων επενδύσεων: Μια εμπειρική διερεύνηση σε επιχειρήσεις στις πόλεις στις Λάρισας. *ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ*, 9(3), σελ. 51-80.
- Μεταξάς Θ. (2009). Ο Στρατηγικός σχεδιασμός ως εργαλείο του ανταγωνισμού των πόλεων: Το παράδειγμα στις Πράγας. *ΓΕΩΓΡΑΦΙΕΣ*, 15 (2), σελ. 111-132.
- Μεταξάς Θ. και Λαλένης Κ. (2006). Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός σαν τύπος σχεδιασμού και σαν εργαλείο αποτελεσματικής Αστικής Διαχείρισης. *ΑΕΙΧΩΡΟΣ* , 5(1), σελ. 4-34.
- Παπαδασκαλόπουλος, Α. Χριστοφάκης, Μ. (2003). Ελληνική Περιφερειακή Πολιτική: διαχρονική εξέλιξη, ισχύον πλαίσιο και προοπτικές. στο Σακελλαρόπουλος Θ. (επ.), *Οικονομία και Πολιτική στη Σύγχρονη Ελλάδα*, Τ. Α΄, 3η Έκδοση, εκδ. Διόνικος, Αθήνα.
- Παπαδασκαλόπουλος, Α., Χριστοφάκης, Μ. (2004). Οι περιφερειακές ανισότητες στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1990. *Επιθεώρηση Οικονομικών Επιστημών*, Τεύχος 6, 65-88, Αθήνα.
- Πετράκος Γ., Ψυχάρης Γ. (2004). *Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Πετράκος Γ., Ψυχάρης Γ. (2016). *Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα*, 2^η Έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Ξενόγλωσση:

- Abebe, G., Bundervoet, T., & Wieser, C. (2020). Does the COVID-19 Pandemic Affect Women-Owned Firms Differently?. World Bank, Washington, DC. Available at <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34298/Does-the-COVID-19-Pandemic-Affect-Women-Owned-Firms-Differently.pdf?sequence=1> (accessed 5 September 2021)
- Abebe, G., Bundervoet, T., & Wieser, C. (2020). Monitoring COVID-19 Impacts on Firms in Ethiopia: Results from a High-Frequency Phone Survey of Firms. World Bank report
- Abubakirova, A., Syzdykova, A., Kelesbayev, D., Dandayeva, B., & Ermankulova, R. (2016). Place of Tourism in the Economy of Kazakhstan Republic. *Procedia Economics and Finance*, 39, 3-6.
- Alberti, F. G., & Giusti, J. D. (2012). Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster. *City, culture and society*, 3(4), 261-273.
- Alebaki, M., Menexes, G., & Koutsouris, A. (2015). Developing a multidimensional framework for wine tourist behavior: Evidence from Greece. *Wine Economics and Policy*, 4(2), 98-109.
- Alizadeh, R., Lund, P. D., Beynaghi, A., Abolghasemi, M., & Maknoon, R. (2016). An integrated scenario-based robust planning approach for foresight and strategic management with application to energy industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 162-171.
- Alonso, A. D. (2010). Internationalisation of small and medium New Zealand wineries: An exploratory study. *Small Enterprise Research*, 17(1), 58-73.
- Andriotis, K. (2002). Options in Tourism Development. Conscious versus Conventional Tourism. *Anatolia: International Journal of Tourism and Hospitality Research*. Vol. 13(1), pp. 73-85.
- Angelevska-Najdeska, K., & Rakicevik, G. (2012). Planning of sustainable tourism development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 210-220.

-
- Antonson, H., Isaksson, K., Storbjörk, S., & Hjerpe, M. (2016). Negotiating climate change responses: Regional and local perspectives on transport and coastal zone planning in South Sweden. *Land use policy*, 52, 297-305.
- Assaf, A., & Scuderi, R. (2020). COVID-19 and the recovery of the tourism industry. *Tourism economics*. Vol. 26 (5), pp. 731-733
- Atlin, C., & Gibson, R. (2017). Lasting regional gains from non-renewable resource extraction: The role of sustainability-based cumulative effects assessment and regional planning for mining development in Canada. *The Extractive Industries and Society*, 4(1), 36-52.
- Bagautdinova N., Gafurov I., Kalenskaya, N., Novenkova, A. (2012). The Regional Development Strategy Based on Territorial Marketing (The Case of Russia). *World Applied Sciences Journal*, 18 (Special Issue of Economics), pp.179-184.
- Banki, M. B., & Ismail, H. N. (2015). Understanding the characteristics of family owned tourism micro businesses in mountain destinations in developing countries: evidence from Nigeria. *Tourism Management Perspectives*, 13, 18-32.
- Banki, M. B., Ismail, H. N., & Muhammad, I. B. (2016). Coping with seasonality: A case study of family owned micro tourism businesses in Obudu Mountain Resort in Nigeria. *Tourism Management Perspectives*, 18, 141-152.
- Bas, T., & Sivaprasad, S. (2020). The Impact of the COVID-19 Pandemic Crisis on the Travel and Tourism Sector: UK Evidence. *Available at SSRN 3623404*.
- Baum, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Available at: https://strathprints.strath.ac.uk/72219/1/Baum_Nguyen_IJCHM_2020_Hospitality_tourism_human_rights_and_the_impact_of_COVID_19.pdf
- Baum, T., Mooney, S. K., Robinson, R. N., & Solnet, D. (2020). COVID-19's impact on the hospitality workforce—new crisis or amplification of the norm?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. View point accepted version.

-
- Benjamin, S., Dillette, A., & Alderman, D. H. (2020). "We can't return to normal": committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, 1-8.
- Bennett, A. (2004). Case study methods: Design, use, and comparative advantages. *Models, numbers, and cases: Methods for studying international relations*, 2(1), 19-55.
- Bentley, T. A., Page, S. J., & Macky, K. A. (2007). Adventure tourism and adventure sports injury: The New Zealand experience. *Applied ergonomics*, 38(6), 791-796.
- Birkmann, J., Garschagen, M., & Setiadi, N. (2014). New challenges for adaptive urban governance in highly dynamic environments: Revisiting planning systems and tools for adaptive and strategic planning. *Urban Climate*, 7, 115-133.
- Boatto, V., Galletto, L., Barisan, L., & Bianchin, F. (2013). The development of wine tourism in the Conegliano Valdobbiadene area. *Wine Economics and Policy*, 2(2), 93-101.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables* (Vol. 210). John Wiley & Sons.
- Bollen, K.A. (1989) Confirmatory Factor Analysis. In Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables* (Vol. 210). John Wiley & Sons.
- Bontempo, P. C., Moscardini, S. B., & Salles, J. A. A. (2015). Comparative Analysis Between the Institutional Development Plan and Strategic Planning Methodologies: The Case of the Federal Institute of Education at Minas Gerais–Brazil. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 2962-2966.
- Borseková, K., Vaňová, A., & Vitálišová, K. (2016). Smart Specialization for Smart Spatial Development: Innovative Strategies for Building Competitive Advantages in Tourism in Slovakia. *Socio-Economic Planning Sciences*, 1-12.
- Bourdeau, P. (2009). *Mountain tourism in a climate of change*. na.
- Bramley, G., & Watkins, D. (2016). Housebuilding, demographic change and affordability as outcomes of local planning decisions: Exploring interactions

-
- using a sub-regional model of housing markets in England. *Progress in Planning*, 104, 1-35.
- Burt, G., Mackay, D. J., van der Heijden, K., & Verheijdt, C. (2016). Openness disposition: Readiness characteristics that influence participant benefits from scenario planning as strategic conversation. *Technological Forecasting and Social Change*, 124, 16-25.
- Byrd, E. T., Canziani, B., Hsieh, Y. C. J., Debbage, K., & Sonmez, S. (2016). Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services. *Tourism Management*, 52, 19-29.
- Carlisle, S., Johansen, A. and Kunc, M. (2016). Strategic foresight for (coastal) urban tourism market complexity: The case of Bournemouth. *Tourism Management*, 54, pp.81-95.
- Cater, C. I. (2017). Tourism on two wheels: Patterns of motorcycle leisure in Wales. *Tourism Management*, 61, 180-189.
- Cavenago, D., & Trivellato, B. (2010). Organizing strategic spatial planning: Experiences from Italian cities. *Space and Polity*, 14(2), 167-188.
- Chen, S. H., Yang, C. C., Lin, W. T., & Yeh, T. M. (2007). Service quality attributes determine improvement priority. *The TQM Magazine*, 19(2), 162-175.
- Chen, Z., Li, L., & Li, T. (2017). The organizational evolution, systematic construction and empowerment of Langde Miao's community tourism. *Tourism Management*, 58, 276-285.
- Cohen, E., & Ben-Nun, L. (2009). The important dimensions of wine tourism experience from potential visitors' perception. *Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 20-31.
- Dalven, R. (1990). *The Jews of Ioannina*. USA. Cadmus Press; First Printed edition
- De Luca, S. (2014). Public engagement in strategic transportation planning: An analytic hierarchy process based approach. *Transport Policy*, 33, 110-124.

-
- De Montis, A. (2014). Strategic environmental assessment of energy planning tools. A study of Italian regions and provinces. *Environmental Impact Assessment Review*, 46, 32-42.
- Deffner A., Metaxas T. Arvanitidis P. (2013). Developing Place Marketing Pilot Plans in Northern Europe: The cases of Rostock (Germany) and Kainuu (Finland). *Anatolia: An International Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 24(2): 241-263.
- Dimitrovski, D. D., Todorović, A. T., & Valjarević, A. D. (2012). Rural tourism and regional development: case study of development of rural tourism in the region of Gruža, Serbia. *Procedia Environmental Sciences*, 14, 288-297.
- Doyle, P. (2000). *Value Based Marketing*. Chichester: Wiley and Sons.
- Edgar, B., Abouzeedan, A., Hedner, T., Maack, K., & Lundqvist, M. (2013). Using scenario planning in regional development context: the challenges and opportunities. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 10(2), 103-122.
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban studies*, 46(5-6), 1003-1040.
- Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksić, A., Časni, A. Č., & Efthymiadou, F. (2020). Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses. *International journal of hospitality management*, 91, 102663.
- Ferrell O.C., Hartline Michael D. (2011). *Marketing strategy* (5th edition) USA. South-Western: Congage Learning.
- Fifield, P. (2007). *Marketing strategy*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Filimonau, V., Derqui, B., & Matute, J. (2020). The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102659.

-
- Fooladvand, M., Yarmohammadian, M. H., & Shahtalebi, S. (2015). The Application Strategic Planning and Balance Scorecard Modelling in Enhance of Higher Education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 186, 950-954.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Galloway, G., Mitchell, R., Getz, D., Crouch, G., & Ong, B. (2008). Sensation seeking and the prediction of attitudes and behaviors of wine tourists. *Tourism Management*, 29(5), 950-966.
- Gavriilidis G., & Metaxas, T. (2023). Measuring the Impact of COVID-19 on Tourism Entrepreneurs and Businesses in Greece: Some Empirical Evidence. *The Journal of Developing Areas*, 57(3), 293-314.
- Gavriilidis, G., & Metaxas, T. (2017). Strategic planning and city/regional development: Review, analysis, critique and applications for Greece. MPRA Paper, University Library of Munich, Germany, https://mpra.ub.uni-muenchen.de/81131/1/MPRA_paper_81131.pdf
- Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism, Management, Development and Destinations*. USA: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism management*, 27(1), pp.146-158.
- Godfrey, K.B. (1994). Sustainable Tourism – What is Really? Address to the 18th Meeting of Experts on Human Settlements Problems in Southern Europe, United Nations Economic and Social Council Economic Commission for Europe, Committee on Human Settlements, Nicosia, Cyprus, 6-8, June.
- Gossling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Gronroos, C. (1997). Keynote paper: From marketing mix to relationship marketing-towards a paradigm shift in marketing. *Journal of Management Decisions*, 35(4), pp. 322-339.

-
- Gu, C., Wei, Y. D., & Cook, I. G. (2015). Planning Beijing: socialist city, transitional city, and global city. *Urban Geography*, 36(6), 905-926.
- Gugushvili, T., Salukvadze, G., & Salukvadze, J. (2017). Fragmented development: Tourism-driven economic changes in Kazbegi, Georgia. *Annals of Agrarian Science*, 1-6.
- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Krey, N. (2017). Covariance-based structural equation modeling in the Journal of Advertising: Review and recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163-177.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Babyn Barry J, and E. Anderson Rolph. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. London: Pearson Education.
- Hall, C. M. (2010). Crisis events in tourism: subjects of crisis in tourism. *Current issues in Tourism*, 13(5), 401-417.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22:3, 577-598.
- Hall, M. et al., (2000). Στο: M. Hall, et all (eds). *Wine Tourism Around The World: Development, Management and Markets*. 2nd ed. Norfolk: Elsevier Butterworth-Heinemann, pp. 1-23.
- Hall, M., Mitchell, R., Sharples, L. (2003). Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development in Cambourne, B., Mitchell, R., Hall, C. M., Sharples, L., & Macionis, N. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Elsevier Ltd.
- Hall, M., Mithcell, R. (2000), Wine Tourism in the Mediterranean. A Tool for Restructuring and Development. *Thunderbird International Business Review*, Vol. 42 (4), pp. 445-465.
- Hansson, A. G. (2017). Promoting planning for housing development: What can Sweden learn from Germany?. *Land Use Policy*, 64, 470-478.
- Hao, F., Xiao, Q., & Chon, K. (2020). COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 102636.

-
- Healey, P., Khakee, A., Motte, A., & Needham, B. (1999). European developments in strategic spatial planning. *European Planning Studies*, 7(3), 339-355.
- Heiervang, E., & Goodman, R. (2011). Advantages and limitations of web-based surveys: evidence from a child mental health survey. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*, 46, 69-76.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Evaluating model fit: a synthesis of the structural equation modelling literature. In *7th European Conference on research methodology for business and management studies*, pp.195-200.
- Huang, A., Makridis, C., Baker, M., Medeiros, M., & Guo, Z. (2020). Understanding the Impact of COVID-19 Intervention Policies on the Hospitality Labor Market. *International Journal of Hospitality Management*, 91 102660.
- Hudson, R. (2005). *Economic Geographies – Circuits, Flows and Spaces*. London: Sage Publications.
- Hunter, C., Green, H., (1995). *Tourism and the Environment: a sustainable Relationship*. London: Routledge.
- Idajati, H. (2014). Cultural and Tourism Planning as Tool for City Revitalization- The Case Study of Kalimas River, Surabaya-Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 135, 136-141.
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22:3, 624-632.
- Jamhawi, M. M., & Hajahjah, Z. A. (2017). A bottom-up approach for cultural tourism management in the old city of As-Salt, Jordan. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 7(1), 91-106.
- Janusz, G. K., & Bajdor, P. (2013). Towards to sustainable tourism–framework, activities and dimensions. *Procedia economics and finance*, 6, 523-529.
- Johnsen, J., Bieger, T., and Scherer, R., (2008), Indicator-Based Strategies for Sustainable Tourism Development: Insights from a Swiss Research Project. *Mountain Research and Development*, Vol. 28, No. 2, pp. 116-121.

-
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy: text & cases*. Pearson Education.
- Jones, M. F., Singh, N., & Hsiung, Y. (2015). Determining the critical success factors of the wine tourism region of Napa from a supply perspective. *International Journal of Tourism Research*, 17(3), 261-271.
- Kalliomäki, H. (2015). Reframing strategic spatial planning as a 'coproductive trading zone' between state-led and place-based interests: Reflections from Maryland and Finland. *Land Use Policy*, 42, 113-123.
- Kamble, Z., & Bouchon, F. (2014). Tourism Planning and a Nation's Vision: A Review of the Tourism Policy of Sri Lanka. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 229-236.
- Khalifa, M. A. (2012). A critical review on current practices of the monitoring and evaluation in the preparation of strategic urban plans within the Egyptian context. *Habitat International*, 36(1), 57-67.
- Kim, J. I. (2014). Making cities global: the new city development of Songdo, Yujiapu and Lingang. *Planning Perspectives*, 29(3), 329-356.
- Kline, C. S., Cardenas, D., Viren, P. P., & Swanson, J. R. (2015). Using a community tourism development model to explore equestrian trail tourism potential in Virginia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(2), 79-87.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed.). New York: Guilford publications.
- Korres, G. (2007). *Regionalization, Growth and Economic Integration*. Heidelberg: Springer-Verlag Press.
- Kotler P., Asplund C., Rein I., Haider H.D. (1999). *Marketing Places Europe*. Harlow: Prentice Hall.
- Kotler P., Keller K., (2006). *Marketing- Management* (12th edition). USA: Prentice-Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (2002). *Principles of Marketing* (3rd European edition). Harlow: Pearson Education.

-
- Krehl, A., & Weck, S. (2020). Doing comparative case study research in urban and regional studies: What can be learnt from practice?. *European Planning Studies*, 28(9), 1858-1876.
- Ladeiras, A., Mota, A., & Costa, J. (2010). Strategic tourism planning in practice: the case of the Open Academy of Tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(4), 357-363.
- Lauermann, J. (2016). "The city" as developmental justification: claims making on the urban through strategic planning. *Urban Geography*, 37(1), 77-95.
- Law, R. (2006). The perceived impact of risks on travel decisions. *International Journal of Tourism Research*, 8(4), 289-300.
- Lee, J. H., Ostwald, M. J., Sher, W. D., & Lee, H. (2016). Developing strategic planning schemes for urban regeneration through mixed-use development in Seoul. *International Planning Studies*, 1-21.
- Legacy, C. (2012). Achieving legitimacy through deliberative plan-making processes—lessons for metropolitan strategic planning. *Planning Theory & Practice*, 13(1), 71-87.
- Lemos, C. C., Fischer, T. B., & Souza, M. P. (2012). Strategic environmental assessment in tourism planning—Extent of application and quality of documentation. *Environmental Impact Assessment Review*, 35, 1-10.
- Li, P., Ryan, C., & Cave, J. (2016). Chinese rural tourism development: Transition in the case of Qiyunshan, Anhui.—2008–2015. *Tourism Management*, 55, 240-260.
- Liu, B., Pennington-Gray, L., & Krieger, J. (2016). Tourism crisis management: can the extended parallel process model be used to understand crisis responses in the cruise industry?. *Tourism Management*, 55, 310-321.
- Maekawa, M., Lanjouw, A., Rutagarama, E., & Sharp, D. (2013, May). Mountain gorilla tourism generating wealth and peace in post-conflict Rwanda. In *Natural Resources Forum* (Vol. 37, No. 2, pp. 127-137).

-
- Maghsoodi Tilaki, M. J., & Hedayati, M. (2015). Exploring barriers to the implementation of city development strategies (CDS) in Iranian cities: a qualitative debate. *Journal of Place Management and Development*, 8(2), 123-141.
- Malhotra, N., Birks, D. (2003). *Marketing research: An applied Approach*, 2nd European edition. Harlow: Pearson Education.
- Malhotra, N., Birks, D. (2006). *Marketing research: An applied Approach* 3rd European edition. Harlow: Pearson Education.
- Malik, M. I., & Bhat, M. S. (2015). Sustainability of tourism development in Kashmir—Is paradise lost?. *Tourism Management Perspectives*, 16, 11-21.
- Marais, M., du Plessis, E., & Saayman, M. (2017). A review on critical success factors in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 1-12.
- Margaryan, L., & Fredman, P. (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 84-92.
- Marsh, H. W., Muthén, B., Asparouhov, T., Lüdtke, O., Robitzsch, A., Morin, A. J., & Trautwein, U. (2009). Exploratory structural equation modeling, integrating CFA and EFA: Application to students' evaluations of university teaching. *Structural equation modeling: A multidisciplinary journal*, 16(3), 439-476.
- McCamley, C., & Gilmore, A. (2017). Aggravated fragmentation: A case study of SME behaviour in two emerging heritage tourism regions. *Tourism Management*, 60, 81-91.
- McDonald, M. (1992). Strategic marketing planning: a state-of-the-art review. *Marketing Intelligence & Planning*, 10(4), 4-22.
- McDonald, M. (1999). *Marketing Plans: How to Prepare Them; How to Use Them*, 4th ed. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- McDonald, M. (2002). *Marketing Plans: How to Prepare them; How to Use Them*, 5th ed. London: Prentice Hall.

-
- McGimpsey, P., & Morgan, R. K. (2013). The application of strategic environmental assessment in a non-mandatory context: Regional transport planning in New Zealand. *Environmental Impact Assessment Review*, 43, 56-64.
- McKercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208.
- Meijers, E., Hoekstra, J., & Aguado, R. (2008). Strategic planning for city networks: the emergence of a Basque global city? *International Planning Studies*, 13(3), 239-259.
- Metaxas T. (2002). Place/City Marketing as a tool for local economic development and city's competitiveness: a comparative evaluation of Place Marketing policies in European cities, paper presented to the EURA conference: Urban and Spatial European Policies, Turin, April, 18-20.
- Metaxas T. (2006). Implementing Place Marketing Policies In Europe: A Comparative Evaluation Among Glasgow, Lisbon and Prague. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol.1 (4): 399-418.
- Metaxas T. (2010). Cities Competition, Place Marketing and Economic Development in South Europe: The Barcelona case as FDI destination. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, vol. 5(14), 5-19.
- Metaxas, T. (2001). Place Marketing as a tool for local Economic Development and City's competitiveness: The case of Larisa. MSc thesis, University of Thessaly, depot of Planning and Regional Development, Volos.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publications
- Milne, S., Ateljevic, I. (2001), Tourism, economic development and the global-local nexus: theory embracing complexity, *Tourism Geographies* 3(4), pp. 369-393.
- Milutinovic, S., & Zivkovic, S. (2014). Planning local sustainable development in Western Balkans. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 25(1), 19-29.

-
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. and Lampel, J. (1998). *Strategy safari*. New York: Free Press.
- Mitchell, R. D., & Hall, C. M. (2003). Seasonality in New Zealand winery visitation: An issue of demand and supply. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 155-173.
- Mohanty, P., Dhoundiyal, H., & Choudhury, R. (2020). Events Tourism in the Eye of the COVID-19 Storm: Impacts and Implications. *Event Tourism in Asian Countries: Challenges and Prospects (1st ed.): Apple Academic Press (2020)*.
- Monavari, S., Khorasani, N., Shahnaz, S., Mirsaeed, G. (2013). Delphi-Based Strategic Planning for Tourism Management – a Case Study. *Political Journal of Environmental Studies*, Vol. 22, No. 2, pp. 465-473.
- Mondragón-Ixtlahuac, M. M., Cortés-Martínez, J. C., & Delgado-Hernández, D. J. (2017). A strategic planning model for the passenger rail implementation process: The case of Mexico. *Transport Policy*, 55, 29-37.
- Nepal, S. (2005). Tourism and remote mountain settlements: spatial and temporal development of tourist infrastructure in the Mt Everest region, Nepal. *Tourism Geographies*, 7(2), 205-227.
- Nepal, S. K., & Chipeniuk, R. (2005). Mountain tourism: Toward a conceptual framework. *Tourism Geographies*, 7(3), 313-333.
- Nepal, S., (2002), Mountain Ecotourism and Sustainable Development: Ecology, Economics, and Ethics, *Mountain Research and Development*, Vol. 22, No. 2, pp. 104-109.
- Nestorosk, I. (2012). Identifying tourism potentials in Republic of Macedonia through regional approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 95-103.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International journal of surgery (London, England)*, 78, 185-193

-
- Nicula, 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.
- Nieboer, N. (2011). Strategic planning process models: a step further. *Property Management*, 29(4), 371-382.
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?. *Tourism Geographies*, 22(3), 651-656.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism management*, 27(6), pp. 1141-1152.
- Nyaupane, G. P., & Timothy, D. J. (2010). Power, regionalism and tourism policy in Bhutan. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 969-988.
- Ocasio, W. and Joseph, J. (2008). Rise and Fall - or Transformation? *Long Range Planning*, 41(3), 248-272.
- OECD (2016). OECD Tourism Trends and Policies 2016, OECD Publishing, Paris.
- Oliveira, E. (2016). Place branding as a strategic spatial planning instrument: a theoretical framework to branding regions with references to northern Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 9(1), 47-72.
- Oliveira, E. H. D. S. (2015). Place branding in strategic spatial planning: A content analysis of development plans, strategic initiatives and policy documents for Portugal 2014-2020. *Journal of Place Management and Development*, 8(1), 23-50.
- Papadimitriou, D., & Gibson, H. (2008). Benefits sought and realized by active mountain sport tourists in Epirus, Greece: Pre-and post-trip analysis. *Journal of Sport & Tourism*, 13(1), 37-60.
- Partidário, M. R., Paddon, M., Eggenberger, M., Chau, D. M., & Van Duyen, N. (2008). Linking strategic environmental assessment (SEA) and city development strategy in Vietnam. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 26(3), 219-227.

-
- Pathak, D., & Joshi, G. (2021). Impact of psychological capital and life satisfaction on organizational resilience during COVID-19: Indian tourism insights. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2398-2415.
- Percoco, M. (2016). Strategic planning and institutional collective action in Italian cities. *Public Management Review*, 18(1), 139-158.
- Poister, T. H., & Streib, G. (2005). Elements of strategic planning and management in municipal government: Status after two decades. *Public administration review*, 65(1), 45-56.
- Poitras, L., & Donald, G. (2006). Sustainable wine tourism: The host community perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), pp. 425-448.
- Potts, T. (2010). The natural advantage of regions: linking sustainability, innovation, and regional development in Australia. *Journal of cleaner production*, 18(8), 713-725.
- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2016). Exploring well-being as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 94-105.
- Qian, C., Sasaki, N., Shivakoti, G., & Zhang, Y. (2016). Effective governance in tourism development—An analysis of local perception in the Huangshan mountain area. *Tourism Management Perspectives*, 20, 112-123.
- Ranasinghe J.P.R.C., Karunarathna A.C.I.D., Pradeepamali J., (2019) After Corona (Covid19) Impacts On Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal, *Journal of Management and Tourism Research*, Vol III Issue I, pp. v-xix
- Rea, L., Parker, R. (2005), *Designing and conducting survey research, a comprehensive guide*, 3ed edition, San Francisco: Wiley and Sons
- Řehoř, P. (2015). How to Improve Strategic Planning of Municipal Organizations in Czech Republic?. *Procedia Economics and Finance*, 34, 521-527.

-
- Rendleman, C. M., Hoemmen, G. A., Altman, I., Taylor, B., Moon, W., & Smith, S. (2016). Wine Industry Competitiveness: A survey of the Shawnee Hills American Viticultural Area. *Wine Economics and Policy*, 5(1), 4-13.
- Risteskia, M., Kocevskia, J., & Arnaudov, K. (2012). Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destinations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 375-386.
- Robson, C. (2007). *The research of the real world, a tool for social scientists and professional researchers*, Athens: Gutenberg Publications
- Rozas-Vásquez, D., Fürst, C., Geneletti, D., & Muñoz, F. (2017). Multi-actor involvement for integrating ecosystem services in strategic environmental assessment of spatial plans. *Environmental Impact Assessment Review*, 62, 135-146.
- Rupani, M. P., Gaonkar, N. T., & Bhatt, G. S. (2016). Bottleneck analysis and strategic planning using Tanahashi model for childhood diarrhea management in Gujarat, Western India. *Evaluation and Program Planning*, 58, 82-87.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research methods for business students*. Harlow: Pearson.
- Searle, G. (2013). 'Relational' Planning and Recent Sydney Metropolitan and City Strategies. *Urban Policy and Research*, 31(3), 367-378.
- Seijger, C., Douven, W., Van Halsema, G., Hermans, L., Evers, J., Phi, H. L., ... & Koole, S. (2016). An analytical framework for strategic delta planning: negotiating consent for long-term sustainable delta development. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-25.
- Sharma, A., & Nicolau, J. L. (2020). An open market valuation of the effects of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Annals of Tourism Research*.
- Shen, H., Fu, M., Pan, H., Yu, Z., & Chen, Y. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on firm performance. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2213-2230.
- Sheppard, V. A., & Williams, P. W. (2016). Factors that strengthen tourism resort resilience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 20-30.

-
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102664.
- Siegel, P. B., Johnson, T. G. and Alwang, J. (1995). Regional Economic Diversity And Diversification: Seeking A Framework For Analysis, *Growth and Change* 26(2): 261-284.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321.
- Singh, R. B., & Mishra, D. K. (2004). Green tourism in mountain regions-reducing vulnerability and promoting people and place centric development in the Himalayas. *Journal of Mountain Science*, 1(1), 57-64.
- Sotiriadis, M. D. (2015). Culinary tourism assets and events: suggesting a strategic planning tool. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1214-1232.
- Spahiu, L., & Kopacek, P. (2010). Strategic Planning in Small and Medium Enterprises at Tourism Sector in Kosovo. *IFAC Proceedings Volumes*, 43(25), 123-127.
- Störmer, E., Truffer, B., Dominguez, D., Gujer, W., Herlyn, A., Hiessl, H., ... & Ruef, A. (2009). The exploratory analysis of trade-offs in strategic planning: Lessons from Regional Infrastructure Foresight. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(9), 1150-1162.
- Strielkowski, W. (2020). COVID-19 recovery strategy for tourism industry. *Center for Tourism Studies*.
- Strom, E., & Kerstein, R. (2015). Mountains and muses: tourism development in Asheville, North Carolina. *Annals of Tourism Research*, 52, 134-147.
- Suet Leng, K., & Badarulzaman, N. (2014). Branding George Town world heritage site as city of gastronomy: prospects of creative cities strategy in Penang. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 322-332.

-
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. UK: CABI Publications.
- Tammi, I., Mustajärvi, K., & Rasinmäki, J. (2017). Integrating spatial valuation of ecosystem services into regional planning and development. *Ecosystem Services*, 26, 329-344.
- Teo, P. (2002). Striking a Balance for Sustainable Tourism: Implications of the Discourse on Globalization. *Journal of sustainable tourism*, Vol. 10, no.6, pp. 459-474.
- Tietjen, A., & Jørgensen, G. (2016). Translating a wicked problem: A strategic planning approach to rural shrinkage in Denmark. *Landscape and Urban Planning*, 154, 29-43.
- Tosun, C., Ozturk, Y., Tosun, C., (2003). Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey. *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM* Vol. 11, No. 2&3, pp. 133-161.
- Tsenkova, S. (2007). Reinventing strategic planning in post-socialist cities: Experiences from Sofia. *European Planning Studies*, 15(3), 295-31.
- Unalan, D. (2013). Integrating cumulative impacts into strategic environmental decision-making: Tourism development in Belek, Turkey. *Land Use Policy*, 34, 243-249.
- United Nations and World Tourism Organization (2005). Making Tourism more Sustainable, A guide for Policy Makers, A report, UNEP and WTO, France.
- Velissariou, E., & Vasilaki, E. (2014). Local gastronomy and tourist behavior: research on domestic tourism in Greece. *Journal of Tourism Research*, 9, 120-143
- Wen, J., Sinha, C., (2009). The Spatial Distribution of Tourism in China: Trends and Impacts. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 14, No. 1, pp. 93-104.
- Wilson. A. (2003), *Marketing Research, An integrated approach*, Essex Pearson Education Limited
- Wrenn, B., Stevens, R., Loudon, D. (2007), *Marketing research: text and cases*, New York: Haworth publications.

-
- Xiong, H., Wu, Z., Hou, F., & Zhang, J. (2020). Which Firm-specific Characteristics Affect the Market Reaction of Chinese Listed Companies to the COVID-19 Pandemic?. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2231-2242
- Xu, J. (2008). Governing city-regions in China: Theoretical issues and perspectives for regional strategic planning. *Town Planning Review*, 79(2-3), 157-186.
- Yin, J., & Ni, Y. (2021). COVID-19 event strength, psychological safety, and avoidance coping behaviors for employees in the tourism industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 431-442.
- Yin, R. K. (2009). *Case study reserach: Design and methods*. London: SAGE.
- Young, R. F. (2011). Planting the living city: Best practices in planning green infrastructure—Results from major us cities. *Journal of the American Planning Association*, 77(4), 368-381.
- Zurick, D. N. (1992). Adventure travel and sustainable tourism in the peripheral economy of Nepal. *Annals of the Association of American Geographers*, 82(4), 608-628.

Διαδίκτυο:

<https://cohesiondata.ec.europa.eu/>

<http://ec.europa.eu/eurostat/web/cohesion-policy-indicators/statistics-illustrated>

<http://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>

<http://www.statistics.gr/el/home>

Johns Hopkins Coronavirus Resource Center: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

World Tourism Organization (2020): IMPACT ASSESSMENT OF THE COVID-19 OUTBREAK ON INTERNATIONAL TOURISM. Available at: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

Greek Tourism Confederation (SETE): <https://sete.gr/el/>

<http://www2.unwto.org/>

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/regions-and-cities>

https://ec.europa.eu/eurostat/cache/RCI/myregion/#?reg=EL54&ind=17-2_nama_10r_2gdp

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/key-findings>

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/regions/background>

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/gisco/gisco-activities/statistical-atlas>

<https://www.oecd.org/greece/>

https://www.huffingtonpost.gr/entry/o-strategyikos-schediasmos-os-eryaleio-viosimes-topikes-anaptexes-kai-e-efarmoye-toe-sten-ellada_gr_65292d95e4b03ea0c004beba?fbclid=IwAR14Uh3XDz36kRz2ImpTp5ts7DCmrf8wcdBZzcBmrEqPlv37u_oCFKzR97Y

<https://www.bankofgreece.gr/statistika/ekswterikos-tomeas/isozygio-plhrwmwn/taksidiwtikes-yphresies>

Παραρτήματα

Α. Ερωτηματολόγιο



Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας Τμήμα οικονομικών Επιστημών

Τίτλος Διδακτορικής Διατριβής:

«Αναπτυξιακή κατάσταση και δυναμική στην Ήπειρο: Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης και η συμβολή του στρατηγικού σχεδιασμού στην προσπάθεια αυτή»

Είμαι υποψήφιος διδάκτορας στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας και στο πλαίσιο ολοκλήρωσης της διατριβής μου διεξάγω μια έρευνα σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η περιοχή μελέτης είναι η Ήπειρος. Για αυτό το λόγο σας προωθώ το παρακάτω ερωτηματολόγιο.

Σας διαβεβαιώνω ότι τα στοιχεία του ερωτηματολογίου θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς και ερευνητικούς σκοπούς και ότι τα προσωπικά σας στοιχεία θα παραμείνουν απολύτως εμπιστευτικά. Επίσης, σας ενημερώνω ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί λίγα λεπτά από τον χρόνο σας.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την πολύτιμη συμμετοχή σας και για τον χρόνο που μου διαθέσατε.

Ερευνητής: Γαβριηλίδης Γκάμπυ

Τηλέφωνο:

e-mail:

A. Εισαγωγικές ερωτήσεις

1. Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε στην Ήπειρο; (μπορείτε να διαλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

- ☐ Ιωάννινα
- ☐ Ζαγοροχώρια
- ☐ Τζουμέρκα
- ☐ Σύβοτα
- ☐ Πάργα
- ☐ Μέτσοβο
- ☐ Άλλο (ποιο.....)

2. Διάρκεια παραμονής (αριθμός διανυκτερεύσεων).....

3. Σε τι κατάλυμα μέινετε;

- ☐ Παραδοσιακό ξενώνα
- ☐ Ξενοδοχείο
- ☐ Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- ☐ Κατάλυμα τύπου Airbnb
- ☐ Άλλο (ποιο.....)

4. Πόσα χρήματα ξοδέψατε περίπου κατ' άτομο στη διάρκεια των διακοπών σας στην Ήπειρο;

- ☐ Έως 200 € (κατ' άτομο)
- ☐ 201-500 € (κατ' άτομο)
- ☐ 501-1000 € (κατ' άτομο)
- ☐ Πάνω από 1000 € (κατ' άτομο)

5. Πως ήρθατε στην Ήπειρο;

- ☐ Με αεροπλάνο
- ☐ Με ιδιωτικό αυτοκίνητο
- ☐ Με το λεωφορείου (ΚΤΕΛ)
- ☐ Άλλο (ποιο).....

Β. Πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν τα παρακάτω κίνητρα όταν επιλέγετε να επισκεφθείτε ένα τουριστικό προορισμό; Παρακαλώ απαντήστε χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1 έως 7 (1=καθόλου σημαντικό, 7=πολύ σημαντικό).

	Καθόλου σημαντικό						Πολύ σημαντικ ό
Χαρακτηριστικά του προορισμού							
1. Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.	1	2	3	4	5	6	7
2. Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	1	2	3	4	5	6	7
3. Η φήμη του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
4. Ασφάλεια στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
5. Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.	1	2	3	4	5	6	7
6. Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
7. Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.	1	2	3	4	5	6	7
Παροχές και υπηρεσίες							
8. Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)	1	2	3	4	5	6	7
9. Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
10. Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.	1	2	3	4	5	6	7
11. Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.	1	2	3	4	5	6	7
12. Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.	1	2	3	4	5	6	7
13. Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	1	2	3	4	5	6	7
14. Δραστηριότητες για παιδιά.	1	2	3	4	5	6	7
15. Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	1	2	3	4	5	6	7
16. Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	1	2	3	4	5	6	7
Πολιτιστικοί παράγοντες							
17. Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	1	2	3	4	5	6	7
18. Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
19. Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.	1	2	3	4	5	6	7

20. Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	1	2	3	4	5	6	7
21. Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
22. Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	1	2	3	4	5	6	7
23. Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	1	2	3	4	5	6	7
Φυσικό περιβάλλον							
24. Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.	1	2	3	4	5	6	7
25. Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.	1	2	3	4	5	6	7
26. Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.	1	2	3	4	5	6	7
27. Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.	1	2	3	4	5	6	7
28. Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.	1	2	3	4	5	6	7
Πρόσβαση και μετακίνηση στον προορισμό							
29. Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
30. Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
31. Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
32. Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
33. Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)	1	2	3	4	5	6	7
Γαστρονομία							
34. Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.	1	2	3	4	5	6	7
35. Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.	1	2	3	4	5	6	7
36. Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
37. Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
Πληροφόρηση							

38. Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.	1	2	3	4	5	6	7
39. Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.	1	2	3	4	5	6	7
40. Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.	1	2	3	4	5	6	7
41. Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
Κόστος							
42. Κόστος και επίπεδο τιμών.	1	2	3	4	5	6	7
43. Παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19							
44. Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
45. Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19 (Nazneen et al (2020))	1	2	3	4	5	6	7
46. Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)	1	2	3	4	5	6	7
47. Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19	1	2	3	4	5	6	7

Γ. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την επίσκεψή σας στην Ήπειρο όσον αφορά τους ίδιους παράγοντες; Παρακαλώ απαντήστε χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1-7 (1= Καθόλου ικανοποιημένος, 7 = πολύ ικανοποιημένος).

	Καθόλου ικανοποιημ ένος					Πολύ ικανοποι ημένος	
Χαρακτηριστικά του προορισμού							
1. Καιρός, μετεωρολογικές συνθήκες & κλίμα.	1	2	3	4	5	6	7
2. Φιλικότητα των μόνιμων κατοίκων.	1	2	3	4	5	6	7
3. Η φήμη του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
4. Ασφάλεια στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7

5. Μικρή χωρική διασπορά των τουριστικών υπηρεσιών.	1	2	3	4	5	6	7
6. Τεχνολογικές υποδομές στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
7. Επαφή με τους μόνιμους κατοίκους και την τοπική κοινωνία.	1	2	3	4	5	6	7
Παροχές και υπηρεσίες							
8. Δυνατότητες κοινωνικοποίησης (γνωριμία με ενδιαφέροντες ανθρώπους, περισσότερος χρόνος με φίλους, κτλ.)	1	2	3	4	5	6	7
9. Αθλητικές δραστηριότητες στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
10. Ποικιλία και εύρος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών.	1	2	3	4	5	6	7
11. Γνωριμία με καινούρια σπορ και εμπειρίες.	1	2	3	4	5	6	7
12. Νυχτερινή ζωή και ψυχαγωγία.	1	2	3	4	5	6	7
13. Ποιότητα των τουριστικών υποδομών.	1	2	3	4	5	6	7
14. Δραστηριότητες για παιδιά.	1	2	3	4	5	6	7
15. Ποιότητα των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.	1	2	3	4	5	6	7
16. Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών (όχι ξενοδοχειακών).	1	2	3	4	5	6	7
Πολιτιστικοί παράγοντες							
17. Επαφή με νέους πολιτισμούς και κουλτούρες.	1	2	3	4	5	6	7
18. Πολιτιστική ταυτότητα του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
19. Παροχή καταλύματος σε εναλλακτικές τοποθεσίες (κήποι, αγροκτήματα, παραδοσιακοί ξενώνες) που αναδεικνύουν το τοπικό χρώμα της περιοχής.	1	2	3	4	5	6	7
20. Τοπικά προϊόντα που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού (όχι προϊόντα διατροφής).	1	2	3	4	5	6	7
21. Διοργάνωση φεστιβάλ και εκδηλώσεων οι οποίες συνδέονται με τα ιδιαίτερα πολιτιστικά στοιχεία του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
22. Αξιοθέατα με πολιτιστική σημασία.	1	2	3	4	5	6	7
23. Ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών με αρχιτεκτονική που αναδεικνύει το τοπικό χρώμα της περιοχής	1	2	3	4	5	6	7
Φυσικό περιβάλλον							
24. Επαφή με τη φύση και με περιοχές ιδιαίτερης περιβαλλοντικής σημασίας.	1	2	3	4	5	6	7

25. Ομορφιά φυσικού περιβάλλοντος.	1	2	3	4	5	6	7
26. Προστασία του περιβάλλοντος από τους τοπικούς φορείς.	1	2	3	4	5	6	7
27. Ευκαιρίες για υπαίθριες δραστηριότητες.	1	2	3	4	5	6	7
28. Αποφυγή ατυχημάτων στον τουρισμό περιπέτειας.	1	2	3	4	5	6	7
Πρόσβαση και μετακίνηση στον προορισμό							
29. Ευκολία πρόσβασης στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
30. Ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
31. Κατάσταση των δρόμων στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
32. Μεταφορά των τουριστών εντός του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
33. Παροχή εναλλακτικών μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες (ποδήλατα, πατίνια, κτλ.)	1	2	3	4	5	6	7
Γαστρονομία							
34. Γαστρονομία: φαγητό με τοπικές συνταγές και γεύσεις.	1	2	3	4	5	6	7
35. Καλά εστιατόρια με γκουρμέ μενού.	1	2	3	4	5	6	7
36. Δυνατότητα υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
37. Τοπικά προϊόντα διατροφής που συνδέονται με την ταυτότητα του προορισμού.	1	2	3	4	5	6	7
Πληροφόρηση							
38. Επίπεδο πληροφόρησης των τουριστών σχετικά με τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν στην περιοχή.	1	2	3	4	5	6	7
39. Δημιουργία σημείων ενημέρωσης τουριστών.	1	2	3	4	5	6	7
40. Διαθεσιμότητα πληροφοριών σχετικά με την περιοχή πριν την πραγματοποίηση της επίσκεψής.	1	2	3	4	5	6	7
41. Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων από ταξιδιωτικά γραφεία για τον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
Κόστος							
42. Κόστος και επίπεδο τιμών.	1	2	3	4	5	6	7

43. Παροχή εκπαιδευτικών κουπονιών ή άλλων κοινωνικών παροχών για την επίσκεψη στον προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
Υγειονομικοί παράγοντες & COVID 19							
44. Δυνατότητα νοσοκομειακής περίθαλψης και επίπεδο παροχής υπηρεσιών υγείας στον τουριστικό προορισμό.	1	2	3	4	5	6	7
45. Τήρηση των κανόνων υγιεινής και μέτρων ασφαλείας κατά του COVID 19 (Nazneen et al (2020))	1	2	3	4	5	6	7
46. Καθαριότητα των χώρων (ξενοδοχεία, μουσεία, άλλα σημεία ενδιαφέροντος, κτλ.)	1	2	3	4	5	6	7
47. Κυκλοφορία των τουριστών με πιστοποιητικά αντισωμάτων/εμβολιασμού απέναντι στον COVID 19	1	2	3	4	5	6	7

Δ. Παρακαλώ συμπληρώστε το βαθμό συμφωνίας σας ή διαφωνίας σας για κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1-7 (1= διαφωνώ απόλυτα, 7= συμφωνώ απόλυτα)

	Διαφωνώ απόλυτα				Συμφωνώ απόλυτα			
1. Συνολικά, είμαι ικανοποιημένος από την επίσκεψή μου ως τουρίστας στην Ήπειρο.	1	2	3	4	5	6	7	
2. Σκοπεύω να επισκεφθώ ξανά ως τουρίστας την περιοχή της Ηπείρου στα επόμενα ταξίδια μου.	1	2	3	4	5	6	7	
3. Θα συστήσω σε άτομα του κοινωνικού μου περιβάλλοντος (φίλοι, οικογένεια, συνάδερφοι, κτλ.) να επισκεφθούν την Ήπειρο.	1	2	3	4	5	6	7	
4. Σε σχέση με αυτό που προσδοκούσα η επίσκεψη μου στην Ήπειρο ήταν καλύτερη.	1	2	3	4	5	6	7	
5. Είμαι διατεθειμένος να πληρώσω και περισσότερα χρήματα προκειμένου να επισκεφθώ μέρη όπως η Ήπειρος.	1	2	3	4	5	6	7	
6. Σε σύγκριση με άλλα μέρη που έχω επισκεφθεί η τουριστική μου εμπειρία στην Ήπειρο ήταν καλύτερη.	1	2	3	4	5	6	7	
7. Δεν θεωρώ τα ταξίδια ασφαλή λόγω του COVID 19	1	2	3	4	5	6	7	

8. Ο COVID 19 μείωσε σημαντικά τα ταξιδιωτικά μου πλάνα για τους επόμενους 12 μήνες.	1	2	3	4	5	6	7
9. Θεωρώ την Ήπειρο ως ασφαλή προορισμό σε σχέση με τον COVID 19.	1	2	3	4	5	6	7

Σχόλια σχετικά με την έρευνα (προαιρετικά)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ε. Δημογραφικά στοιχεία

ΦΥΛΟ:

Άνδρας ☐

Γυναίκα ☐

ΗΛΙΚΙΑ:

18-29 ☐

30-39 ☐

40-49 ☐

50-59 ☐

60-69 ☐

70+ ☐

ΟΙΚΟΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

Άγαμος ☐

Παντρεμένος χωρίς παιδιά ☐

Παντρεμένος με παιδιά ☐

Άλλο ☐

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:

Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου ☐

Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ ☐

Κάτοχος Μεταπτυχιακού ☐

Κάτοχος Διδακτορικού ☐

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ:

Δημόσιος υπάλληλος ☐

Υπάλληλος ιδιωτικού τομέα ☐

Ελεύθερος επαγγελματίας/επιχειρηματίας ☐

Φοιτητής ☐

Άνεργος ☐

ΤΟΠΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ:

Αττική ☐

Μακεδονία ☐

Κρήτη ☐

Θεσσαλία ☐

Ήπειρος ☐

Πελοπόννησος ☐

Νησιά Ιονίου ☐

Στερεά Ελλάδα ☐

Άλλο..... (ποιο)

ΜΗΝΙΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Κάτω από 1.000 € ☐

1.001-2.000 € ☐

2.001-3.000 € ☐

3.001-4.000 € ☐

Περισσότερα από 4.001 € ☐

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ ☐

***Σας ευχαριστώ θερμά για το χρόνο και την
προσπάθεια σας !***

Παράρτημα Β: Αρχαιολογικοί χώροι στην Περιφέρεια Ηπείρου ανά Περιφερειακή Ενότητα

Άρτας	Θεσπρωτίας	Ιωαννίνων		Πρέβεζας	
Αμβρακία	Άγιος Δονάτος	Ά Δημοτικό Σχολείο στον οικισμό Αχλαδεών Δωδώνης	Μονή Αγίου Ιωάννη Προδρόμου στο Λυκοτρίχι	Αρχαία Βατία	Ρωμαϊκή οικία του Αντωνίνου
Κάστρο της Άρτας	Ανεμόμυλος στο Γραϊκοχώρι Ηγουμενίτσας	Ακρόπολη Δωδώνης	Ναός Αρείου Δία στο Ροδοτόπι	Βουχέτιον	Ρωμαϊκό ωδείο Νικόπολης
Μικρό θέατρο Αμβρακίας	Γίτανα	Ακρόπολη Καστρίτσας	Ναός της Αφροδίτης στη Δωδώνη	Βραχοσκεπή Ασπροχάλικο	Σπήλαιο Ασπροχάλικο
Ναός Πυθίου Απόλλωνα	Δυμόκαστρο	Ακρόπολη Μεγάλου Γαρδικίου	Ναός της Διώνης στη Δωδώνη	Δημοτικό Σχολείο στην Κυψέλη Αίγινας	Συγκρότημα νερόμυλων στη θέση Πηγή Γκούρα Κάτω Ρεματιάς
Νεκροταφείο	Ελέα	Αρρεναγωγείο-Παρθεναγωγείο στον οικισμό Δελβινακίου Ιωαννίνων	Ναός της Θέμιδας	Εμπορική Αγορά ή Καταγώγιο	Σχολικό κτίριο στον οικισμό Βούλιστα
Όρραον (Αμμότοπος)	Κάστρο Ηγουμενίτσας	Αρχαίο Θέατρο Δωδώνης	Ναός του Ηρακλή	Εφύρα	Τείχη Κασσώπης
Παλιό Σχολείο στον οικισμό Ανέζα	Κούλια στην Παραμυθιά	Αρχαίο Στάδιο Δωδώνης	Νερόμυλος στα Άρματα Κονίτσης	Ζάλογγο	
Σπήλαιο Ιερό Άντρο Νυμφών, Ερμή και άλλων θεοτήτων	Λαδοχώρι	Αρχοντικό Μίσιου στα Ιωάννινα	Νερόμυλος στο Δολό	Θέατρο Κασσώπης	
Τείχος Αρχαίας Αμβρακίας	Λυγιά	Βίτσα Ζαγορίου	Νερόμυλος στο Σκαμνέλι	Κασσώπη	

Τζαμί του Φαίκ Πασά στο Ιμαρέτ	Μαστιλίτσα	Βουλευτήριο Δωδώνης	Νερόμυλος-Νεροτριβή στον Άγιο Κοσμά Πωγωνίου	Κάστρο Αγίου Ανδρέα	
	Νεκροταφείο Μαζαρακιάς	Βραχοσκεπή Μποΐλα	Οικία Καππά Παρλαπά	Κάστρο Αγίου Γεωργίου	
	Νερόμυλοι στο Μαργαρίτι	Δημαρχείο Ιωαννίνων	Οικία Πυρσινέλλα	Κάστρο Ανθούσας	
	Οικοκυρική Σχολή Παραμυθιάς	Δημοτικό Σχολείο στον Αμάραντο Κόνιτσας	Ορφανοτροφείο-Σχολείο Παραδοσιακών Τεχνών	Κάστρο Παντοκράτορα	
	Παλαιό Δημοτικό σχολείο στην Ελαταριά	Δωδώνη	Παλαιό Δημοτικό Σχολείο στον οικισμό Μερόπης	Κάστρο Πάργας	
	Πολυνέρι (Κούτσι)	Ελληνιστικό νεκροταφείο Ελληνικών Κοπάνης	Παλαιό Δημοτικό Σχολείο στον οικισμό Μικρού Περιστερίου Μετσόβου	Κάστρο Ρηνιάσας, Λυγιά	
	Πύργος Ραγίου	Ζωσιμαία Παιδαγωγική Ακαδημία στο Δήμο Ιωαννιτών	Παπαζόγλειος Υφαντική Σχολή	Κάστρο στα Πέντε Πηγάδια	
	Ραβενή	Ζωσιμαία Σχολή στο Δήμο Ιωαννιτών	Προμαχώνας Λιθαρίτσια	Νεκρομαντείο του Αχέροντα	
	Σπήλαιο Γράβας	Καπλάνειο Μέγαρο	Πρυτανείο Δωδώνης	Νεκροπόλεις	
	Συγκρότημα νερόμυλου και πέτρινου γεφυριού στη Σαμονίδα	Κάστρο Ιωαννίνων	Πρώην Δημοτικό Σχολείο Περιστερίου	Νικόπολη	
	Ταφικό ηρώο στα «Μάρμαρα» στο Ζερβοχώρι	Κλασικό Λύκειο, πρώην Εμπορική Σχολή στο Δήμο Ιωαννιτών	Ρολόι στην Κεντρική Πλατεία στα Ιωάννινα	Παλαιοχριστιανική Νικόπολη	

	Τύμβος Παραποτάμου	Κτίριο Παρθεναγωγείου στη Βήσσανη	Συγκρότημα νερόμυλων και νεροτριβής στη θέση Γκρέτσι	Ρωμαϊκά τείχη Νικόπολης	
	Φανοτή-Ντόλιανη	Μεντρεσές στο συγκρότημα Βελή Πασά	Συγκρότημα νερόμυλων, νεροτριβής και γεφυριών στην Ιερομνήμη Πωγωνίου	Ρωμαϊκές θέρμες Προαστείου Νικόπολης	
		Μονή Αγίου Ιωάννη Προδρόμου στην Καστρίτσα		Ρωμαϊκή Έπαυλη Ριζών	
				Ρωμαϊκό θέατρο Νικόπολης	

Πηγή: Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού – Επεξεργασία INSETE Intelligence

Παράρτημα Γ: Παραδοσιακοί Οικισμοί στην Περιφέρεια Ηπείρου ανά Περιφερειακή Ενότητα

ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ			ΠΡΕΒΕΖΑΣ
ΓΙΡΟΜΕΡΙ	ΑΓΙΟΙ ΑΠΟΣΤΟΛΟΙ	ΕΛΑΤΗ (ΜΠΟΥΛΤΖΙ)	ΛΙΓΚΙΑΔΕΣ	ΑΓΙΑ
ΚΑΜΙΤΣΑΝΗ	ΑΓΙΟΣ ΜΗΝΑΣ	ΕΛΑΤΟΧΩΡΙ	ΜΑΖΙΑ	ΠΑΡΓΑ
ΜΑΡΓΑΡΙΤΙ	ΑΜΠΕΛΟΣ	ΕΛΑΦΟΤΟΠΟΣ	ΜΑΚΡΙΝΟ	ΠΡΕΒΕΖΑ (ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΗΣ)
ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ	ΑΜΦΙΘΕΑ	ΗΛΙΟΧΩΡΙ	ΜΑΝΑΣΣΗΣ	ΧΡΥΣΟΓΙΑΛΙ (ΒΑΛΤΟΣ)
ΠΛΑΙΣΙΟ	ΑΝΘΡΑΚΙΤΗΣ	ΙΤΕΑ	ΜΕΣΟΒΟΥΝΙΟ	
ΣΑΓΙΑΔΑ	ΑΝΩ ΠΕΔΙΝΑ	ΙΩΑΝΝΙΝΑ	ΜΕΤΣΟΒΟΝ	
ΦΑΝΕΡΩΜΕΝΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΚΑΒΑΛΑΡΙ	ΜΗΛΕΑ	
ΦΟΙΝΙΚΙ	ΑΣΠΡΑΓΓΕΛΟΙ	ΚΑΛΑΡΙΤΑΙ	ΜΙΚΡΟΝ ΠΑΠΙΓΚΟΝ	
	ΒΙΚΟΣ	ΚΑΛΛΙΘΕΑ	ΝΕΓΑΔΕΣ	
	ΒΙΤΣΑ (ΑΝΩ ΚΑΙ ΚΑΤΩ)	ΚΑΛΟΥΤΑΣ	ΝΗΣΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	
	ΒΟΒΟΥΣΑ	ΚΑΠΕΣΟΒΟΝ	ΠΑΠΙΓΚΟΝ	
	ΒΟΤΟΝΟΣΙΟΝ	ΚΑΣΤΑΝΩΝΑΣ	ΠΕΡΑΜΑ	
	ΒΡΑΔΕΤΟΝ	ΚΑΤΩ ΠΕΔΙΝΑ	ΠΕΡΙΒΛΕΠΤΟΣ	
	ΒΡΥΣΟΧΩΡΙ	ΚΗΠΟΙ	ΠΕΤΡΑ	
	ΓΑΝΑΔΙΟΝ	ΚΛΕΙΔΩΝΙΑ	ΡΑΦΤΑΝΑΙΟΙ	
	ΓΡΕΒΕΝΙΤΙ	ΚΟΝΙΤΣΑ (ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΗΣ)	ΣΚΑΜΝΕΛΛΙΟΝ	
	ΔΕΜΑΤΙ	ΚΟΥΚΚΟΥΛΙΟΝ	ΣΥΡΡΑΚΟΝ	
	ΔΙΚΟΡΥΦΟΝ	ΚΡΑΝΟΥΛΑ	ΤΡΙΣΤΕΝΟ	
	ΔΙΛΑΚΟΣ	ΚΡΥΑ	ΤΣΕΠΕΛΟΒΟΝ	
	ΔΙΠΟΤΑΜΟ	ΚΡΥΟΒΡΥΣΗ	ΦΛΑΜΠΟΥΡΑΡΙ	
	ΔΟΛΙΑΝΗ (ΝΕΟ ΑΜΑΡΟΥΣΙΟ)	ΛΑΙΣΤΑ	ΦΡΑΓΚΑΔΕΣ	
	ΔΟΛΟΝ	ΛΕΠΤΟΚΑΡΥΑ	ΧΡΥΣΟΒΙΤΣΑ	

Πηγή: ΥΠΕΚΑ, Επεξεργασία INSETE Intelligence

Παράρτημα Δ: Μουσεία στην Περιφέρεια Ηπείρου ανά Περιφερειακή Ενότητα

Άρτας	Θεσπρωτίας	Ιωαννίνων	Πρέβεζας
Αρχαιολογικό Μουσείο	Αρχαιολογικό Μουσείο	Αρχαιολογικό Μουσείο	Αρχαιολογικό Μουσείο
Άρτας	Ηγουμενίτσας	Ιωαννίνων	Νικόπολης
Ιστορικό Μουσείο Σκουφά	Επιγραφικό Μουσείο	Αρχοντικό Μίσσιου Εκθεσιακός Χώρος στα Ιωάννινα	Λαογραφικό Μουσείο Ζαλόγγου
Λαογραφικό Μουσείο Αθαμανίου	Λαογραφικό Μουσείο Τσαμαντά	Βυζαντινό Μουσείο Ιωαννίνων	Μουσείο Ναυμαχίας του Άκτιου
Λαογραφικό Μουσείο Σκουφά	Λαογραφικό Μουσείο Φοινικίου	Δημοτικό Μουσείο Ιωαννίνων	Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Νικόπολης
Μουσείο Κλασικών Αρχαιοτήτων		Λαογραφικό Μουσείο Ιωαννίνων	
		Μουσείο Αργυροτεχνίας στο Κάστρο Ιωαννίνων	
		Μουσείο Εθνικής Αντίστασης	
		Μουσείο Ελληνικής Ιστορίας	
		Παύλου Βρέλλη	
		Μουσείο Ηπειρώτικης Λαϊκής Τέχνης "Κώστας Φρόντζος"	
		Μουσείο Πολέμου	

Πηγή: Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού – Επεξεργασία INSETE Intelligence