



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Σχολή Οικονομικών Επιστημών

Τμήμα λογιστικής και χρηματοοικονομικής

Θέμα πτυχιακής :

Η επίδραση του COVID-19 στον τομέα του τουρισμού. Η περίπτωση
μιας χώρας

Φοιτητής : Κωνσταντίνος Μανώλης

Επιβλέπουσα καθηγήτρια : Χάϊδω Δριτσάκη

School of Economics

Department of accounting and finance

Degree subject:

The impact of COVID-19 on the tourism sector. The case of a country

Student: Konstantinos Manolis

Supervising professor: Chaido Dritsaki

Περίληψη

Ο τουριστικός τομέας αποτελεί έναν τομέα με ιδιαίτερη συνεισφορά στο ΑΕΠ σε παγκόσμιο επίπεδο. Ωστόσο, σαν τομέας χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα ευάλωτος και ασταθής σε εξωτερικές πιέσεις, με αποτέλεσμα οι διάφορες κρίσεις να τον επηρεάζουν. Η παγκόσμια υγειονομική κρίση του COVID-19 που πλήττει τις χώρες τα τελευταία δύο έτη, έχει δημιουργήσει μια ιδιαίτερα σοβαρή τουριστική κρίση. Οι επιπτώσεις, μάλιστα της κρίσης αυτής αναγνωρίζονται ως μακροπρόθεσμες, και για τον λόγο αυτό όλες οι χώρες κλήθηκαν να λάβουν μέτρα ενίσχυσης του τουριστικού τομέα, αλλά και να εισάγουν σημαντικές αλλαγές. Οι αλλαγές, αυτές ωστόσο πρέπει να συνάδουν με την τουριστική συμπεριφορά, η οποία αντίστοιχα έχει αλλάξει σημαντικά και οδηγεί σε νέες συνθήκες. Μάλιστα, η συμπεριφορά των τουριστών δύναται να καθοδηγήσει τους φορείς χάραξης πολιτικής σε λήψη ορθών αποφάσεων, καθώς οι επιλογές των τουριστών προσδίδουν αξία στο τουριστικό προϊόν και διαμορφώνουν τους τουριστικούς προορισμούς. Έτσι, η πανδημία δύναται να αποτελέσει παράγοντα για ριζική αναδιαμόρφωση του τουριστικού τομέα και στη διαμόρφωση στρατηγικών προώθησης νέων μορφών τουρισμού που χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη ανθεκτικότητα και βιωσιμότητα. Σκοπό της εργασίας αποτελεί η διερεύνηση των επιπτώσεων από την πανδημία του COVID-19 σε παγκόσμιο επίπεδο στον τουριστικό τομέα και στην τουριστική συμπεριφορά, η οποία κατευθύνει και καθοδηγεί τη χάραξη πολιτικών. Για την ανάλυση της πανδημίας, μάλιστα, ως μέσο ριζικών αλλαγών για έναν βιώσιμο και ανθεκτικό τουρισμό παρουσιάζεται η περίπτωση της Ιταλίας, μια χώρας που στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από την τουριστική βιομηχανία και η οποία επιχειρεί αναλύοντας την τουριστική συμπεριφορά να θέσει νέες βάσεις στον τουριστικό της τομέα.

Λέξεις κλειδιά: COVID-19, τουριστικός τομέας, επιπτώσεις, τουριστική συμπεριφορά, αλλαγές, τουριστική κρίση, ανθεκτικότητα

Abstract

The tourism sector is a sector with a particular contribution to GDP at a global level. However, as a sector it is characterized as particularly vulnerable and unstable to external pressures, as a result of which the various crises affect it. The global health crisis of COVID-19 that has been affecting countries for the past two years has created a particularly serious tourism crisis. The effects, in fact, of this crisis are recognized as long-term, and for this reason all countries were asked to take measures to strengthen the tourism sector, but also to introduce important changes. The changes, however, must be consistent with tourist behavior, which has changed significantly and leads to new conditions. In fact, the behavior of tourists can guide policy makers in making the right decisions, as tourists' choices add value to the tourism product and shape tourist destinations. Thus, the pandemic can be a factor for a radical restructuring of the tourism sector and in the formation of strategies to promote new forms of tourism characterized by greater resilience and sustainability. The purpose of the work is to investigate the effects of the COVID-19 pandemic at a global level on the tourism sector and on tourist behavior, which directs and guides the formulation of policies. For the analysis of the pandemic, in fact, as a means of radical changes for a sustainable and durable tourism, the case of Italy is presented, a country that is largely supported by the tourism industry and which, by analyzing tourist behavior, is trying to lay new foundations in its tourism sector.

Keywords: COVID-19, tourism sector, impacts, tourist behavior, changes, tourism crisis, resilience

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία για τη λήψη του Πτυχίου στη Λογιστική και Χρηματοοικονομική έχει συγγραφεί από εμένα προσωπικά και δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο οποιουδήποτε άλλου τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό.

Περιεχόμενα

Περίληψη	5
Abstract	4
Εισαγωγή	7
Κεφάλαιο 1 ^ο : Τουρισμός και Οικονομία	9
1.1 Παράγοντες επιρροής των τουριστικών επιλογών.....	9
1.2 Η σημασία του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη.....	13
Κεφάλαιο 2ο: Πανδημία και τουρισμός.....	17
2.1 Επιπτώσεις της πανδημίας στον τουρισμό.....	17
2.2 Η ανάδειξη της έννοιας της ανθεκτικότητας στον τουρισμό.....	20
Κεφάλαιο 3ο: Επίδραση της πανδημίας στον παγκόσμιο τουρισμό.....	22
Κεφάλαιο 4ο: Η σημασία της διερεύνησης της τουριστικής συμπεριφοράς και η επίδραση της πανδημίας	25
4.1 Σημασία διερεύνησης της τουριστικής συμπεριφοράς.....	25
4.2 Οι επιπτώσεις της πανδημίας στη συμπεριφορά των τουριστών.....	28
4.3 Επιπτώσεις από την αλλαγή της συμπεριφοράς των τουριστών	30
4.4 Μέτρα διαχείρισης της τουριστικής κρίσης.....	32
Κεφάλαιο 5 ^ο : Μελέτη Περίπτωσης διαχείρισης της τουριστικής κρίσης στην Ιταλία	34
5.1 Ο ρόλος του τουριστικού τομέα στην Ιταλία.....	34
5.2 Πολιτικές ανάκαμψης και αλλαγές για τη διαχείριση της τουριστικής κρίσης.....	36
Συμπεράσματα	40
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	43

Εισαγωγή

Ως πολύ σημαντικός κλάδος στον τριτογενή κλάδο, η ίδια η τουριστική βιομηχανία είναι ευάλωτη σε εξωτερικούς κρίσεις, όπως οικονομικές κρίσεις, σεισμοί και άλλοι παράγοντες που δημιουργούν πιέσεις στο κοινωνικό σύνολο και τους τομείς των χωρών. Η ανάπτυξη πολλών χωρών και η οικονομία τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τουριστικό τομέα, με αποτέλεσμα η οικονομία τους να πλήττεται σημαντικά από τις τουριστικές κρίσεις. Κάθε τουριστική κρίση δύναται να μετουσιωθεί σε κοινωνική και οικονομική κρίση, ενώ η συσχέτιση του τουριστικού τομέα με τις οικονομίες προκαλεί και το αντίθετο.

Η επίμονη πανδημία COVID-19 έχει επιφέρει σοβαρό πλήγμα στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία ήδη από το πρώτο εξάμηνο της εμφάνισής της και αναμένεται να οι επιπτώσεις της να είναι μακροπρόθεσμες, λόγω της ανθεκτικότητας του ιού και της εύκολης μετάδοσης που εμφανίζει. Λόγω της φύσης της πανδημίας COVID-19, οι άνθρωποι είναι πολύ πιθανό οι άνθρωποι μελλοντικά να εμφανίζουν συνεχείς μολύνσεις από τον ιό και οι κυβερνήσεις των χωρών να χρειάζεται να θέτουν μέτρα περιορισμού συνεχώς. Επομένως, δραστηριότητες που σχετίζονται με τη συμπεριφορά συγκέντρωσης πλήθους είναι σε μεγάλο βαθμό επηρεάζονται. Ως αποτέλεσμα, η επιδημία COVID-19 έχει προκαλέσει πρωτοφανής ζημιά στον τουριστικό κλάδο. Σχεδόν όλες οι τουριστικές βιομηχανίες στον κόσμο υπόκεινται σε ορισμένες περιορισμούς και τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό η αγορά είναι προβληματική. Σύμφωνα με το UNTWO (2020), το αριθμός των διεθνών τουριστών τους πρώτους τέσσερις μήνες του 2020 είχε μειωθεί κατά 44% σε σχέση με το 2019, λόγω των lockdown και των ταξιδιωτικών περιορισμών, ενώ αντίστοιχα και στη συνέχεια η τουριστική βιομηχανία συνέχισε να πλήττεται και να επιχειρεί να αντιμετωπίσει τις αρνητικές επιπτώσεις.

Οι αρνητικές επιπτώσεις, βέβαια, στην τουριστική βιομηχανία δεν αναμένεται να διαχειριστούν άμεσα, με αποτέλεσμα οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής να χρειάζεται να λάβουν σημαντικές αποφάσεις και μέτρα σε σχέση με τον τουριστικό τομέα. Για τη χάραξη της πολιτικής, μάλιστα, κρίνεται απαραίτητο να λάβουν σοβαρά υπόψη τη συμπεριφορά των τουριστών, η οποία έχει αλλάξει σημαντικά από το ξέσπασμα της πανδημίας. Ο φόβος της μόλυνσης και οι οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν

οι πολίτες, τους έχουν οδηγήσει σε διαφορετικές επιλογές σε σχέση με τους τουριστικούς προορισμούς και το είδος διακοπών που έχουν ανάγκη ή μπορούν να υποστηρίξουν. Για τον λόγο αυτό, οι επιλογές τους κρίνεται απαραίτητο να αποτελούν βασικό στοιχείο διερεύνησης, ώστε οι πολιτικές που θα σχεδιαστούν να ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους και να είναι σε θέση να επιλύσουν τα μακροπρόθεσμα προβλήματα της πανδημίας.

Σκοπό της εργασίας αποτελεί η διερεύνηση των επιπτώσεων από την πανδημία του COVID-19 σε παγκόσμιο επίπεδο στον τουριστικό τομέα και στην τουριστική συμπεριφορά, η οποία κατευθύνει και καθοδηγεί τη χάραξη πολιτικών. Για να μπορέσει να κατανοηθεί, ωστόσο, πληρέστερα η ανάγκη διερεύνησης της αναδιαμόρφωσης της τουριστικής βιομηχανίας μέσω της τουριστικής συμπεριφοράς παρουσιάζεται και η περίπτωση της Ιταλίας, η οποία αξιοποίησε τις αλλαγές που εμφανίστηκαν στην τουριστική συμπεριφορά για να λάβει μέτρα για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας. Έτσι, στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική συμπεριφορά και η συσχέτιση του τουριστικού τομέα με την οικονομία, ενώ στη συνέχεια στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται οι επιπτώσεις της πανδημίας στον τουριστικό τομέα και η ανάγκη ανάπτυξης της ανθεκτικότητας σε αυτόν. Εν συνεχεία στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζεται συνοπτικά η επίδραση της πανδημίας σε παγκόσμιο επίπεδο στην τουριστική βιομηχανία και στο τέταρτο κεφάλαιο η σημασία της ανάλυσης της τουριστικής συμπεριφοράς μέσα από διεθνείς έρευνες, αλλά και τα μέτρα που έχουν ληφθεί προς την κάλυψη των νέων αναγκών που έχουν προκύψει στους τουρίστες. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η περίπτωση της Ιταλίας, μιας χώρας που έχει πληγεί σε μεγάλο βαθμό και πολυεπίπεδα από την πανδημία και οι τρόποι αναδιαμόρφωσης και επανεκκίνησης του τουρισμού.

Κεφάλαιο 1^ο: Τουρισμός και Οικονομία

1.1 Παράγοντες επιρροής των τουριστικών επιλογών

Λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία του τουριστικού τομέα για την ανάπτυξη και εξέλιξη των χωρών, κρίνεται αναγκαίο να εξετάζονται και να διερευνώνται διεξοδικά και οι συνθήκες που επηρεάζουν την επιλογή των τουριστών. Πιο συγκεκριμένα, οι φορείς του τουρισμού χρειάζεται να γνωρίζουν ποιους παράγοντες εξετάζουν οι τουρίστες σε μια χώρα, ώστε να την επιλέξουν σαν προορισμό. Οι παράγοντες αυτοί, αποτελούν και τα στοιχεία εκείνα που προσφέρουν αξία στο τουριστικό προϊόν και δύνανται να διακριθούν σε τρεις κατηγορίες τις επιλογές μεταφοράς, τις επιλογές διαμονής και τις επιλογές προορισμού. Κάθε κατηγορία διαθέτει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και δεδομένα που διερευνούν οι τουρίστες, ώστε να επιλέξουν τον τελικό τους προορισμό, ενώ αντίστοιχα οι χώρες χρειάζεται να τις υποστηρίξουν με στόχο την αύξηση του τουρισμού.

- **Επιλογές Μεταφοράς**

Η μεταφορά των τουριστών και η δυνατότητα κίνησης σε έναν προορισμό αποτελούν βασικό παράγοντα για την επιλογή του τουριστικού προϊόντος, καθώς οι τουρίστες επιλέγουν συνήθως περιοχές και πόλεις που δύνανται να κινούνται με ευχέρεια. Για τον λόγο αυτό, η προσφορά από μέρους των τουριστικών περιοχών ευέλικτης, εύκολης και γρήγορης μεταφοράς χρειάζεται να βρίσκεται στο επίκεντρο των τουριστικών περιοχών, ώστε να καθίστανται ανταγωνιστικές και οι περιοχές να επιλέγονται από τους τουρίστες (Scott et al. 2012, Le-Klähn et al., 2014). Επιπλέον, η προσβασιμότητα στις μεταφορές των ατόμων χρειάζεται αντίστοιχα να είναι εύκολη, ώστε να είναι σε θέση να επισκέπτονται περισσότερα μέρη με ευκολία και ασφάλεια. Ο λόγος για τη σημασία της εύκολης και γρήγορης μετακίνησης, σχετίζεται και με το χρονικό διάστημα της επίσκεψης των τουριστών στις περιοχές, καθώς μέσα σε λίγες ημέρες επιθυμούν να γνωρίσουν όσα περισσότερα μέρη μπορούν. Έτσι, οι περιοχές με αποτελεσματικά συστήματα μεταφορών τείνουν να βρίσκονται υψηλά στις προτιμήσεις των τουριστών (Xiao et al., 2012, Mandeno, 2011).

Ένα αποτελεσματικό σύστημα μεταφορών, δύναται να ενισχύσει επιπλέον τις εισροές των τουριστών τόσο σε τουριστικές περιόδους όσο και σε περιόδους που δεν υπάρχει

τόσο μεγάλη αιχμή. Ιδιαίτερα στις περιόδους αιχμής, η μεταφορά και η κίνηση μπορεί σε περιοχές που έχουν καλά συστήματα μεταφορών δύναται να καταστεί αρκετά δύσκολη, καθώς η αύξηση του πληθυσμού και της ζήτησης στις μετακινήσεις, μπορούν να δυσκολεύουν τη μετακίνηση. Ένα καλό σύστημα μεταφορών, ακόμη δύναται να μειώσει και τις διαταραχές που μπορεί να προκληθούν στους μόνιμους κατοίκους των περιοχών, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα σε όλους να κινηθούν με άνεση και ασφάλεια, χωρίς να δυσχεραίνεται η καθημερινότητά τους (Albalate & Bel, 2010). Ωστόσο, η αύξηση της κινητικότητας και των εισροών, δύναται να επηρεάσει σημαντικά το περιβάλλον στις τουριστικές περιοχές (Hall et al., 2013). Για τον λόγο αυτό, χρειάζεται οι υποδομές μεταφορών και τα συστήματα να στηρίζονται σε βιώσιμα πρότυπα μεταφοράς, ώστε να μειώνονται οι εκπομπές των ατμοσφαιρικών ρύπων που επιβαρύνουν το περιβάλλον. Προς την κατεύθυνση αυτή, οι τουριστικές περιοχές χρειάζεται να γνωρίζουν και να αξιολογούν συνεχώς τη συμπεριφορά των τουριστών, τις προτιμήσεις τους και τα μέσα μεταφοράς που επιλέγουν συχνότερα, ώστε να είναι σε θέση να επενδύσουν στις κατάλληλες υποδομές (Hall et al., 2017, Scott et al., 2016).

- **Επιλογές διαμονής**

Τα καταλύματα αποτελούν έναν δεύτερο σημαντικό παράγοντα στη συμπεριφορά των τουριστών, αλλά και για τις τουριστικές περιοχές, οι οποίες καλούνται να δημιουργήσουν επαρκή καταλύματα και κατάλληλα για τις ανάγκες των τουριστών. Ωστόσο, ο τομέας της διαμονής αποτελεί έναν ιδιαίτερα δύσκολο τομέα, καθώς πλήττεται σημαντικά από τις διακυμάνσεις που εμφανίζονται στις τουριστικές κινήσεις και από την εποχικότητα του ίδιου του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις που σχετίζονται με τη διαμονή των τουριστών στις περιοχές χρειάζεται να γνωρίζουν τις περιόδους που υπάρχει αυξημένη κινητικότητα, τις ανάγκες των τουριστών, αλλά και τις ανάγκες για προσωπικό τις περιόδους αυτές. Αντίστοιχα, χρειάζεται να βρίσκουν τρόπους να λειτουργούν και να είναι κερδοφόρες ως επιχειρήσεις και στις περιόδους που δεν υπάρχει αυξημένη τουριστική κινητικότητα, ώστε οι επιχειρήσεις να είναι βιώσιμες και αποδοτικές (Song et al., 2010, Guo et al., 2017).

Από τη μεριά των τουριστών, η ζήτηση και η επιλογή των καταλυμάτων σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με το είδος των διακοπών που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν. Έτσι, αναζητούν καταλύματα που είναι σε θέση να καλύψουν τις ανάγκες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους, να είναι κοντά σε μέσα μεταφοράς ώστε να μπορούν να κινούνται με ευχέρεια και να τους παρέχουν την απαραίτητη ασφάλεια. Έτσι, η επιλογή των καταλυμάτων σχετίζεται τόσο με το εξωτερικό περιβάλλον, την τοποθεσία δηλαδή που βρίσκεται, όσο και με το εσωτερικό περιβάλλον, την άνεση, την καθαριότητα, την ασφάλεια και την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχονται (Agyeivaaah et al., 2016).. Με βάση, τις ανάγκες αυτές των τουριστών και τη συμπεριφορά τους ως προς την επιλογή των καταλυμάτων, οι επιχειρήσεις διαμονής χρειάζεται να μπορούν να προσφέρουν όσα ζητούν οι τουρίστες, αλλά και να είναι σε θέση να καλύπτουν τις ανάγκες της τουριστικής περιοχής σε περιόδους αυξημένης αιχμής και ζήτησης. Έτσι, ως προς τη διαμονή, κάθε τουριστική περιοχή κρίνεται απαραίτητο να διερευνά και πάλι την κινητικότητα που εμφανίζει ανά περιόδους και τη συμπεριφορά των καταναλωτών, ώστε να κατέχει αρκετά καταλύματα για να τις καλύψει (Guo et al., 2017).

- **Επιλογές προορισμού**

Ο τελευταίος βασικός παράγοντας που διερευνούν οι τουρίστες αφορά τον προορισμό στον οποίο θα υλοποιήσουν τις διακοπές τους. Ο παράγοντας αυτός έχει διερευνηθεί σε μεγάλο βαθμό τόσο σε παλαιότερες έρευνες όσο και σε σύγχρονες έρευνες, καθώς αποτελεί έναν σημαντικό τομέα για τη συμπεριφορά των τουριστών. Στον παράγοντα αυτό, οι έρευνες έχουν αναδείξει ότι τα ατομικά χαρακτηριστικά των τουριστών και οι προτιμήσεις τους σε σχέση με τις διακοπές αποτελούν σημαντικό στοιχείο που επηρεάζει την επιλογή. Πιο συγκεκριμένα, στην έρευνα των Luo et al. (2004), αναδείχθηκε ότι όσο μεγαλύτερο εισόδημα διαθέτουν τα άτομα είναι σε θέση να επιλέξουν και να μεταβούν σε πιο ακριβούς τουριστικούς προορισμούς, στους οποίους συμπεριλαμβάνονται και τα διεθνή ταξίδια, ενώ άτομα με χαμηλό εισόδημα επιλέγουν κοντινούς και οικονομικούς προορισμούς.

Σε άλλες έρευνες των Kim et al. (2005) και Sparks & Pan (2009) αναδείχθηκε ότι τα άτομα επιλέγουν να ταξιδέψουν σε προορισμούς που διαφέρουν από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους, καθώς επιθυμούν να συναναστραφούν και να γνωρίσουν νέους ανθρώπους και συνήθειες. Σε πολλές περιπτώσεις διεθνών ταξιδιών, μάλιστα, οι

τουρίστες επιλέγουν χώρες που διαφοροποιούνται πολιτιστικά από τις δικές τους, ενώ επιθυμούν να υπάρχουν και πολιτιστικά μέρη να επισκεφθούν. Πιο συγκεκριμένα, στις περιπτώσεις αυτές, οι τουρίστες επιθυμούν να επισκεφθούν ιστορικά σημεία των περιοχών και να μάθουν για αυτά και για τον λόγο αυτό περιοχές με έντονο ιστορικό και πολιτιστικό στοιχείο βρίσκονται υψηλά στις προτιμήσεις τους. Σημαντικό ρόλο, ωστόσο διαδραματίζει και το φυσικό τοπίο και η συνολική εικόνα που δύναται να αποκομίσει κάποιος από την περιοχή που επισκέπτεται, και για τον λόγο αυτό οι τουρίστες πριν την επίσκεψή τους διερευνούν απόψεις άλλων για τις περιοχές και τον φυσικό πλούτο που διαθέτουν. Έτσι, οι αρμόδιοι στις περιοχές για τον τουρισμό χρειάζεται να λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες αυτές των επισκεπτών και να φροντίζουν να διαμορφώνουν τις κατάλληλες υποδομές και να ενισχύουν τον φυσικό πλούτο και την πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής (Sparks & Pan, 2009, Li et al, 2013).

Η διερεύνηση της συμπεριφοράς των τουριστών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο και κρίνεται απαραίτητο να λαμβάνεται υπόψη, λόγω της σημασίας του τουριστικού τομέα στη γενικότερη ανάπτυξη των περιοχών. Πιο συγκεκριμένα, όσο περισσότερο οι τουρίστες επιλέγουν να επισκεφθούν μια περιοχή τόσο αναπτύσσονται σε αυτή επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα υπηρεσιών και εξελίσσεται το τουριστικό προϊόν, με αποτέλεσμα μια γενική ανάπτυξη των περιοχών, ενώ αντίστοιχα οι επισκέπτες συνεισφέρουν άμεσα την τουριστική περίοδο στην οικονομική ανάπτυξη των περιοχών με τις αγορές τους και τα χρήματα που καταναλώνουν. Έμμεσα η συμπεριφορά των καταναλωτών επηρεάζει και την απασχόληση στις τουριστικές περιοχές, καθώς το άνοιγμα των τουριστικών επιχειρήσεων μειώνει την ανεργία. Τα οφέλη, λοιπόν, από τον τουρισμό αποτελούν πολλαπλασιαστικά οφέλη, καθώς ο ένας τομέας επηρεάζει τον άλλον και εν τέλει ο τουρισμός αναδεικνύεται σε ένα βασικό στοιχείο ανάπτυξης (Ικκος & Κουτσός, 2020). Ωστόσο, τα οφέλη αυτά είναι ιδιαίτερα ευάλωτα λόγω των μειονεκτημάτων του τουριστικού τομέα από την έντονη εποχικότητα που διαθέτει και τη μεγάλη επίδραση των εξωτερικών παραγόντων σε αυτόν. Έτσι, σε περιοχές που στηρίζονται αποκλειστικά από τον τουρισμό, η ανάπτυξή τους είναι επισφαλής, με αποτέλεσμα διάφορες κρίσεις, όπως η πανδημία του Covid-19, να επιφέρουν πολλαπλασιαστικές αρνητικές επιδράσεις σε πολλούς τομείς (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

1.2 Η σημασία του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη

Με βάση τα παραπάνω, αναδεικνύεται ότι η συμπεριφορά των τουριστών επιδρά ιδιαίτερα στην οικονομία των χωρών και στην τελική ανάπτυξη του τουριστικού τομέα βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Για τον λόγο αυτό πολλαπλές έρευνες έχουν υλοποιηθεί με στόχο να διερευνηθούν οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία. Στη διεθνή βιβλιογραφία οι έρευνες αποκαλύπτουν τη μακροπρόθεσμη επιρροή του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη, γνωστή ως υπόθεση ανάπτυξης που καθοδηγείται από τον τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως κινητήρας ανάπτυξης συμβάλλοντας στην αύξηση του ΑΕΠ, στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στη δημιουργία συναλλάγματος (Alhowaish, 2016). Από την άλλη μεριά, η οικονομική ανάπτυξη επηρεάζει, επίσης, θετικά την τουριστική ανάπτυξη, καθώς ευνοεί τις τουριστικές δραστηριότητες αναπτύσσοντας εγκαταστάσεις και υποδομές, όπως ανάπτυξη μεταφορών, ανάπτυξη τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών, ηλεκτρονικό χρήμα, ξενοδοχεία, εστιατόρια και άλλες υπηρεσίες και εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας (Alhowaish, 2016). Διαπιστώνεται με τον τρόπο αυτό, ότι η σχέση μεταξύ των δύο αυτών παραγόντων σε παγκόσμιο επίπεδο είναι ιδιαίτερα ισχυρή, καθώς θετικές ή αρνητικές καταστάσεις στο ένα επιφέρουν αντίστοιχες συνέπειες τον άλλο. Για τον λόγο αυτό, πολυάριθμες μελέτες που διερεύνησαν τη συσχέτιση μεταξύ του τουρισμού και της οικονομικής ανάπτυξης χρησιμοποιώντας το τεστ αιτιότητας Granger στην ανάλυση δεδομένων χρονοσειρών περιλαμβάνουν αυτές των Gunduz και Hatemi-J (2005) (Tang & Tan (2013), Manzoor et al. (2019), Songling et al. 2019). Αυτές οι μελέτες υποστηρίζουν την υπόθεση της ανάπτυξης που καθοδηγείται από τον τουρισμό.

Επιπλέον, μελέτες επιχείρησαν να αναδείξουν τη σχέση αυτή εξετάζοντάς την μεμονωμένα σε χώρες, ώστε να διαπιστωθεί η ακριβής συσχέτιση, αλλά και να διαπιστωθεί κατά πόσο οι οικονομικές κρίσεις δύνανται να επηρεάσουν τον τουρισμό, ώστε να αναδειχθεί η σημασία του τουριστικού τομέα σε αυτές και αντίστοιχα στην παγκόσμια οικονομία. Ο Oh (2005), στην έρευνά του για τη σχέση μεταξύ του τουρισμού και της οικονομίας, η οποία υλοποιήθηκε στην χώρα της Κορέας, διαπίστωσε ότι η οικονομία της Κορέας χρειάζεται μια μακροπρόθεσμη ισορροπία μεταξύ της τουριστικής ανάπτυξης και της οικονομικής επέκτασης. Τα αποτελέσματα του τεστ αιτιότητας Granger που πραγματοποίησε υποδηλώνουν ότι η τουριστική

ανάπτυξη που βασίζεται στην οικονομία έχει μια μονόδρομη αιτιακή σχέση. Έτσι, η κορεατική οικονομία δεν αντέχει την προοπτική της οικονομικής ανάπτυξης με γνώμονα τον τουρισμό. Οι Khalil et al. (2007), στη δική τους έρευνα στη χώρα του Πακιστάν, διαπίστωσαν ότι η συσχέτιση μεταξύ των τουριστικών εσόδων και της οικονομικής επέκτασης είναι καλή και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η οικονομική επέκταση είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή αυτή. Ωστόσο, και οι ίδιοι στην έρευνά τους διαπίστωσαν μια αιτιακή σχέση ανάμεσα στους δύο παράγοντες. Εν συνεχεία, παρόμοια έρευνα των Akan et al. (2008) διερεύνησε τις αιτιώδεις συσχετίσεις μεταξύ του τουρισμού και της οικονομικής επέκτασης της Τουρκίας χρησιμοποιώντας το τεστ αιτιότητας Granger, το τεστ Phillips-Perron, την προσέγγιση συνολοκλήρωσης και ένα μοντέλο Vector Auto Regression (VAR) για την περίοδο 1985-2007. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής ανέδειξαν ότι ο τουρισμός εμφανίζει ισχυρή επίδραση στην οικονομική επέκταση, της χώρας και δύναται να αποτελέσει παράγοντα εξέλιξης αυτής. με αποτέλεσμα οι κυβερνήσεις της χώρας να χρειάζεται να επενδύσουν στον τουριστικό τομέα ακόμα περισσότερο. Ανέφεραν επίσης ότι υπάρχει μια μακροπρόθεσμη σταθερή συσχέτιση μεταξύ της τουριστικής ανάπτυξης και της οικονομικής ανάπτυξης, με αποτέλεσμα οι κυβερνήσεις της χώρας να χρειάζεται να επενδύσουν στον τουριστικό τομέα ακόμα περισσότερο.

Αργότερα, οι Nissan et al. (2011) προσπάθησαν να προσδιορίσουν εάν η τουριστική δραστηριότητα είναι σε θέση να τονώσει την οικονομική πρόοδο των χωρών. Ακόμη, στην έρευνά τους, υπέδειξαν τις κύριες παραμέτρους που επηρέασαν την τουριστική δραστηριότητα και έδειξαν μια επίδραση ανατροφοδότησης στο εισόδημα και τον τουρισμό. Επιπλέον, εντόπισαν ότι ο τουρισμός παρέχει τα απαραίτητα κεφάλαια για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, τονώνει την παραγωγικότητα των τοπικών επιχειρήσεων και δημιουργεί νέες ευκαιρίες εργασίας που αυξάνουν την ευημερία της χώρας. Την ίδια χρονιά, ο Kreishan (2011) χρησιμοποίησε το μοντέλο Autoregressive Distributed Lag (ARDL) από το 1990 έως το 2014 για να διερευνήσει εμπειρικά την υπόθεση ανάπτυξης που καθοδηγείται από τον τουρισμό (TLGH). Από την έρευνά του αυτή, διαπίστωσε ότι υπήρχε ένας ισχυρός δεσμός εν μέσω της τουριστικής επέκτασης και της οικονομικής προόδου στο Μπαχρέιν. Επιπλέον, τα αποτελέσματά του αποκάλυψαν ότι υπήρχε μια μονόδρομη αιτιότητα του Granger που έρεε από τον τουρισμό στην οικονομική

ανάπτυξη. Έτσι, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός είχε θετική επίδραση στην οικονομία του Μπαχρέιν και πρότεινε ότι, η κυβέρνηση του Μπαχρέιν θα έπρεπε να ενισχύσει στρατηγικά τον τουριστικό της τομέα, ώστε να έχει μια ουσιαστική ευκαιρία να ενισχύσει την οικονομική της πρόοδο. Η μακροπρόθεσμη συσχέτιση του τουρισμού και της οικονομίας, αναδείχθηκε και από την έρευνα των Adnan και Khan (2013), οι οποίοι στη δικής τους έρευνα διαπίστωσαν ότι όσο περισσότερο ενισχύεται ο τουριστικός τομέας, τόσο περισσότερο αναπτύσσεται η οικονομία των χωρών, ενώ αντίστοιχα όταν υφίσταται οικονομική άνθιση, οι χώρες είναι σε θέση να επενδύσουν στον τουριστικό τομέα και να αναγνωρίσουν τα οφέλη αυτού. Εν συνεχεία, οι Wang και Ma (2015) βρήκαν μια σημαντική και ισχυρή συσχέτιση μεταξύ του ΑΕΠ στο Guihoz της Κίνας και του τουριστικού εισοδήματος, ενώ οι Bayramoglu και Arı (2015) βρήκαν μια ουσιαστική μονόδρομη αιτιότητα που ξεκινά από τις δαπάνες των ξένων τουριστών που επισκέφθηκαν την Ελλάδα στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Οι Lee and Syah (2018) διεξήγαγαν μια μελέτη στην Ινδονησία για να εξετάσουν τον μαζικό αντίκτυπο του τουρισμού στον περιφερειακό τουριστικό προορισμό από οικονομική και περιβαλλοντική προοπτική κατά την περίοδο 1980-2015. Η έρευνα χρησιμοποίησε ανάλυση παλινδρόμησης συνολοκλήρωσης χρησιμοποιώντας πλήρως τροποποιημένο OLS (FMOLS), Dynamic OLS (DOLS) και Κανονική παλινδρόμηση συνολοκλήρωσης. Τα αποτελέσματα απεικονίζουν μια μακροπρόθεσμη σχέση ισορροπίας μεταξύ των τουριστικών εισπράξεων, της υποβάθμισης του περιβάλλοντος και της οικονομικής ανάπτυξης, ενώ βραχυπρόθεσμα, η τουριστική ανάπτυξη και η ανάπτυξη της γεωργικής γης συσχετίστηκαν θετικά. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η τουριστική ανάπτυξη θα έχει θετικό αντίκτυπο στην οικονομία, αλλά τη στιγμή της υλοποίησης της έρευνας ήταν σε θέση να επιδράσει αρνητικά στο περιβάλλον. Ο Mustafa (2019), στη δικής του έρευνα, η οποία αφορούσε την περιοχή της Σρι Λάνκα, επιχείρησε να αξιολογήσει τον ρόλο των άμεσων ξένων επενδύσεων και των τουριστικών εσόδων κατά την περίοδο 1978-2016. Τα αποτελέσματα της έρευνάς του ανέδειξαν μια ισχυρή θετική συσχέτιση μεταξύ του μεταβλητού ΑΕΠ άμεσων ξένων επενδύσεων, με αποτέλεσμα να καταλήξουν στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός είναι σε θέση να ενισχύσει την οικονομία της χώρας βραχυπρόθεσμα, αλλά και μακροπρόθεσμα. Παρόμοια έρευνα, διεξήγαγαν και οι Badulescu et al. (2020), οι οποίοι διερεύνησαν ερεύνησε τη σχέση μεταξύ του κατά κεφαλήν Ακαθάριστου

Εγγώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) και του διεθνούς τουρισμού στη Ρουμανία κατά την περίοδο 1995-2016 χρησιμοποιώντας το τεστ συνολοκλήρωσης Johansen και την αιτιότητα Granger. Τα αποτελέσματά τους επιβεβαίωσαν την υπόθεση του τουρισμού που καθοδηγείται από την ανάπτυξη (GLTH) μακροπρόθεσμα (σε σχέση τόσο με τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις όσο και με τις διεθνείς αφίξεις τουρισμού).

Παρόμοιες έρευνες έχουν υλοποιηθεί και υλοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο συνεχώς, ώστε να διαπιστώνεται κάθε φορά η άμεση σχέση μεταξύ του τουρισμού και της οικονομίας των χωρών. Οι έρευνες αυτές, δεν πραγματοποιούνται μόνο για να συλλεγούν δεδομένα και οι ερευνητές να διαπιστώσουν τη σχέση μεταξύ των δύο τομέων, αλλά για να προωθηθούν και οι επενδύσεις προς τον τουριστικό τομέα. Ακόμη, τα ερευνητικά δεδομένα, προσφέρουν στις κυβερνήσεις των χωρών, σταθερά στοιχεία για τον τρόπο με τον οποίο ο τουρισμός μπορεί να ενισχύσει την ανάπτυξη των χωρών στο σύνολό τους, διότι δρα αλληλεπιδραστικά με πολλούς τομείς και κατ' επέκταση με τις εθνικές οικονομίες. Επιπλέον, μέσω των ερευνών τους διαπιστώνεται ότι και οι αρνητικές επιπτώσεις σε έναν τομέα ή η υποεπένδυση σε αυτόν, μπορεί να επιφέρει σημαντικές επιπτώσεις στον τουριστικό τομέα, ενώ αντίστοιχα οικονομικές κρίσεις ή περίοδοι μειωμένης χρηματοδότησης, μπορεί να επηρεάσει τον τουριστικό τομέα και αλληλεπιδραστικά και πολλούς άλλους τομείς των χωρών (Badulescu et al., 2020, Mustafa, 2019, Wang & Ma, 2015, Bayramoglu & Ari, 2015).

Κεφάλαιο 2ο: Πανδημία και τουρισμός

2.1 Επιπτώσεις της πανδημίας στον τουρισμό

Η πανδημία του Covid-19 επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τα κράτη, καθώς για αρκετό διάστημα επιβλήθηκαν πολλοί υγειονομικοί περιορισμοί και αρκετοί τομείς έπαψαν να λειτουργούν ή υπολειτουργούσαν. Οι αρνητικές επιπτώσεις, μάλιστα, αναγνωρίζονται ως μακροπρόθεσμες λόγω της παγκόσμιας εμβέλειας της πανδημίας και της μεγάλης διάρκειας που διαθέτει. Αναπόφευκτα, η πανδημία επηρέασε και συνεχίζει να επηρεάζει τον τουριστικό τομέα, καθώς πρόκειται για έναν τομέα ιδιαίτερα ευάλωτο σε εξωτερικές κρίσεις. Οι επιδημίες και οι πανδημίες, μάλιστα, έχουν διερευνηθεί και στο παρελθόν και έχουν αναδειχθεί σε ιδιαίτερα επιζήμιες καταστάσεις για τον τουριστικό τομέα. Για παράδειγμα, αντίστοιχες αρνητικές επιπτώσεις εμφανίστηκαν στον τουρισμό και στο ξέσπασμα του SARS στο παρελθόν ή με στο ξέσπασμα της γρίπης των χοίρων, καθώς ο φόβος και οι περιορισμοί επηρέασαν τη συμπεριφορά των τουριστών. Η πιο συχνή αρνητική επίδραση στον τουρισμό, η οποία εντοπίστηκε και στην τωρινή πανδημία, αποτελεί η ακύρωση των ταξιδιών, η οποία αναπόφευκτα επιδρά αρνητικά στους τομείς των μεταφορών και διαμονής (Henderson, 2007, UNWTO, 2019). Αποτέλεσμα των ακυρώσεων αποτελεί η μείωση των οικονομικών εισροών και αντίστοιχα η μείωση της απασχόλησης, ενώ η μακρόχρονη μείωση της τουριστικής κινητικότητας επιφέρει σημαντικές οικονομικές συνέπειες στους προορισμούς, αλλά και στους επιμέρους κλάδους που εξαρτώνται από τον τουρισμό (Oluwole & Olufemi, 2011).

Για τον λόγο αυτό το ξέσπασμα της πανδημίας και η παγκόσμια επέκτασή του έθεσε σοβαρούς προβληματισμούς γύρω από τη βιωσιμότητα του τουριστικού τομέα και διάφοροι ερευνητές αναζήτησαν τρόπους διαχείρισης των επιπτώσεων. Ειδικότερα, άρχισαν να διερευνούν τρόπους υλοποίησης των ταξιδιών λόγω των υγειονομικών περιορισμών, αλλά και τρόπους υποστήριξης του τουριστικού κλάδου, ο οποίος πλήττεται σοβαρά. Πλέον, τίποτα δεν μπορεί να θεωρηθεί δεδομένο και οι τουριστικοί προορισμοί, αλλά και οι Κυβερνήσεις των χωρών χρειάζεται να στραφούν στην αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων, καθώς οι ταξιδιωτικές ρυθμίσεις και οι τεχνολογικές λύσεις δεν αρκούν για να εγγυηθούν σταθερή ανάπτυξη προοπτικές για τον τουρισμό. Ο τουρισμός, παρά την υποστήριξη νέων τεχνολογιών

αποτελεί ένα περίπλοκο και επομένως εύθραυστο σύστημα, καθώς εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως η ανθρώπινη ευημερία και το περιβάλλον, αμοιβαία εμπιστοσύνη, διεθνής αλληλεγγύη, ασφάλεια, ειρήνη και υγεία. Ο Covid-19 έχει επηρεάσει σημαντικά δύο από τα κύρια στοιχεία που διακρίνουν τον τουρισμό, συγκεκριμένα, σωματικά ταξίδια και κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Ως αποτέλεσμα, πολλοί περιορισμοί και έχουν εφαρμοστεί διεθνώς έκτακτα προληπτικά μέτρα για τον περιορισμό και καταπολέμηση της πανδημίας του Covid-19. Οι πρωτοβουλίες αυτές έχουν ανατρέψει πλήρως την καθημερινότητα ζωή των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο, μεταξύ άλλων με την άσκηση ισχυρού αντίκτυπου στην τουριστική συμπεριφορά (Corbisiero, 2020, Irwin, 2020).

Η πανδημία του Covid-19 ανέστειλε για μεγάλο χρονικό διάστημα την ανάπτυξη του τουρισμού, ενός κλάδου που γνώριζε πραγματική άνθηση τα τελευταία χρόνια (UNWTO, 2019, RTE, 2020). Στο αστικό περιβάλλον, ο Covid-19 επηρέασε όλα τα μέρη της αλυσίδας αξίας της φιλοξενίας. Τα καταλύματα και τα κλειστά αξιοθέατα έγιναν αμέσως αισθητά στην τουριστική αλυσίδα. Οι χώροι ψυχαγωγίας και τα εστιατόρια έπρεπε επίσης να κλείσουν, ενώ το άνοιγμά τους στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε με σημαντικούς περιορισμούς στη χωρητικότητά τους με αποτέλεσμα την εμφάνιση μείωσης στις πωλήσεις και στην απασχόληση (Gössling et al., 2020). Ευρέως, οι τουριστικές περιοχές, ακόμη και σε περιόδους μείωσης των υγειονομικών περιορισμών δεν μπόρεσαν να αποφύγουν τις αρνητικές επιπτώσεις της πανδημίας, καθώς η υγειονομική αυτή κρίση ανέδειξε σε μεγάλο βαθμό και τα διάφορα άλλα προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι περιοχές, τα οποία αποτέλεσαν έναν ακόμα παράγοντα μείωσης της τουριστικής κινητικότητας. Από το ξέσπασμα της πανδημίας, επίσης, η κινητικότητα έχει υποστεί οπισθοδρόμηση όχι μόνο λόγω των ταξιδιωτικών απαγορεύσεων και των ευρέως διαδεδομένων περιορισμούς στις φυσικές συγκεντρώσεις, αλλά και γιατί υπέφεραν αμέσως από αρνητικές αντιλήψεις λόγω του φόβου της μετάδοσης. Με κινητικότητα σε στάση καταρρέουσα καταναλωτική ζήτηση, χαμηλά αποθέματα μετρητών, ξενοδοχεία κλειστά, μέσα σε λίγες εβδομάδες διαταράχθηκε η γεωγραφία των ταξιδιών και ο τουρισμός (Φλόριντα, 2020). Έτσι, σύμφωνα με τον Haywood (2020), προορισμοί που εξαρτώνται από τον τουρισμό έγιναν πόλεις-φαντάσματα και η απογοήτευση εμφανίστηκε σε όσους ασχολούνταν με αυτόν.

Παρόλο, που σταδιακά η τουριστική ζήτηση έχει αρχίσει να αποκαθίσταται και οι τουριστικοί προορισμοί να ανακάμπτουν, οι αρνητικές επιπτώσεις δεν μπορούν ακόμα να ξεπεραστούν, με αποτέλεσμα η πλήρης ανάκαμψη να χρειάζεται μεγάλο χρονικό διάστημα (UNWTO, 2020). Οι Κυβερνήσεις, των χωρών, επίσης, αναγνώρισαν άμεσα τη σημασία της ενίσχυσης και υποστήριξης του τουρισμού και άμεσα έλαβαν μέτρα για την αποκατάσταση και διαχείριση των επιπτώσεων, ωστόσο δεν είναι σε θέση μέσω της οικονομικής στήριξης στις επιχειρήσεις να αποτρέψουν τις αρνητικές επιπτώσεις και να επαναφέρουν άμεσα την τουριστική ζήτηση στα επίπεδα πριν την πανδημία. Η πανδημία, όμως, ανέδειξε τη σημασία της βιωσιμότητας των τουριστικών προορισμών και τη λήψη μέτρων και εύρεση εναλλακτικών λύσεων, ώστε σε επόμενες κρίσεις να υπάρχει μεγαλύτερη ετοιμότητα και ανθεκτικότητα. Πιο συγκεκριμένα, τα πλήγματα της πανδημίας έφεραν τους αρμόδιους αντιμετώπους με την εισαγωγή νέων τρόπων μάρκετινγκ και μανάτζμεντ, διαπιστώνοντας ότι οι κρίσεις αποτελούν μέρος της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων και της εξέλιξής τους. Για τον λόγο αυτό, οι έννοιες της βιωσιμότητας και της ανθεκτικότητας κυριαρχούν στον τουρισμό και οι τουριστικοί προορισμοί στρέφονται στη λήψη αποφάσεων που επιτρέπουν τη διαχείριση πιθανών νέων κρίσεων, αλλά και την εισαγωγή βιώσιμων δράσεων. Κλιματικές αλλαγές, τρομοκρατικές επιθέσεις, οικονομική και βιομηχανική κρίση και το ψηφιακό χάσμα έχουν ληφθεί σοβαρά υπόψη από τους αρμόδιους φορείς, με αποτέλεσμα να προωθούνται δράσεις που ενισχύουν την ανθεκτικότητα των προορισμών και ενδεχόμενες αρνητικές επιπτώσεις από την εμφάνισή τους να επιτρέψουν στις τουριστικές κοινότητες να επιβιώσουν (Lee & Chen, 2011).

2.2 Η ανάδειξη της έννοιας της ανθεκτικότητας στον τουρισμό

Το ξέσπασμα της πανδημίας αμέσως διαμόρφωσε νέα δεδομένα στον τουρισμό και άρχισαν να αναζητούνται δράσεις για την εποχή μετά την διαχείρισή της. Ο μετα-πανδημικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την έννοια της ανθεκτικότητας, η οποία σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με την έννοια της βιωσιμότητας, που καλείται να διαχειριστεί επιπτώσεις από διάφορες κρίσεις που μπορεί να εμφανιστούν. Πιο συγκεκριμένα, έχει διαπιστωθεί πλέον ότι οι επιχειρήσεις του τουρισμού και οι τουριστικοί προορισμοί χρειάζεται να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και να λάβουν σημαντικές γνώσεις από την πανδημία. Οι γνώσεις αυτές στη συνέχεια κρίνεται αναγκαίο να ενσωματωθούν στη γενική κουλτούρα του τουρισμού, ο οποίος πλέον δεν πρέπει να αποσκοπεί μόνο στα κέρδη κατά την τουριστική περίοδο που υπάρχει αυξημένη ζήτηση, αλλά να επεκτείνεται σε όλο το έτος. Με τον τρόπο αυτό, οι επιχειρήσεις δύνανται να καταστούν βιώσιμες και να είναι σε θέση να διαχειριστούν αποτελεσματικά πιθανές νέες κρίσεις, ενώ ταυτόχρονα κάθε κρίση θα είναι σε θέση να αποτελεί παράγοντα εισαγωγής αλλαγών και λήψης νέων αποφάσεων προς όφελος των επιχειρήσεων (Assadourian, 2013).

Οι κρίσεις υποδηλώνουν νέα σκέψη για τον επανασχεδιασμό του τουρισμού και των συνδεδεμένων κοινωνικών του αναγκών. Ειδικότερα, στον απόηχο του COVID-19 τα ταξίδια έκτακτης ανάγκης δεν θα είναι πλέον βιώσιμα, με επιπτώσεις τόσο στο περιβάλλον όσο και στις τοπικές κοινωνίες, και μερικές φορές ακόμη και χωρίς σημαντικά οικονομικά οφέλη (Tembo, 2020). Για να είναι ένας γενικός προορισμός ανθεκτικός, χρειάζεται να διαθέτει την κατάλληλη κουλτούρα που του επιτρέπει να αντισταθεί και να προσαρμοστεί σε εξωτερικές διαταραχές, εισάγοντας τις απαραίτητες αλλαγές με την πάροδο του χρόνου χωρίς να χάσει τη θεμελιώδη δομή του και λειτουργία (Adger et al., 2002). Σίγουρα η ανθεκτικότητα εξαρτάται επίσης από τα χαρακτηριστικά της ίδιας της κρίσης, το επίπεδο έκθεσης του συστήματος και την ευαισθησία του, αλλά και τη δυνατότητα προσαρμογής του σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας του (Tembo, 2020, Inkon et al., 2019). Για τον λόγο αυτό, κατανοώντας τη σχέση μεταξύ ανθεκτικότητας και τουρισμού, ο ρόλος της συμπεριφοράς των τουριστών χρειάζεται να λαμβάνεται υπόψη, ενώ ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις και οι τουριστικοί προορισμοί κρίνεται απαραίτητο να είναι σε θέση να αξιολογούν και να αναλύουν τις κρίσεις που καλούνται να διαχειριστούν και τις αποφάσεις που

λαμβάνουν προς την κατεύθυνση αυτή (Ivkon et al., 2019). Μετά από κάθε κρίση, βέβαια, αυξάνεται ο φόβος, η ένταση και η σύγχυση στους τουριστικούς προορισμούς, καθώς η τουριστική συμπεριφορά είναι ευαίσθητη στις κρίσεις και αλλάζει σε μεγάλο βαθμό (Bodosca et al., 2014). Ωστόσο, παρόλη την αστάθεια και τη μεταβλητότητα που επικρατεί, οι τουριστικοί προορισμοί χρειάζεται να θέτουν προγνωστικούς δείκτες της τουριστικής συμπεριφοράς με στόχο να προλαμβάνουν την κατάρρευσή τους και να μπορούν να επαναπροσδιορίσουν τη λειτουργία τους (Barlow et al., 2016, Corbisiero et al., 2020).

Προς την κατεύθυνση αυτή, οι αναλύσεις τους δεν πρέπει μόνο να περιορίζονται στις επιθυμίες και στις ανάγκες των τουριστών, αλλά και στη γενικότερη κοινωνικοοικονομική συνθήκη, καθώς όπως ο τουρισμός δύναται να επηρεάσει και να ενισχύσει την οικονομία και την κοινωνία, έτσι και οι κοινωνικοοικονομικές συνθήκες επηρεάζουν τον τουριστικό τομέα. Έτσι, η τουριστική συμπεριφορά χρειάζεται να διερευνάται σε συνδυασμό με την καθημερινότητα και τα προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι εν δυνάμει τουρίστες, ώστε στη συνέχεια οι τουριστικοί προορισμοί να διαθέτουν την κατάλληλη πληροφόρηση που θα τους επιτρέπει την προσαρμογή τους στις ανάγκες τους και στα δεδομένα που διαθέτουν. Εν τέλει, οι τουριστικοί προορισμοί και οι αρμόδιοι στον τομέα του τουρισμού χρειάζεται να θέτουν σαν απώτερο σκοπό την ανθεκτικότητα του τομέα και των επιχειρήσεων που περιλαμβάνει, κατανοώντας και λαμβάνοντας υπόψη την κυκλικότητα που επικρατεί στο κοινωνικό και οικονομικό γίγνεσθαι (Lade et al., 2020). Αντίστοιχα, και τα μοντέλα που χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση των αναλύσεων και προβλέψεων, έχει αναδειχθεί ότι κρίνεται απαραίτητο να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και να απομακρυνθούν από την εποχή πριν την πανδημία, ώστε να είναι σε θέση να παρέχουν ορθές και αποτελεσματικές πληροφορίες σχετικά με τη συμπεριφορά των τουριστών. Με τον τρόπο αυτό, η πανδημία του COVID-19 δύναται εκτός από αρνητικές επιπτώσεις, τις οποίες θα αναλύσουμε ανά κατηγορία στη συνέχεια αναλυτικά, να αποτελέσει και ένα κομβικό σημείο για αναδιαμόρφωση του τουριστικού τομέα (Corbisiero et al., 2020, Lade et al., 2020, Ivkon et al., 2019).

Κεφάλαιο 3ο: Επίδραση της πανδημίας στον παγκόσμιο τουρισμό

Η πανδημία του COVID-19 είχε βαθιές επιπτώσεις στην υγεία και στην οικονομία σε παγκόσμιο επίπεδο και πολλές χώρες που εξακολουθούν να πλήττονται σκληρά (Lee & Morling, 2020). Η πανδημία του COVID-19 έχει εμφανιστεί σε περισσότερες από 220 χώρες και περιοχές (Worldometers, 2021), ενώ έχει χαρακτηριστεί ως μια σημαντική πρόκληση για τις οικονομίες των χωρών που έχει πλήξει και την εξέλιξή τους (Gopinath, 2020). Για την καταπολέμηση της πανδημίας, οι χώρες έχουν εφαρμόσει ισχυρές λύσεις, όπως αποκλεισμό συνόρων, κοινωνική αποστασιοποίηση, κλείσιμο σχολείων και εργασία από το σπίτι (Seyfi, Hall, & Shabani, 2020), οι οποίες με τη σειρά τους έχουν επιφέρει αλλαγές στην καθημερινότητα των πολιτών, αλλά και στη λειτουργία των χωρών.

Αναπόφευκτα, οι επιπτώσεις αυτές, αλλά και τα μέτρα που έλαβαν οι Κυβερνήσεις των χωρών δεν θα μπορούσαν να αφήσουν ανεπηρέαστο τον τουριστικό τομέα, ο οποίος αναγνωρίζεται ως κορυφαίος τομέας υπηρεσιών που αποφέρει πολλά τεράστια οφέλη για τις χώρες παγκοσμίως (Scott & Gössling, 2015, Comerio & Strozzi, 2018). Η πανδημία αυτή, ωστόσο, όπως και κάθε άλλη κρίση που πλήττει την οικονομία ανέδειξε για άλλη μια φορά ότι ο τουρισμός είναι πολύ ευαίσθητος σε ασθένειες που σχετίζονται κρίσεις (Senbeto & Hon, 2020, Dube, Nhamo & Chikodzi, 2021). Το ξέσπασμα του COVID-19 υπήρξε ένα τεράστιο σοκ για τον παγκόσμιο τουρισμό και αναμένεται οι επιπτώσεις του να συνεχίσουν να επηρεάζουν αρνητικά τις επιχειρηματικές δραστηριότητες παγκοσμίως στο εγγύς μέλλον (Baum & Hai, 2020, Seyfi et al., 2020, Toubes, Vila & Brea, 2021). Η ζημιά της πανδημίας COVID-19 είναι ίσως πολύ μεγαλύτερη από μια κρίση υγείας (Lee & Morling, 2020), διότι οι συνέπειές της και επιφέρουν κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές κρίσεις, επηρεάζοντας σε μεγάλο βαθμό τον τουριστικό τομέα (Peeri et al., 2020).

Μετά την παγκοσμιοποίηση για τρεις δεκαετίες, ο τουρισμός αποτέλεσε τον κορυφαίο οικονομικό τομέα σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο (Scott & Gössling, 2015, Hall, 2019). Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός βοήθησε τους ανθρώπους να ξεφύγουν από τη φτώχεια, μείωσε την εισοδηματική ανισότητα και δημιούργησε πολλές νέες θέσεις εργασίας, οι οποίες με τη σειρά συνέβαλαν στην ανάπτυξη και εξέλιξη των χωρών (Medina-Muñoz et al., 2016, Fahimi, Akadiri, Seraj & Akadiri,

2018). Έτσι, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής αναγνωρίζουν τον τουρισμό ως βασικό τομέα για την ανάπτυξη, καθώς αποφέρει πολλά τεράστια οφέλη για τις οικονομίες (Comerio & Strozzi, 2018). Ωστόσο, λόγω της αύξησης των μεταφορών όταν ο τουρισμός βρίσκεται σε περίοδο άνθησης, αυτός ο τομέας υπηρεσιών είναι πολύ ευαίσθητος σε κρίσεις που σχετίζονται με ασθένειες (Potter & Jennings, 2011). Η πανδημία COVID-19 έχει πλήξει σοβαρά τον παγκόσμιο τουρισμό και συνεχίζει να επηρεάζει αρνητικά τουριστικές δραστηριότητες παγκοσμίως στο μέλλον. Ειδικότερα, η παύση της τουριστικής κινητικότητας, η μείωση της απασχόλησης και σε πολλές περιπτώσεις το κλείσιμο των τουριστικών επιχειρήσεων, προκάλεσε σημαντικές οικονομικές συνέπειες στις χώρες. Για τον λόγο αυτό, οι Κυβερνήσεις κλήθηκαν από την έναρξη της πανδημίας να αναζητήσουν λύσεις και να λάβουν αποφάσεις σχετικά με την υποστήριξη του τουρισμού (Medina-Muñoz et al., 2016, Fahimi, Akadiri, Seraj & Akadiri, 2018). Για την αντιμετώπιση μιας πανδημικής κρίσης, υπάρχουν κάποιες προηγούμενες μελέτες που επισημαίνουν τον σημαντικό ρόλο της συνθετικής ανάλυσης στην κρίση διαχείριση στον τομέα του τουρισμού. Προτού, όμως λάβουν αποφάσεις κάθε χώρα σε παγκόσμιο επίπεδο έπρεπε να διερευνήσει και να κατανοήσει το μέγεθος των επιπτώσεων από την πανδημία στον τουριστικό τομέα (Hajibaba et al., 2015, Alipertia et al., 2019, Estevão & Costa, 2020).

Η κατανόηση των επιπτώσεων από την πανδημία στον τουριστικό τομέα αποτελεί το πρώτο και βασικό βήμα για τη διαχείρισή τους. Ο τουρισμός σε πολλές χώρες παγκόσμια, συνέβαλε σε μεγάλο ποσοστό στο ΑΕΠ, ενώ οι περισσότερες θέσεις εργασίας αντιστοιχούσαν σε τουριστικές επιχειρήσεις. Η κινητικότητα των τουριστών είχε αυξηθεί σημαντικά και έπειτα από την Παγκόσμια Οικονομική Κρίση, ο τουριστικός τομέα είχε ανοδική τάση. Η ανοδική αυτή τάση, ωστόσο, σταμάτησε απότομα με την εφαρμογή των ταξιδιωτικών περιορισμών, το κλείσιμο των αεροδρομίων και τα εθνικά lockdown (Sbai, 2020). Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό των χωρών άρχισε να εφαρμόζει περιορισμούς στην είσοδο των ξένων πολιτών, προκαλώντας σημαντικές δυσκολίες μέχρι και αποκλεισμούς στα ταξίδια τους. Έτσι, όλες οι χώρες αντιμετώπισαν μείωση στην εισροή τουριστών από άλλες χώρες, οι οποίοι και αποτελούσαν συνήθως στο παρελθόν σημαντικό ποσοστό των ταξιδιωτών. Αντίστοιχα, οι χώρες δεν ήταν σε θέση να ενισχύσουν τον εγχώριο τουρισμό, ενώ τα οικονομικά, κοινωνικά και υγειονομικά προβλήματα που

κυριαρχούσαν, εμπόδιζαν τους πολίτες να ταξιδέψουν για λόγους ψυχαγωγίας. Ειδικότερα, η παύση των εργασιών και η μείωση των εισοδημάτων των πολιτών, δεν τους επέτρεπαν να σπαταλήσουν χρήματα σε ταξίδια, με αποτέλεσμα να υπάρχει και σημαντική μείωση στον εγχώριο τουρισμό. Ακόμη, μια άλλη παράμετρος που μείωσε την τουριστική κινητικότητα, αποτελεί ο φόβος που επικρατούσε στους πολίτες κατά τα πρώτα ξεσπάσματα της πανδημίας, καθώς δεν είχε υλοποιηθεί ακόμα η εμβολιαστική κάλυψη του πληθυσμού, με αποτέλεσμα οι πολίτες να μην ένιωθαν ασφάλεια (Connor, 2020). Το μεγαλύτερο πλήγμα, βέβαια, βίωσαν οι περιοχές που στηρίζονται αποκλειστικά στον τουρισμό για να επιβιώσουν, οι αρνητικές επιπτώσεις να διαθέτουν μεγαλύτερο χρονικό εύρος σε σχέση με περιοχές που διαθέτουν και άλλους τομείς εξελιγμένους. Έτσι, οι αρνητικές επιπτώσεις εμφάνισαν και μια γεωγραφική ανισότητα, η οποία στη συνέχεια επεκτάθηκε και σε οικονομική ανισότητα, καθώς κάποιες περιοχές χρειάστηκαν μεγαλύτερη στήριξη, την οποία σε πολλές περιπτώσεις δεν μπορούσαν να έχουν (Marques Santos, Madrid, Haegeman & Rainoldi, 2020).

Κεφάλαιο 4ο: Η σημασία της διερεύνησης της τουριστικής συμπεριφοράς και η επίδραση της πανδημίας

4.1 Σημασία διερεύνησης της τουριστικής συμπεριφοράς

Όπως προαναφέρθηκε στο κεφάλαιο 1 η τουριστική συμπεριφορά και οι επιλογές των τουριστών αποτελούν σημαντικά κριτήρια για τους τουριστικούς προορισμούς, αλλά και για τον τρόπο με τον οποίο αλλάζει και αναδιαμορφώνεται ο τουριστικός τομέας. Για τον λόγο αυτό, κατά την περίοδο της πανδημίας και της κρίσης που βίωσε ο τουριστικός τομέας, η τουριστική συμπεριφορά αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τις αναλύσεις και τα μέτρα που εφαρμόζονται. Ακόμη και πριν την υγειονομική κρίση της πανδημίας, οι αναλυτές είχαν τονίσει ότι γενικότερα οι κρίσεις στον τουριστικό τομέα μπορούν να διαχειριστούν μέσω της ανάλυσης της συμπεριφοράς των ίδιων των τουριστών. Πιο συγκεκριμένα, οι Hajibaba et al. (2015) στη μελέτη που υλοποίησαν σχετικά με τους τρόπους και τις μεθόδους διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό, πρότειναν τη λήψη αποφάσεων και μέτρων με επίκεντρο τους τουρίστες που είναι ανθεκτικοί στην κρίση. Οι ερευνητές υποστήριξαν ότι οι τουρίστες αυτοί διαθέτουν ένα συγκεκριμένο προφίλ ως προς τις επιλογές τους και τις συνήθειές τους, και είναι σε θέση να προσφέρουν καθοδήγηση στην τουριστική βιομηχανία σχετικά με τον τρόπο αναγνώρισης και επικοινωνίας με αυτό το εξαιρετικά ελκυστικό τμήμα της αγοράς. Η προσέλκυση των ανθεκτικών τουριστών δύναται να προωθήσει πρακτικές και μεθόδους που διαθέτουν σταθερότητα, με αποτέλεσμα ο τουριστικός προορισμός να αποτελεί έναν ανθεκτικό και βιώσιμο προορισμό. Αντίστοιχη άποψη, εξέφρασε και ο Gössling (2016) στη δική του έρευνα, σχετικά με την αγορά που χρειάζεται να στραφούν οι τουριστικοί προορισμοί που επιθυμούν να καταστούν βιώσιμοι και εκτός των περιόδων αιχμής. Πιο συγκεκριμένα, υποστήριξε ότι συνήθως οι τουριστικοί προορισμοί και οι αρμόδιοι χάραξης της τουριστικής πολιτικής τείνουν να εστιάζουν απλά στην αύξηση των αριθμών των τουριστών και όχι στη διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος που θα προσελκύει σταθερά συγκεκριμένο τμήμα τουριστών. Ο μαζικός τουρισμός, ωστόσο, δεν είναι σε θέση να αποτελέσει έναν τουρισμό ανθεκτικό στις κρίσεις, καθώς όσο μεταβάλλονται οι εξωτερικές συνθήκες τόσο πιο πολλοί επηρεάζονται οι εισροές και οι επιλογές των τουριστών. ότι πολλοί προορισμοί συνήθως εστιάζουν στην αύξηση των τουριστών αριθμοί, η οποία ονομάζεται επιδίωξη στρατηγικών οικονομικής

μεγιστοποίησης. Για τον λόγο αυτό, πρότεινε στους υπεύθυνους χάραξης της τουριστικής πολιτικής να στραφούν σε καλύτερη ανάλυση της τουριστικής αγοράς και της συμπεριφοράς των τουριστών, εάν επιθυμούν ο τουρισμός τους να είναι βιώσιμος και ανθεκτικός. Ειδικότερα, οι τουριστικοί προορισμοί, κρίνεται απαραίτητο να διερευνήσουν τις ανάγκες των τουριστών και με βάση τις δυνατότητες προσφοράς που διαθέτουν να στραφούν σε συγκεκριμένα τμήματα της τουριστικής αγοράς, ώστε οι περίοδοι κρίσης να μην επηρεάζουν ριζικά τη βιωσιμότητά τους.

Τις τουριστικές κρίσεις που σχετίζονται με αλλαγές στις εξωτερικές συνθήκες διερεύνησαν και οι Alipertia et al. (2019) στη δική τους έρευνα. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους κατέδειξαν ότι γενικά η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία είναι πολύ εκτεθειμένη και ευάλωτη στις διεθνείς κρίσεις και κάθε κρίση την επηρεάζει βαθύτατα και μακροπρόθεσμα. Για να μπορέσει, λοιπόν, η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία να διαχειριστεί τις επιπτώσεις αυτές, χρειάζεται να αναγνωρίσει τη συνεισφορά των κρίσεων για την εισαγωγή αλλαγών και να διαμορφώσει περιβάλλοντα ανθεκτικά και ευέλικτα, όπου οι αλλαγές αποτελούν μέρος της γενικότερης κουλτούρας της. Με τον τρόπο αυτό, η τουριστική βιομηχανία είναι σε θέση να κατανοήσει τον ρόλο της στις κρίσεις και να διαμορφώσει πολιτικές και μεθόδους διαχείρισης κινδύνων καταστροφών στον τουρισμό. Τη σχέση των φυσικών καταστροφών και του τουρισμού διερεύνησης και οι Estevão και Costa (2020), με στόχο να αναζητήσουν τα ελλείμματα που υπάρχουν στις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται σήμερα και τις μεθόδους που χρειάζεται να εφαρμόσουν, για να μπορούν να διαμορφώσουν έναν αειφόρο τουρισμό. Το κενό αυτό, εντοπίζεται στη μη χρήση μεθόδων διαχείρισης των κρίσεων που σχετίζονται με φυσικές καταστροφές, οι οποίες αναπόφευκτα επηρεάζουν τις κοινωνίες πολυεπίπεδα και έχουν σημαντικό αντίκτυπο στον τουρισμό και στη συμπεριφορά των τουριστών. Ειδικότερα, υποστηρίζουν ότι οι τουρίστες ανάλογα με τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν στην καθημερινότητά τους, διαμορφώνουν και την αντίστοιχη τουριστική συμπεριφορά, με αποτέλεσμα όταν έρχονται αντιμέτωποι με φυσικές καταστροφές και κοινωνικές κρίσεις να αναδεικνύουν μια αρνητική τουριστική συμπεριφορά. Η κατανόηση της κατάστασης και της συσχέτισης αυτής, δύναται να προσφέρει στην τουριστική βιομηχανία τις γνώσεις για τη διαχείριση των κρίσεων και τις αλλαγές που χρειάζεται να εισάγουν για να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν πιθανή μείωση της κινητικότητας και αντίστοιχα των εσόδων τους.

Για να μπορέσει η τουριστική βιομηχανία να υλοποιήσει τα παραπάνω και να έχει θετικά αποτελέσματα, χρειάζεται να στηριχθεί στον προγραμματισμό, στο μάρκετινγκ, στην εμπιστοσύνη, στη συνεργασία και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας της βιομηχανίας, ενώ αντίστοιχα οι αρμόδιοι χάραξης της τουριστικής πολιτικής κρίνεται αναγκαίο να διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις προς την κατεύθυνση αυτή. Για την περίπτωση της πανδημίας Covid-19, οι Seyfi et al. (2020) τόνισαν ότι χρειάζεται να αντιμετωπιστεί ως μια κρίση στην τουριστική βιομηχανία και να εφαρμόσουν αναλύσεις με συγκεκριμένους δείκτες διερεύνησης της ικανότητας των ταξιδιωτικών προορισμών να ανταπεξέλθουν στα νέα δεδομένα, αλλά και την επίδραση στην ικανότητα αυτή των ταξιδιωτικών περιορισμών και των υγειονομικών περιορισμών. Για παράδειγμα, η ασυνεπής εφαρμογή των συνοριακών ελέγχων, καθώς και οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί, μπορεί να αναδείξουν ερωτήματα και προβληματισμούς γύρω από τις πολιτικές που εφαρμόζονται από τις Κυβερνήσεις, αλλά και τη δυνατότητα των ίδιων των χωρών να ανταπεξέλθουν στις νέες συνθήκες, ενώ αντίστοιχα αναδεικνύουν και την τουριστική συμπεριφορά που διαμορφώνεται με βάση τις νέες συνθήκες. Οι δείκτες αυτοί μπορεί να προέρχονται από παρελθόντα έτη και τον τρόπο διαχείρισης των τουριστικών κρίσεων στο παρελθόν, αλλά και τη συμπεριφορά των ίδιων των τουριστών στις αλλαγές και στις δυσκολίες στους τομείς της καθημερινότητάς τους, καθώς οι κρίσεις στην καθημερινότητα των πολιτών επιφέρουν κρίσεις στην τουριστική βιομηχανία.

Στηριζόμενοι στην κατευθυντήρια αυτή γραμμή και αναγνωρίζοντας ότι η πανδημία αποτελεί μια εκτεταμένη και παγκόσμια κρίση της οποίας οι επιπτώσεις της είναι οικονομικές και ανθρωπιστικές, οι Jiménez-Guerrero, Piedra-Muñoz, Galdeano-Gómez και Pérez-Mesa (2021) πραγματοποίησαν μια συγκριτική ανάλυση των δεικτών διεθνούς τουρισμού σε υποηπειρωτικό επίπεδο για την περίοδο 2000-2016, ώστε να διερευνήσουν τις τουριστικές συμπεριφορές και τις αλλαγές που εμφάνιζαν, εστιάζοντας στην ανάδειξη της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στον παγκόσμιο τουρισμό. Η παραπάνω μελέτη ανέδειξε τη ζήτηση για διαχείριση κρίσεων στον τουριστικό τομέα. Σε μια άλλη έρευνα, οι Chen, Law και Zhang (2021), εστίασαν στον τρόπο με τον οποίο επηρεάζουν οι ασθένειες την τουριστική βιομηχανία, ώστε να διαμορφωθεί ένα σχετικό πλαίσιο ανάλυσης και εφαρμογής μεθόδων διαχείρισης κρίσεων. Η πανδημία, λοιπόν, δύναται να αναδείξει τις ελλείψεις αυτές και όπως αναφέρουν οι Toubes et al. (2021) να θέσει νέα δεδομένα στον τρόπο διαχείρισης

κρίσεων στον τουριστικό τομέα και στη σημασία της ανάλυσης της τουριστικής συμπεριφοράς, η οποία δύναται να καθοδηγήσει την τουριστική βιομηχανία στην εισαγωγή των απαραίτητων αλλαγών.

4.2 Οι επιπτώσεις της πανδημίας στη συμπεριφορά των τουριστών

Κατανοώντας οι ερευνητές τη σημασία της διερεύνησης της τουριστικής συμπεριφοράς και τις αλλαγές που επιφέρουν οι τουριστικές κρίσεις, κατά την περίοδο της πανδημίας διενεργήθηκαν αρκετές έρευνες με στόχο να αναδειχθούν ποιες αλλαγές πραγματοποιήθηκαν. Οι Wang et al. (2020) με την έρευνά τους, η οποία υλοποιήθηκε με τη συλλογή δεδομένων μέσω ερωτηματολογίου έρευνα ανέλυσαν τη σχέση μεταξύ των αντιληπτών ταξιδιωτικών κινδύνων που αναγνωρίζουν οι τουρίστες και τον βαθμό της πρόθεσης πραγμάτωσης των ταξιδιών που επιθυμούσαν, αλλά και τους τρόπους με τους οποίους επιχείρησαν να αντιμετωπίσουν τους κινδύνους. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους ανέδειξαν ότι οι τουρίστες βίωναν σημαντικό φόβο σε σχέση με την πανδημία, ενώ διαπίστωσαν ότι ο φόβος αυτός τους εμπόδιζε και τους απέτρεπε από το να ταξιδέψουν στους ταξιδιωτικούς προορισμούς που επιθυμούσαν. Έτσι, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η πανδημία επέφερε σοβαρές επιπτώσεις στα ταξίδια και στις προθέσεις των ταξιδιωτών, καθώς ο φόβος ήταν ανασταλτικός παράγοντας, με αποτέλεσμα οι ταξιδιωτικοί προορισμοί να πλήττονται σημαντικά και να χρειάζεται να διερευνηθούν νέους τρόπους προσέλκυσης των ταξιδιωτών. Σε αντίστοιχη έρευνα διερεύνησης της συμπεριφοράς των ταξιδιωτών κατά τη διάρκεια της πανδημίας υλοποίησαν με το ξέσπασμα του COVID-19 στην Κίνα, οι Qiu et al. (2020). Χρησιμοποιώντας ερωτηματολόγια που διαμοίρασαν στο κοινό διερεύνησαν τις ανάγκες των ανθρώπων και το κοινωνικό κόστος των ανθρώπων σε περιοχές που είχαν πληγεί σοβαρά με βάση το ειδικό υπόβαθρο του COVID-19. Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν ότι κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι άνθρωποι παρουσίαζαν μειωμένη ανάγκη για τη διενέργεια ταξιδιών, μια ανάγκη που δεν μειώθηκε μόνο λόγω των υγειονομικών

περιορισμών που είχαν τεθεί από τις ίδιες τις κυβερνήσεις, αλλά και από τον δικό τους φόβο για τους ταξιδιωτικούς κινδύνους που μπορεί να αντιμετώπιζαν. Αντίστοιχα, θεωρούσαν ότι η δική τους μείωση των ταξιδιών και ο παραμερισμός των αναγκών τους θα μπορούσε να αποτελέσει παράγοντα διαχείρισης της πανδημίας.

Συμπερασματικά, οι δύο παραπάνω έρευνας ανέδειξαν ότι ο COVID-19 είχε σημαντικό αντίκτυπο στην αρχική πρόθεση των ανθρώπων να ταξιδέψουν. Διερευνώντας, στη συνέχεια, ανά είδος τα ταξίδια που μπορούσαν να υλοποιήσουν οι τουρίστες, διαπίστωσαν ότι ο κλάδος της κρουαζιέρας δέχθηκε τα πρώτα πλήγματα, ειδικά μετά το επεισόδιο με τα πολλά κρούσματα σε κρουαζιερόπλοιο. Το επεισόδιο αυτό, μάλιστα, ενέτεινε τον φόβο των ταξιδιωτών για την υγεία τους, καθώς άρχισαν να πιστεύουν ότι ο συνωστισμός κατά τη διάρκεια των ταξιδιών ενείχε σοβαρούς κινδύνους για την υγεία τους. Έτσι, η βιομηχανία της κρουαζιέρας σε παγκόσμιο επίπεδο πλήγηκε σημαντικά, ενώ στη συνέχεια οι επιπτώσεις αυτές μεταφέρθηκαν και σε άλλους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας Sharma & Nicolau (2020). Εν συνεχεία, και όσο η πανδημία εξελισσόταν, η μείωση του τουρισμού μειώθηκε δραματικά, καθώς τον Ιούνιο του 2020 δημοσιεύτηκαν στοιχεία για μείωση των ταξιδιών κατά 97% παγκοσμίως. Ουσιαστικά, η τουριστική βιομηχανία τον πρώτο καιρό του ξεσπάσματος της πανδημίας σταμάτησε, ενώ οι ίδιοι οι τουρίστες δεν επιθυμούσαν να ταξιδέψουν UNWTO (2020).

Ωστόσο, η δραματική αυτή μείωση του τουρισμού προκάλεσε σημαντικούς προβληματισμούς στην τουριστική βιομηχανία σχετικά με τις επιπτώσεις και το εύρος της κρίσης που έπρεπε να αντιμετωπίσουν, με αποτέλεσμα κάποιες χώρες να άρουν τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς και να επιτρέπουν την εισροή ταξιδιωτών. Ειδικότερα, οι ταξιδιωτικοί προορισμοί, οι οποίοι στηρίζονταν αποκλειστικά στον τουρισμό, αποφάσισαν ότι δεν θα μπορούσαν να αντιμετωπίσουν μια τόσο μεγάλη κρίση και ότι θα καταστρέφονταν οικονομικά. Για τον λόγο αυτό, με την πρώτη μείωση των κρουσμάτων ανέστειλαν τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς, όμως και πάλι η ανταπόκριση των ταξιδιωτών δεν υπήρξε η αναμενόμενη λόγω του φόβου για την υγεία τους. Οι περιπτώσεις αυτές, ανέδειξαν ότι ουσιαστικά ο φόβος άλλαξε ριζικά τις ανάγκες των πολιτών για ταξίδια, αλλά και την οικονομική δυνατότητα αυτών, καθώς η παύση των εργασιών μείωσαν τα εισοδήματά τους (Zielinski & Botero, 2020).

4.3 Επιπτώσεις από την αλλαγή της συμπεριφοράς των τουριστών

Εξετάζοντας και πάλι τις κατηγορίες των παραγόντων που σχετίζονται με την τουριστική συμπεριφορά, μπορούμε να διαπιστώσουμε το μέγεθος της αλλαγής που επέφερε η πανδημία. Σύμφωνα με τους Gallego & Font (2020), η μείωση της επιθυμίας των τουριστών να ταξιδέψουν επηρέασε σε μεγάλο βαθμό και τις αεροπορικές εταιρίες, οι οποίες μείωσαν σε μεγάλο βαθμό τα δρομολόγια με στόχο να διαχειριστούν την ταξιδιωτική κρίση. Η πρώτη τουριστική περίοδος έπειτα από το ξέσπασμα της πανδημίας, η πρόθεση των τουριστών να ταξιδέψουν μειώθηκε κατά 30% σε Ευρώπη και ΗΠΑ, ενώ στην Ασία, ο φόβος των πολιτών αύξησε το ποσοστό αυτό σε 50%. Αντίστοιχα, οι ίδιες οι αεροπορικές εταιρίες αναγνωρίζοντας τη σημασία της μείωσης της πρόθεσης αυτής, μείωσαν τα δρομολόγια τους, ενώ κάποιες εταιρίες αντιμετώπισαν σημαντικά προβλήματα και οδηγήθηκαν στην πτώχευση. Σε μια άλλη έρευνα του De Vos (2020), η οποία διερευνούσε και πάλι τη συμπεριφορά των ταξιδιωτών σε σχέση με τα μεταφορικά μέσα που επιλέγουν, διαπιστώθηκε ότι ακόμα και όταν οι άνθρωποι αποφάσιζαν να ταξιδέψουν επέλεγαν δικά τους μεταφορικά μέσα, αισθανόμενοι φόβο από τον συγχρωτισμό και την πιθανότητα να κολλήσουν τον ιό. Για τον λόγο αυτό, σταδιακά ολοένα και περισσότεροι ταξιδιώτες ταξίδευαν με το αυτοκίνητό τους σε περιοχές που είχαν πρόσβαση με αυτό, με αποτέλεσμα οι εταιρίες μεταφορών να αντιμετωπίζουν τουριστική κρίση και να μην είναι σε θέση να διαχειριστούν αποτελεσματικά τη μείωση.

Σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν και στον τουριστικό προορισμό που επέλεγαν οι τουρίστες για την υλοποίηση των ταξιδιών τους, μια διαφορά που σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό και με τις προτιμήσεις των μεταφορικών μέσων. Πιο συγκεκριμένα, οι τουρίστες άρχισαν να επιλέγουν πιο συχνά κοντινούς και εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς, ώστε να αποφεύγεται ο μεγάλος κοινωνικός συγχρωτισμός και να είναι σε θέση να προστατευτούν (Gössling et al., 2020, Higgins-Desbiolles, 2020, De Vos, 2020). Έτσι, παρατηρήθηκε μια στροφή από τον μαζικό τουρισμό που κυριαρχούσε τα προηγούμενα έτη προς τον εναλλακτικό τουρισμό. Η στροφή αυτή ανέδειξε ότι και οι ίδιοι οι τουριστικοί προορισμοί χρειάστηκε να προσαρμοστούν στις νέες ανάγκες των τουριστών και να διαμορφώσουν κατάλληλες δραστηριότητες και προτάσεις εστιάζοντας στις νέες συνθήκες (Lapointe, 2020, Belanger et al., 2020). Η αλλαγή αυτή στη συμπεριφορά των τουριστών σε σχέση με

τους ταξιδιωτικούς προορισμούς θα μπορούσε, ωστόσο, να εκληφθεί και ως μια θετική αλλαγή, καθώς η απομάκρυνση από τον μαζικό τουρισμό και η ανάδειξη του εναλλακτικού τουρισμού, δύναται να προσφέρει τη δυνατότητα να αναδειχθούν και να εξελιχθούν και άλλοι τουριστικοί προορισμοί, οι οποίοι δεν είχαν τη δυνατότητα να ανταγωνιστούν στο παρελθόν τους προορισμούς υψηλής ζήτησης (Gössling et al., 2020, Lapointe, 2020).

Τέλος, διαφορές παρατηρήθηκαν από το ξέσπασμα της πανδημίας και στις επιλογές των τουριστών στους χώρους διαμονής κατά τα ταξίδια τους. Πιο συγκεκριμένα, η πρώτη βασική διαφορά που παρατηρήθηκε από τους ερευνητές σχετίζεται με την επιλογή καταλυμάτων που δεν υπήρχε τόσο μεγάλος συνωστισμός, ενώ αντίστοιχα οι τουρίστες διερευνούσαν και την ασφάλειά της υγείας τους. όσο περισσότερο ένας χώρος διαμονής διασφάλιζε και τηρούσε τα μέτρα ασφαλείας σχετικά με την πανδημία, τόσο περισσότερο επιλεγόταν από τους ταξιδιώτες (Gössling et al., 2020, Lapointe, 2020). Οι νέες ανάγκες των τουριστών ανέδειξαν ότι οι χώροι διαμονής χρειάστηκε να διερευνήσουν εκ νέου τις ανάγκες αυτές και να αναδιαμορφωθούν κατάλληλα, ώστε να προσελκύσουν τους τουρίστες. Η ζήτηση, λοιπόν, αποτέλεσε με την άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών, βασικό κριτήριο για τη διαμόρφωση της προσφοράς (Belanger et al., 2020). Επιπλέον, οι τουριστικοί προορισμοί και τα καταλύματα σε αυτούς κλήθηκαν να λάβουν υπόψη και τις νέες συνθήκες σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο που αντιμετώπιζαν οι τουρίστες, ώστε να προσαρμοστούν και με αυτές και να παράσχουν στους ταξιδιώτες υπηρεσίες που κάλυπταν τις ανάγκες τους. Ειδικότερα, οι νέες οικονομικές συνθήκες των ταξιδιωτών οδήγησαν τους χώρους διαμονής να αναπροσαρμόσουν τις τιμές τους σε διάφορους ταξιδιωτικούς προορισμούς, ώστε να μπορέσουν να αυξήσουν τη ζήτηση και να έχουν πληρότητα και επισκεψιμότητα, ενώ άλλοι χώροι διαμονής στράφηκαν στην αύξηση των υπηρεσιών για να προσελκύσουν τους τουρίστες (McKercher, 2020, Wang et al., 2020, Kim & Lee, 2020). Με βάση τα παραπάνω διαπιστώνεται ότι υφίσταται μια κυκλικότητα και ισχυρή συσχέτιση ανάμεσα στις νέες προτιμήσεις των τουριστών και στις παροχές των τουριστικών προορισμών, ώστε να η προσφορά να συνάδει με τη νέα ζήτηση και τις ανάγκες των τουριστών. Η ανάπτυξη, πλέον, στηρίζεται στις νέες συνθήκες και είναι ιδιαίτερα ελεγχόμενη, καθώς οι υγειονομικοί και ταξιδιωτικοί περιορισμοί δεν παρέχουν ευκαιρίες υπερτουρισμού και απρόσκοπτης εξέλιξης, αλλά ωθούν την τουριστική βιομηχανία σε μια ριζική

αναδιαμόρφωση και σε έναν προσανατολισμό στις νέες ανάγκες των τουριστών (Kim & Lee, 2020).

4.4 Μέτρα διαχείρισης της τουριστικής κρίσης

Λαμβάνοντας υπόψη οι Κυβερνήσεις τη σημασία της τουριστικής βιομηχανίας στην παγκόσμια οικονομία και τις σοβαρές συνέπειες αυτής από την πανδημία, εξετάζοντας την τουριστική συμπεριφορά έλαβαν μέτρα για την προστασία του τουρισμού. Τα μέτρα αυτά, στόχευαν άμεσα στον τουρισμό και στην ενίσχυσή του, ώστε να μην καταρρεύσει η βιομηχανία και σταδιακά όλες οι επιχειρήσεις να ανακάμψουν και να επαναπροσδιοριστούν με βάση τις νέες συνθήκες. Εκτός από τις έρευνες, λοιπόν, γύρω από τις νέες ανάγκες των τουριστών, ώστε να δοθούν στις επιχειρήσεις οι κατάλληλες πληροφορίες, οι χώρες άρχισαν να λαμβάνουν κοινωνικά, οικονομικά και χρηματοοικονομικά μέτρα, ενώ στράφηκαν στη χάραξη νέας πολιτικής σε σχέση με τον τουρισμό (Barkas, Honeck & Colomer, 2020). Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι χώρες άρχισαν να χρηματοδοτούν και να επιδοτούν την τουριστική βιομηχανία, παρέχοντάς και τις αντίστοιχες φορολογικές ελαφρύνσεις, ώστε να διαχειριστούν την κρίση και να επιβιώσουν. Ακόμη, προέτρεψαν τη διατήρηση της εργασίας των εργαζομένων μέσω επιδομάτων πληρωμής των ίδιων από τα κράτη, διότι η τόσο μεγάλη κρίση και η παύση του τουρισμού θα οδηγούσε σε μαζικές απολύσεις και κατακόρυφη αύξηση της ανεργίας. Έτσι, πολλές επιχειρήσεις κλήθηκαν να μην απολύσουν τους εργαζομένους και να διατηρήσουν τις θέσεις τους ως προϋπόθεση για να ενταχθούν τα προγράμματα οικονομικής ενίσχυσης (Niestadt, 2020).

Πέραν των άμεσων μέτρων για τη διασφάλιση της λειτουργίας των επιχειρήσεων, οι χώρες άρχισαν να διερευνούν και τρόπους εξέλιξης αυτών, με στόχο να μπορέσουν μακροπρόθεσμα να διαχειριστούν τις συνέπειες από την κρίση. Για τον λόγο αυτό

δόθηκαν κατευθυντήριες γραμμές για τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις μπορούσαν να λειτουργήσουν διατηρώντας την ασφάλεια και τηρώντας τα υγειονομικά μέτρα, ενώ παράλληλα προωθήθηκαν δράσεις προς την ανάκαμψη και τη βιωσιμότητά τους. Οι δράσεις αυτές, στόχευαν στην επαναλειτουργία των επιχειρήσεων έπειτα από τη διαχείριση της πανδημίας και την επανέναρξη του τουρισμού, ώστε όλες οι επιχειρήσεις να είναι σε θέση να εισέλθουν στη μεταπανδημική εποχή και να ανταπεξέρχονται αποτελεσματικά στις νέες απαιτήσεις των τουριστών (Niestadt, 2020). Η στροφή στη μεταπανδημική εποχή, όπου οι τουριστικές επιχειρήσεις έπρεπε να διαθέτουν ένα διαφορετικό προφίλ για να καλύψουν τις ανάγκες των πολιτών, ώθησε τις χώρες να αναζητήσουν νέες εναλλακτικές λύσεις στην ανάπτυξή τους. Οι εργαζόμενοι και οι τουριστικές επιχειρήσεις έπρεπε να αναπτύξουν νέες δεξιότητες και να προωθηθεί ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων, ώστε να εφαρμόζονται όσο δυνατόν καλύτερα τα μέτρα υγειονομικής προστασίας και να αποφεύγεται ο συνωστισμός. Ακόμη, δόθηκαν σημαντικά ποσά για την ανάπτυξη και ενίσχυση του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς οι έρευνες ανέδειξαν ότι η τουριστική συμπεριφορά έχει στραφεί προς αυτές τις επιλογές, ενώ ταυτόχρονα οι νέες αυτές μορφές τουρισμού ενισχύουν τη βιωσιμότητα της τουριστικής βιομηχανίας και παρέχουν καλύτερη εφαρμογή των υγειονομικών μέτρων (World Tourism Organization, 2020).

Κατευθυντήριες γραμμές και προτάσεις δόθηκαν και στα συστήματα μεταφορών, ώστε να μπορέσουν να διευκολυνθούν οι μετακινήσεις των ταξιδιωτών, ενώ ενίσχυσαν και τους συνοριακούς ελέγχους ώστε να μπορούν να ελέγξουν τη μετάδοση του ιού (Niestadt, 2020). Επιπλέον, στις αερομεταφορές, οι αρμόδιοι έπρεπε να ζητούν από τους ταξιδιώτες πιστοποιητικό υγείας, ενώ χρειάστηκε να προωθήσουν τις ανέπαφες πληρωμές, με στόχο να μειωθεί η εξάπλωση του ιού. Ακόμη, προτάθηκαν σε όλες τις εταιρίες αερομεταφορών αναδιοργάνωση του τρόπου υλοποίησης των δρομολογίων τους, ώστε να μειώνεται ο συνωστισμός, ενώ αντίστοιχα μέσω επιδοτήσεων και επιχορηγήσεων τόσο στις εταιρίες όσο και στους ταξιδιώτες, επιχείρησαν να διαχειριστούν τα κόστη των μεταφορών (World Tourism Organization, 2020).

Κεφάλαιο 5^ο: Μελέτη Περίπτωσης διαχείρισης της τουριστικής κρίσης στην Ιταλία

5.1 Ο ρόλος του τουριστικού τομέα στην Ιταλία

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η περίπτωση της Ιταλίας, μια χώρας που πλήγηκε σημαντικά από την πανδημία και ο τουρισμός της επηρεάστηκε σημαντικά από τους ταξιδιωτικούς και υγειονομικούς περιορισμούς. Ωστόσο, η Ιταλία αποτελεί μια χώρα που στηρίζει την οικονομία της σε μεγάλο βαθμό στην τουριστική βιομηχανία που διαθέτει και επομένως έπρεπε άμεσα και αποτελεσματικά να διαχειριστεί τις επιπτώσεις της πανδημίας. Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει περίπου το 13% του ιταλικού ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος και με περίπου 128 εκατομμύρια συνολικές αφίξεις τουριστών και 429 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις το 2018, η Ιταλία αποτελούσε έναν από τους κύριους ευρωπαϊκούς προορισμούς παγκοσμίως. Ενώ αυτός ο αριθμός αντιπροσωπεύει επισκέψεις σε όλους τους τύπους τουριστικών καταλυμάτων, το 75% όλων των αφίξεων αναφέρεται ειδικά σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Οι διεθνείς και οι εγχώριες αφίξεις κατανέμονταν σχεδόν εξίσου, αν και τα τελευταία δέκα χρόνια είχε σημειωθεί σημαντική αύξηση του διεθνούς μεριδίου. Πάνω από το 50% της ζήτησης κατευθύνεται σε παράκτιες περιοχές, ενώ η βασική μορφή τουρισμού που προωθούνταν και υποστηριζόταν σχετιζόταν με τον μαζικό τουρισμό και τον τουρισμό αναψυχής.

Σύμφωνα με τους «περιορισμούς COVID-19» σε επίπεδο χώρας, επιτρέπεται η λειτουργία ξενοδοχείων και άλλων εγκαταστάσεων διαμονής (εκτός από την περιοχή της Λομβαρδίας), αλλά υπάρχουν τόσοι πολλοί περιορισμοί και περιορισμοί σχετικά με την ίδια την επιχείρηση και τη συμπεριφορά της πελατείας που δεν έχει νόημα η συνέχιση της λειτουργίας (για παράδειγμα: στάση σε όλες τις δημόσιες και ιδιωτικές εκδηλώσεις και σε όλες τις δραστηριότητες εστιατορίων και μπαρ, συμπεριλαμβανομένων εκείνων εντός ξενοδοχείων, περιορισμοί για ταξίδια από και προς την Ιταλία, περιορισμοί στην έξοδο από τον τόπο διαμονής των Ιταλών, και τα λοιπά). Υπολογίζεται ότι πάνω από το 95% των ξενοδοχείων είναι πλέον κλειστά και η μόνη εξαίρεση αντιπροσωπεύεται από ξενοδοχεία που φιλοξενούν ορισμένες κατηγορίες ή δραστηριότητες όπως γιατρούς/υγειονομικό προσωπικό, προσωπικό που υπηρετεί στο ίδιο ξενοδοχείο, μέλη πληρώματος και ξενοδοχεία που χρησιμοποιούνται προσωρινά ως υπηρεσίες υγείας. κέντρα. Λαμβάνοντας υπόψη όλα

αυτά τα δεδομένα, δεν υπάρχει ακόμη σαφήνεια για το πότε και πώς η τουριστική επιχείρηση θα επανέλθει σε κάποιο είδος κανονικότητας σε εθνικό επίπεδο.

Η Ιταλία σαν τουριστικός προορισμός, μέχρι το 2019 εμφάνιζε σταθερή αύξηση και ανάπτυξη, και για τον λόγο αυτό ολοένα και περισσότερες επενδύσεις γινόταν στον τομέα αυτό. Μάλιστα, πολλές περιοχές της Ιταλίας αποτελούσαν κύριο τουριστικό προορισμό για πολλούς Ευρωπαίους. Ωστόσο, το ξέσπασμα της πανδημίας και η παύση της τουριστικής βιομηχανίας για μεγάλη χρονική περίοδο αποσταθεροποίησε την τουριστική βιομηχανία που είχε αναπτύξει η χώρα, ενώ εμφάνισε και σημαντική μείωση στην επισκεψιμότητα των τουριστών. Ειδικότερα, τους δύο μήνες του lockdown στην Ιταλία η μείωση των τουριστικών ροών ήταν μεταξύ --95% και -100%, ενώ τους επόμενους (Ιούνιος, Ιούλιος, 2020) η μείωση μετριάστηκε και εκτιμήθηκε μεταξύ --77% και --79% (ISTAT, 2020).. Ως εκ τούτου, είναι σαφές ότι η Ιταλία υπέστη πολύ αρνητικό αντίκτυπο από την πανδημία, δεδομένου ότι οι μεγαλύτερες αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο COVID--19 , διότι η βασική της τουριστική εισροή σχετίζεται με διεθνείς αφίξεις. Για τον λόγο αυτό, οι επιπτώσεις της πανδημίας στην Ιταλία χαρακτηρίστηκαν ως πολύ σοβαρές και μακροπρόθεσμες, εάν οι αρμόδιοι φορείς δεν λάμβαναν τα απαραίτητα μέτρα για τη διαχείριση αυτών και την πλήρη αναδιαμόρφωση της τουριστικής βιομηχανίας. Έτσι, κατανοώντας την επιτακτική ανάγκη για αλλαγή, εκτός από τις χρηματοδοτήσεις στήριξης που έλαβαν κατά την περίοδο της πανδημίας, αποφάσισαν να θέσουν νέες βάσεις στην τουριστική βιομηχανία και διερεύνησαν σε βάθος τις προτιμήσεις και τις αλλαγές στη συμπεριφορά των τουριστών. Απώτερο σκοπό της πολιτικής αυτής αποτέλεσε η διαμόρφωση ενός νέου πλαισίου λειτουργίας της τουριστικής βιομηχανίας και της ανάκαμψης του τουριστικού τομέα.

5.2 Πολιτικές ανάκαμψης και αλλαγές για τη διαχείριση της τουριστικής κρίσης

Αν είναι αλήθεια ότι η πανδημία άλλαξε τις ανάγκες και τις συνήθειες των ατόμων, το σύστημα τουριστικού εφοδιασμού έπρεπε να αντιμετωπίσει τις μελλοντικές τουριστικές ανάγκες προσαρμόζοντας την προσφορά σε μια ανανεωμένη ανάγκη για ασφάλεια υγείας, με σεβασμό προς τις περιοχές και τις κοινότητες. Για να μπορέσει να υπάρξει ανάκαμψη του ιταλικού τουριστικού συστήματος, οι αρμόδιοι φορείς αναγνώρισαν την ανάγκη ενίσχυσης του εσωτερικού τουρισμού, καθώς στο παρελθόν οι κύριες πηγές εσόδων από τον τουρισμό αφορούσαν διεθνείς αφίξεις. Ωστόσο, οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί μείωσαν σε μεγάλο βαθμό τις διεθνείς εισροές, με αποτέλεσμα η τουριστική πολιτική να στραφεί στον εσωτερικό τουρισμό και στην επιδότηση των πολιτών για να ταξιδέψουν στη χώρα τους. Έτσι, με την πρώτη άρση των περιορισμών, δόθηκε η ευκαιρία στους πολίτες να λάβουν ενίσχυση και υποστήριξη, ώστε να πραγματοποιήσουν ταξίδια εντός της χώρας τους και να υπάρξει με τον τρόπο αυτό ανακατανομή των τουριστικών εσόδων εντός της χώρας (Cocco, 2020, Rasei, 2020). Βέβαια, οι ίδιοι οι τουριστικοί φορείς χρειάστηκε να διερευνήσουν τις ανάγκες των Ιταλών κατοίκων και την τουριστική τους συμπεριφορά, ώστε να είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν και να καλύψουν αποτελεσματικά τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους. Προς την κατεύθυνση αυτή, αξιοποίησαν την τεχνολογία και μέσω των κοινωνικών δικτύων και γενικά του διαδικτύου διενέργησαν έρευνες με στόχο να κατανοήσουν τις ανάγκες των πολιτών ως προς την ψυχαγωγία και τις προτιμήσεις τους, προωθώντας παράλληλα τους τουριστικούς προορισμούς που μπορούν να επισκεφθούν και οι οποίοι ανταποκρίνονταν στα μέτρα διασφάλισης της υγείας (Develioglu, 2020).

Σιγά σιγά οι αρμόδιοι χάραξης πολιτικής αντιλήφθηκαν ότι οι επιλογές των τουριστών έχουν αλλάξει σημαντικά από την εποχή πριν την πανδημία, με αποτέλεσμα να στραφούν από τον εγχώριο τουρισμό στον τοπικό τουρισμό και σε εναλλακτικές μορφές. Ο φόβος για τον ιό και οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί μείωσαν τις

ροές από τις κεντρικές πόλεις και τις έτερψαν σε μικρότερες πόλεις και σε ταξιδιωτικούς προορισμούς που βρίσκονται στη φύση. Σύμφωνα με τα δεδομένα, από την AirDNA (2020), οι ροές του καλοκαιριού του 2020 κατευθύνονταν σε προορισμούς διαφορετικούς από πόλεις, (βουνό, λίμνη, παραλία κ.λπ). – που έγιναν οι τουριστικοί πρωταγωνιστές στην εποχή της πανδημίας. Ωστόσο, για να επιβεβαιωθούν οι νέοι τουριστικοί πρωταγωνιστές ως νέοι προορισμοί μακροπρόθεσμα, είναι απαραίτητο να βασιστεί η προσφορά στη δημιουργία ενός υβριδικού προϊόντος, ικανού να προσελκύσει τουρίστες μεταξύ της πληθώρας προορισμών και προσφορών. Στην πραγματικότητα, για μεγάλο χρονικό διάστημα αυτοί οι προορισμοί ήταν ανεξερεύνητοι και ανακαλύφθηκαν κατά την περίοδο της πανδημίας, επειδή τα περιοριστικά μέτρα περιόρισαν τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων και η ανάγκη φυσικής απόστασης ώθησαν τους τουρίστες να αναζητήσουν μέρη χωρίς συνωστισμό. -τουριστικούς προορισμούς, χαλάρωση και ασφαλείς προορισμούς όχι μακριά από το σπίτι. Έτσι, πολλά από τα μικρά χωριά της Ιταλίας και αγροτικές περιοχές ανακαλύφθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας, και αυτό ήταν α τεράστια ευκαιρία για ανεξερεύνητες περιοχές να αποκτήσουν ορατότητα.

Ωστόσο, από τουριστική άποψη, αυτοί οι προορισμοί δεν διέθεταν τις κατάλληλες υποδομές για να υποστηρίξουν τον τουρισμό της Ιταλίας. Πιο συγκεκριμένα, είχαν λίγες δραστηριότητες και εμπειρία στην προσφορά, λίγες υπηρεσίες, λίγες ψυχαγωγίες, με αποτέλεσμα να μην είναι σε θέση να καλύψουν πλήρως τις ανάγκες των τουριστών. Για τον λόγο αυτό, οι αρχές προώθησαν αλλαγές στον τοπικό τουρισμό και τον ενίσχυσαν, ώστε να μπορέσουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις που λειτουργούσαν κυρίως στις περιοχές αυτές να αποτελέσουν μέρη της τουριστικής βιομηχανίας. Η εκπαίδευση των εργαζομένων στις περιοχές αυτές και η ανάπτυξή τους μέσω επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων, αποτέλεσε βασικό στοιχείο για την ανάπτυξή τους, ώστε μελλοντικά να μπορέσουν να αποτελέσουν παράγοντες διαχείρισης των επιπτώσεων του τουρισμού. Η επανεκκίνηση, λοιπόν, του τουρισμού στην Ιταλία, μπορεί να συνδέθηκε με τα ήδη υπάρχοντα τουριστικά κέντρα και την ενίσχυση των ήδη υπαρχουσών επιχειρήσεων, ωστόσο, αναδείχθηκε ότι οι σοβαρές και μακροπρόθεσμες επιπτώσεις της πανδημίας, δύνανται να διαχειριστούν μόνο μέσω ριζικών και αποτελεσματικών αλλαγών στον τρόπο υλοποίησης του τουρισμού (Develioglu, 2020).

Οι αρμόδιοι τουριστικοί φορείς, λοιπόν, στην Ιταλία λόγω της πανδημίας και των επιπτώσεων αυτής στην τουριστική βιομηχανία υλοποίησαν πολλές έρευνες και αναλύσεις ώστε να αναδυθούν οι ελλείψεις που υπήρχαν και να θέσουν νέες βάσεις στον τουρισμό. Μέσω των ερευνών που υλοποίησαν, αναδύθηκε ένα σημαντικό πρόβλημα στον τομέα του τουρισμού, το οποίο σχετιζόταν με την εκπαίδευση του προσωπικού, κυρίως του υψηλόβαθμου προσωπικού σε τρόπους διαχείρισης των τουριστικών κρίσεων. Το πρόβλημα αυτό αποτελούσε ένα χρόνιο πρόβλημα στην ιταλική τουριστική βιομηχανία, όμως οι τουριστικές επιτυχίες των προηγούμενων ετών δεν είχαν δημιουργήσει την ανάγκη επίλυσής του. Η τουριστική κρίση, όμως, που συνόδευσε το ξέσπασμα της πανδημίας, και οι νέες συμπεριφορές που ανέπτυξαν οι τουρίστες, ανέδειξαν ότι η εκπαίδευση όσων λαμβάνουν αποφάσεις και κατέχουν υψηλές θέσεις, χρειάζεται να αποτελεί βασικό παράγοντα επιλογής αυτών. Μέσω της εκπαίδευσης τους παρέχεται η δυνατότητα να διαχειριστούν αποτελεσματικά τις κρίσεις και να λάβουν αποφάσεις και μέτρα προς όφελος της ανάπτυξης και εξέλιξης. Για τον λόγο αυτό προωθήθηκε η εκπαίδευση του ήδη υπάρχοντος προσωπικού και η πρόσληψη προσωπικού που κατέχει ανώτατη εκπαίδευση στον τομέα του τουρισμού. Στόχος της στροφής στην εκπαίδευση αποτέλεσε η διαμόρφωση στρατηγικής ανάκαμψης του τουριστικού τομέα και η λήψη αποφάσεων για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της χώρας στον παγκόσμιο τουρισμό, ώστε να επανέλθει στα επίπεδα που βρισκόταν πριν το ξέσπασμα της πανδημίας (Cocco, 2020).

Παράλληλα, οι αρμόδιοι φορείς αναγνώρισαν και την ανάγκη αξιοποίησης της τεχνολογίας στην τουριστική βιομηχανία. Προς την κατεύθυνση αυτή, όχι μόνο προώθησαν τον ψηφιακό μετασχηματισμό των τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά ανέπτυξαν και σχέδια δράσης με στόχο την εκπαίδευση του προσωπικού στις νέες τεχνολογίες και στην εργασία τους μέσα από αυτές. Ωστόσο, την τεχνολογία δεν την αξιοποίησαν μόνο στις επιχειρήσεις και στη διασύνδεσή τους με άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, αλλά την επέκτειναν και στις έρευνες σχετικά με την τουριστική συμπεριφορά. Πιο συγκεκριμένα, οι αρμόδιοι φορείς αξιοποίησαν τα διαδικτυακά δεδομένα και τις αναζητήσεις των τουριστών στην περιοχή της Ιταλίας, ώστε να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες τους και στη συνέχεια να σχεδιάσουν μια τουριστική πολιτική στοχευμένη στην κάλυψη των αναγκών αυτών (Solazzo, et al., 2022). Ακόμη, μέσω των διαδικτυακών δεδομένων, επιχείρησαν να υλοποιήσουν και έναν καταμερισμό στην τουριστική αγορά, ώστε να μπορέσουν να εφαρμόσουν

στρατηγικές μάρκετινγκ και να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες, μέσω της ανάδειξης των τουριστικών προορισμών που δύνανται να επιλέξουν στην Ιταλία και τη δημιουργία εμπειριών και βιωμάτων μέσω του ψηφιακού τουρισμού, ώστε στη συνέχεια οι περιοχές της Ιταλίας να επιλεγούν σαν προορισμός. Η στρατηγική αυτή, τους πρόσφερε επίσης, τη δυνατότητα να διερευνήσουν και να κατανοήσουν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που άρχισαν να αναδύονται με το ξέσπασμα της πανδημίας και να δημιουργήσουν εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς (Cocco, 2020). Με βάση τα παραπάνω, λοιπόν, διαπιστώνεται ότι η Ιταλία αναγνώρισε άμεσα την ανάγκη εισαγωγής αλλαγών και αναδιαμόρφωσης του τουριστικού τομέα έπειτα από την πανδημία, αλλά και της σημασίας της τουριστικής συμπεριφοράς για τη διαμόρφωση προορισμών και δράσεων που σχετίζονται με τις ανάγκες τους, αξιοποιώντας την τουριστική κρίση προς όφελός της και δημιουργώντας ορθές βάσεις για τη διαχείριση των επιπτώσεων της πανδημίας σε βάθος χρόνου.

Συμπεράσματα

Η πανδημία Covid-19 που πλήττει τις χώρες τα τελευταία δύο έτη έχει επηρεάσει την ανάπτυξη και εξέλιξή τους, καθώς οι υγειονομικοί περιορισμοί και οι κρίσεις που έχει δημιουργήσει σε πολλούς τομείς της κοινωνίας, έχουν προκαλέσει επιπλέον κρίσεις. Ιδιαίτερα σοβαρή και μακροπρόθεσμη χαρακτηρίζεται η κρίση στον τουριστικό τομέα, ο οποίος αποτελεί έναν τομέα που έχει πληγεί σε μεγάλο βαθμό από τους συνεχείς περιορισμούς και τα μέτρα υγειονομικής ασφάλειας που έχουν τεθεί. Η μείωση των ταξιδιών και τα οικονομικά ζητήματα που αντιμετωπίζουν πλέον οι πολίτες, έχουν αναδείξει την επιτακτική ανάγκη για λήψη μέτρων ενίσχυσης σε μακροπρόθεσμο πλαίσιο, καθώς οι επιπτώσεις συνεχίζουν να επηρεάζουν την κινητικότητα και τη συμπεριφορά των τουριστών. Μάλιστα, οι επιλογές των τουριστών και αντίστοιχα η συμπεριφορά τους έχουν αλλάξει σημαντικά, καθώς ο φόβος και τα καθημερινά προβλήματα επιβίωσης που αντιμετωπίζουν έχουν δημιουργήσει μείωση στην πρόθεσή τους να ταξιδεύουν ή έχουν αναδιαμορφώσει τις ανάγκες από τα ταξίδια.

Λαμβάνοντας, υπόψη, λοιπόν, τη σημασία του τουριστικού τομέα για την οικονομία των κρατών, οι αρμόδιοι φορείς χάραξης τουριστική πολιτικής είναι απαραίτητο πλέον να λάβουν υπόψη τις επιλογές των τουριστών και να εισάγουν αλλαγές στην τουριστική βιομηχανία προς την κατεύθυνση αυτή. Οι αλλαγές, ωστόσο, χρειάζεται να αποτελέσουν στο μέλλον βασικό παράγοντα της κουλτούρας του τουρισμού, καθώς η ευάλωτη και ασταθής φύση του τόσο σημαντικού τομέα, επιφέρει συνεχώς νέες κρίσεις και εισαγωγή αλλαγών. Έτσι, οι αλλαγές και τα μέτρα διαχείρισης των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας στην τουριστική βιομηχανία, κρίνεται αναγκαίο να προωθούν την ανθεκτικότητα στον τομέα και μια ευελιξία που βοηθάει την εξέλιξή του. Σαν τομέας, ο τουρισμός έχει αντιμετωπίσει και στο παρελθόν σοβαρές κρίσεις, οι οποίες αντίστοιχα επηρεάζουν τις οικονομίες των κρατών, ωστόσο, η πανδημία Covid-19, λόγω της μεγάλης ανθεκτικότητας και μολυσματικότητας που διαθέτει, έχει δημιουργήσει ένα πλαίσιο λειτουργίας του τουριστικού τομέα. Ο μετα-πανδημικός τουρισμός, επομένως, χρειάζεται να στηρίζεται σε νέες βάσεις, που προωθούν βιώσιμες λύσεις και αναδιαμορφώνουν ριζικά τη μέχρι τώρα λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας. Πιο συγκεκριμένα, η τουριστική βιομηχανία, πια, δεν μπορεί να στηρίζεται στον μαζικό τουρισμό, ο

οποίος είναι ιδιαίτερα ευάλωτος σε εξωτερικές κρίσεις και δεν διαθέτει σταθερότητα, αλλά χρειάζεται να αναζητήσει νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, που εισάγουν βιώσιμες λύσεις.

Τις βιώσιμες αυτές λύσεις, δύναται να κατευθύνουν οι επιλογές των ίδιων των τουριστών, οι οποίοι λόγω του φόβου προς τον ιό και των προβλημάτων που έχουν να αντιμετωπίσουν στην καθημερινότητά τους, έχουν αναπτύξει νέες τουριστικές συμπεριφορές. Οι επιλογές τους, κατά την περίοδο της πανδημίας, αναδεικνύουν μια στροφή προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες δεν διαθέτουν τον συνωστισμό του μαζικού τουρισμού, ενώ παράλληλα συνάδουν και με την οικονομική τους δυνατότητα. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής, λοιπόν, χρειάζεται να διερευνήσουν εις βάθος τις νέες επιλογές και ανάγκες των τουριστών και να λάβουν μέτρα που δεν σχετίζονται μόνο με τη διαχείριση των επιπτώσεων, αλλά προωθούν έναν νέο τρόπο λειτουργίας του τουριστικού τομέα. Η πανδημία, με τον τρόπο αυτό, και η τουριστική που επέφερε σε όλες τις χώρες θα αποτελέσει εν τέλει ένα μέσο για τη ριζική αναδιαμόρφωση της τουριστικής βιομηχανίας και τη συμπερίληψη σε όλα τα επίπεδα των αναγκών των ίδιων των τουριστών. Μια τέτοια, τουριστική βιομηχανία, μάλιστα, χρειάζεται να στηρίζεται στην εκπαίδευση και σε βιώσιμες μεθόδους, οι οποίες παρέχουν στους τουριστικούς προορισμούς τη δυνατότητα να διαχειριστούν και την εποχικότητα που εμφανίζουν. Επιπλέον, η αξιοποίηση της τεχνολογίας και η έρευνα μέσω αυτής, δύναται να προσφέρει σημαντικές πρακτικές εκσυγχρονισμού στον τουριστικό τομέα.

Την παραπάνω κατεύθυνση ακολούθησε η Ιταλία, μια χώρα που στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στον τουριστικό τομέα και στον μαζικό τουρισμό. Ειδικότερα, οι μεγάλες πόλεις της χώρας αποτελούσαν και συνεχίζουν να αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες, οι οποίοι την κατατάσσουν υψηλά στις προτιμήσεις. Ωστόσο, ο τουριστικός της τομέας στηριζόταν σε μεγάλο βαθμό στις διεθνείς αφίξεις, με αποτέλεσμα η πανδημία και οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί να επιφέρουν σημαντικό πλήγμα στον τουριστικό της τομέα. Για τον λόγο αυτό, οι υπεύθυνοι στον τουρισμό, όχι μόνο αξιοποίησαν κατάλληλα τις επιχορηγήσεις και τις επιδοτήσεις για να στηρίξουν την τουριστική τους βιομηχανία, αλλά άρχισαν να διερευνούν μια γενικότερη αλλαγή στον τομέα. Μέσω ερευνών, αναζήτησαν τις ελλείψεις που παρουσιάζουν σαν χώρα στον τουριστικό τομέα, ώστε μέσω της εκπαίδευσης και του ψηφιακού μετασχηματισμού να επιφέρουν μια ριζική αναδιαμόρφωση. Ακόμη,

επιθυμούν να στραφούν στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού, καθώς η εξάρτησή της από τις διεθνείς αφίξεις δύναται και στο μέλλον να επιφέρει σημαντικές τουριστικές κρίσεις. Έτσι, η πανδημία και οι επιπτώσεις στον τουριστικό τομέα της Ιταλίας μπορεί να αποτελέσουν παράγοντα αλλαγής και δημιουργίας ενός νέου πλαισίου λειτουργίας.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Adger, W.N., Kelly, P.M., Winkels, A., Huy, L.Q. and Locke, C. (2002), Migration, remittances, livelihood trajectories and social resilience, *Ambio: A Journal of the Human Environment*, Vol. 31 No. 4, pp. 358-366.

Adnan, H., Qazi M., & Rana E. A. K. (2013). Tourism-led growth hypothesis: A case study of Pakistan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 18: 303–13.

Akan, Yusuf, İbrahim Arslan, Cem Isik. (2008). The Impact of Tourism on Economic Growth: The Case of Turkey. *Journal of Tourism* 9: 47–69.

Albalade, D. & Bel, G. (2010). Tourism and urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints. *Tourism Management*, 31, 425–433.

Alhawaish, Abdulkarim K. (2016). Is Tourism Development a Sustainable Economic Growth Strategy in the Long Run? Evidence from GCC Countries. *Sustainability* 8: 605.

Alipertia, G., Sandholzb, S., Hagenlocherb, M., Rizzic, F., Freya, M. & Garschagen, M. (2019). Tourism, crisis, disaster: An interdisciplinary approach. *Annals of Tourism Research*, 79, 102808.

Assadourian, E. (2013), *State of the World 2013*, Island Press, Washington, DC.

Badulescu, Alina, Daniel Badulescu, Ramona Simut, and Simona Dzitac. (2020). Tourism—Economic growth nexus. The case of Romania. *Technological and Economic Development of Economy* 26: 867–84.

Barkas, P., Honeck, D., & Colomer E.R. (2020). *INTERNATIONAL TRADE IN TRAVEL AND TOURISM SERVICES: ECONOMIC IMPACT AND POLICY RESPONCES DURING THE COVID-19 CRISIS*. Geneva: World Trade Organization.

Barlow, J., Lennox, G.D., Ferreira, J., Berenguer, E., Lees, A.C., Mac Nally, R., Thomson, J.R., de Barros Ferraz, S.F., Louzada, J., Oliveira, V.H.F. and Parry, L.

(2016), Anthropogenic disturbance in tropical forests can double biodiversity loss from deforestation, *Nature*, Vol. 535 No. 7610, pp. 144-147.

Bayramoglu, Turgut, & Yilmaz Onur Ari. (2015). The relationship between tourism and economic growth in Greece economy: A time series analysis. *Computational Method in Social Sciences 3*: 89–93.

Baum, T. & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 32(7), 2397-2407.

Belanger, H., Lapointe, D., & Guillemard, A. (2020). Central neighbourhoods revitalization and tourists bubble: From gentrification to touristification of daily life in Montreal. In J. Bean (Eds), *Critical practices in architecture: the unexamined* (pp. 71–94). UK: Cambridge Scholars Publishing.

Bodosca, S., Gheorghe, G. & Nistoreanu, P. (2014), Tourist consumption behavior before and after the crisis from 2008, *Procedia Economics and Finance*, Vol. 16, pp. 77-87.

Chen, S., Law, R. & Zhang, M. (2021). Review of research on tourism-related diseases. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(1), 44-58.

Cocco, V (2020). COVID-19: Any Future Perspectives for Tourism in Italy? *Almatourism N. 22*, 61-74.

Comerio, N. & Strozzi, F. (2018). Tourism and its economic impact: A literature review using bibliometric tools. *Tourism Economics*, 25 (1), 109-131.

Connor, P. (2020). More than nine-in-ten people worldwide live in countries with travel restrictions amid COVID-19. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/01/more-than-nine-in-ten-people-worldwide-live-in-countries-with-travel-restrictions-amid-covid-19/>

Corbisiero, F. and La Rocca, R.A. (2020), Tourism on demand. A new form of urban and social demand of use after the pandemic event, *Tema. Journal of Land Use, Mobility and Environment*, Vol. 1, pp. 91-104, doi: 10.6092/1970-9870/6916.

Develioglu, B., 2020. *Effects of The Coronavirus Pandemic on Italy's Tourism Industry*. [online] Wanted in Rome. Available at:<<https://www.wantedinrome.com/news/effects-of-the-coronavirus-pandemic-on-italys-tourism-industry.html>>

De Vos, J. (2020). The effect of COVID-19 and subsequent social distancing on travel behavior. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 5(2020), 1-2.

Dube, K., Nhamo, G. & Chikodzi, D. (2021). COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1487-1490.

Estevão, C. & Costa, C. (2020). Natural disaster management in tourist destinations: a systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 25, 2502.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2020). *Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών-Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών-Τουρισμός και μεταφοράς το 2020 και μετά*. Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Fahimi, A., Akadiri, S. S., Seraj, M. & Akadiri, A. C. (2018). Testing the role of tourism and human capital development in economic growth. A panel causality study of micro states. *Tourism Management Perspectives*, 28, 62-70.

Gallego, I., & Font, X. (2020). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: using Big Data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20.

Gopinath, G. (2020). The Great Lockdown: Worst economic downturn since the great depression. *International Monetary Fund*. Available at <https://blogs.imf.org/2020/04/14/the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression/>

Gössling, S., Ring, A., Dwyer, L., Andersson, A-C. & Hall, C. M. (2016). Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), 527-548.

- Gössling, S., Scott, D. and Hall, C.M. (2020), Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 29 No. 1.
- Gunduz, Lokman, and Abdalnasser Hatemi-J. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics* 12: 499–504.
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F. & Dolnicar, S. (2015). Crisis-resistant tourists. *Annals of Tourism Research*, 53, 46-60.
- Hall, C.M., Scott, D. & Gössling, S. (2013). The primacy of climate change for sustainable international tourism. *Sustainable Development*, 21, 112–121.
- Hall, C.M., Le-Klähn, D.T. & Ram, Y. (2017). *Tourism, Public Transport and Sustainable Mobility*. Bristol: Channel View Press.
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- Haywood, K.M. (2020), A post COVID-19 future – tourism re-imagined and re-enabled, *Tourism Geographies*, Vol. 22 No. 3, pp. 599-609.
- Henderson, J.C.(2007). *Tourism Crisis: Causes, Consequences and Management*. USA: Butterworth-Heinemann.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 1–14.
- Ἰκκος, Α. & Κουτσός, Σ. (2020). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019- 1η εκτίμηση (προσωρινά στοιχεία)-Σεπτέμβριος 2020*. Αθήνα: ΙΝΣΕΤΕ.
- Irwin, C.E. (2020), Catching a break: accessibility, empathy, and COVID-19, *Qualitative Inquiry*, doi: 10.1177/1077800420967889.
- Ivkov, M., Bleši_c, I., Jani_cevi_c, S., Kova_ci_c, S., Miljkovi_c, Đ., Luki_c, T. and Sakulski, D. (2019), Natural disasters vs hotel industry resilience: an exploratory study among hotel managers from Europe, *Open Geosciences*, Vol. 11 No. 1, pp. 378-390.

Jiménez-Guerrero, J. F., Piedra-Muñoz, L., Galdeano-Gómez, E. & Pérez-Mesa, J. C. (2021). The Global Economic Crisis and International Tourism: A Sub-Continental Analysis. *Tourism Planning & Development*, 18(1), 1-24.

Khalil, Samina, Mehmood Khan Kakar, and Afia Malik. (2007). Role of tourism in Economic Growth: Empirical Evidence from Pakistan Economy. *The Pakistan Development Review* 46: 985–95.

Kim, S., Guo, Y. & Agrusa, J. (2005). Preference and Positioning Analyses of Overseas Destinations by Mainland Chinese Outbound Pleasure Tourists. *Journal of Travel Research*, 44(2), 212–220.

Kim, J., & Lee, J. C. (2020). Effect of COVID-19 on Preference for Private Dining Facilities in Restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 1-13.

Kreishan, Fuad M. (2011). Empirical Study of Tourism and Economic Growth of Bahrain: An ARDL Bounds Testing Approach. *International Journal of Economics and Finance* 7: 1–9.

Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies*, 1–6.

Lade, S.J., Steffen, W., De Vries, W., Carpenter, S.R., Donges, J.F., Gerten, D., Hoff, H., Newbold, T., Richardson, K. and Rockström, J. (2020), Human impacts on planetary boundaries amplified by earth system interactions, *Nature Sustainability*, Vol. 3 No. 2, pp. 119-128.

Lee, C.C. & Chen, C.J. (2011), The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS, *Tourism Management*, Vol. 32 No. 6, pp. 1421-1422.

Le-Klähn, D.T., Gerike, R. & Hall, C.M. (2014). Visitor users vs. non-users of public transport: The case of Munich, Germany. *Journal of Destination Marketing and Management*, 3, 152–161.

Lee, Jung Wan, and Ahmad Mujafar Syah. (2018). Economic and Environmental Impacts of Mass Tourism on Regional Tourism Destinations in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 5: 31–41.

Lee, A. & Morling, J. (2020). COVID19 - The need for Public Health in a time of emergency. *Public Health*, 182, 188-189.

Li, X., Meng, F., Uysal, M. & Mihalik, B. (2013). Understanding the Chinese Long-haul Outbound Travel Market: An overlapped Segmentation Approach. *Journal of Business Research*, 66(6), 786–793.

Luo, M., Feng, R. & Cai, L.A. (2004). Information Search Behavior and Tourist Characteristics: The Internet Vis-À-Vis Other Information Sources. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(2/3), 15–25.

Mandeno, T.G. (2011). *Is Tourism a Driver for Public Transport Investment?* New Zealand: University of Otago.

Manzoor, Faiza, Longbao Wei, Muhammad Asif, Muhammad Zia ul Haq, and Hafiz ur Rehman. (2019). The Contribution of Sustainable Tourism to Economic Growth and Employment in Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 16: 3785.

Marques Santos, A., Madrid, C., Haegeman, K. & Rainoldi, A., (2020). Behavioural changes in tourism in times of Covid-19. Luxembourg: Publications Office of the European Union, ISBN 978-92-76-20401-5, doi:10.2760/00411, JRC121262

McKercher, B. (2020). Initial TRINET Responses to COVID-19 Tourism. *Tourism Research Information Network*, 1-11. Available at: <https://ttra.com/wp-content/uploads/2020/04/TRINET-COVID-19-Recovery.pdf>

Medina-Muñoz, D. R., Medina-Muñoz, R. D. & Gutiérrez-Pérez, F. J. (2016). The impacts of tourism on poverty alleviation: an integrated research framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 270-298.

Mustafa, Abdul Majeed Mohamed. (2019). Contribution of Tourism and Foreign Direct Investment to Gross Domestic Product: Econometric Analysis in the Case of Sri Lanka. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 6: 109–14.

Niestadt, M. (2020). *At a Glance: COVID-19 and the tourism sector*. Brussels: EPRS European Parliamentary Research Service.

Nissan, Edward, Miguel-Angel Galindo, and María Teresa Méndez. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Service Industries Journal* 31: 1567–72.

Oh, Chi-Ok. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management* 26: 39–44.

Oluwole, I., & Olufemi, A. (2011). Perceptions as influencer of consumer choice behaviour: The Case of Tourism in Nigeria. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(7).

Peeri, N. C., Shrestha, N., Rahman, M. S., Zaki, R., Tan, Z., Bibi, S. & Haque, U. (2020). The SARS, MERS and novel coronavirus (COVID-19) epidemics, the newest and biggest global health threats: What lessons have we learned?. *International Journal of Epidemiology*, 49(3), 717-726.

Potter, C. W. & Jennings, R. (2011). A definition for influenza pandemics based on historical records. *Journal of Infection*, 63(4), 252-259.

Qiu, R., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994–102994. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102994>

Rasel, M. (2020). Document Analysis: Pandemic Disrupts Italian Tourism. Available at:

https://www.researchgate.net/publication/342572190_Document_Analysis_Pandemic_Disrupts_Italian_Tourism#pfa

RTE (2020), *How the coronavirus may hit the tourism industry*, available at: www.rte.ie/brainstorm/2020/0303/1119857-coronavirus-tourism-ireland/

Sbai, A. (2020). How COVID-19 Impacted Travel & Tourism Industry Globally. Retrieved from <https://infomineo.com/covid-19-impacted-travel-tourism-industry/>

Seyfi, S., Hall, C. M. & Shabani, B. (2020). COVID-19 and international travel restrictions: the geopolitics of health and tourism. *Tourism Geographies*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1833972>

Scott, D., Gössling, S. & Hall, C.M. (2012). *Tourism and Climate Change: Impacts, Adaptation and Mitigation*. Abingdon: Routledge.

Scott, D., & Gössling, S. (2015). What could the next 40 years hold for global tourism?. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 269-285.

Scott, D., Gössling, S., Hall, C.M. & Peeters, P. (2016). Can tourism be part of the decarbonized global economy? The costs and risks of carbon reduction pathways. *Journal of Sustainable Tourism*, 24, 52–72.

Senbeto, D. L. & Hon, A. H. Y. (2020). The impacts of social and economic crises on tourist behaviour and expenditure: an evolutionary approach. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 740-755.

Sharma, A., & Nicolau, J. (2020). An open market valuation of the effects of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Annals of Tourism Research*, 83, 102990–102990. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102990>.

Solazzo, G, Maruccia, Y, Ndou, V. & Del Vecchio, (2022)., How to exploit Big Social Data in the Covid-19 pandemic: the case of the Italian tourism industry. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11628-022-00487-8>.

Songling, Yang, Muhammad Ishtiaq, and Bui Thi Thanh. (2019). Tourism Industry and Economic Growth Nexus in Beijing, China. *Economies* 7: 25.

Sparks, B. & Pan, G. (2009). Chinese Outbound Tourists: Understanding Their Attitudes, Constraints and Use of Information Sources. *Tourism Management*, 30(4), 483–494.

Tang, Chor Foon, and Eu Chye Tan. (2013). How stable is the tourism-led growth hypothesis in Malaysia? Evidence from disaggregated Tourism Markets. *Tourism Management* 37: 52–47.

Tembo, D. (2020), The road now less travelled, *International Trade Forum*, Vol. 1, pp. 3-13.

Toubes, D. R., Vila, N. A. & Brea, J. A. F. (2021). Changes in Consumption Patterns and Tourist Promotion after the COVID-19 Pandemic. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1332-1352.

UNWTO (2019), *International Tourism Highlights*, United Nations World Tourism Organization, Madrid.

UNWTO (2020b), *World Tourism Barometer and Statistical Annex* (August/September 2020), United Nations World Tourism Organization, Madrid.

Wang, M., Jin, Z., Fan, S., Ju, X., & Xiao, X. (2020). Chinese residents' preferences and consuming intentions for hotels after COVID-19 pandemic: a theory of planned behaviour approach. *Anatolia*, 1–4.

Wang, F., Xue, T., Wang, T., & Wu, B. (2020). The Mechanism of Tourism Risk Perception in Severe Epidemic—The Antecedent Effect of Place Image Depicted in Anti-Epidemic Music Videos and the Moderating Effect of Visiting History. *Sustainability* 12(13), 5454–. <https://doi.org/10.3390/su12135454>

Worldometers (2021). Conona virus update. Available at <https://www.worldometers.info/coronavirus/>.

World Tourism Organization. (2020). *UNWTO Briefing Note – Tourism and COVID-19, Issue 3*. Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities. Madrid: UNWTO Publications. <https://doi.org/10.18111/9789284422111>.

Xiao, S., Jia, L. & Jiang, L. (2012). Forest recreation opportunity spectrum in the suburban mountainous region of Beijing. *Journal of Urban Planning Development*, 138, 335–341.

Zielinski, S., & Botero, C. (2020). Beach Tourism in Times of COVID-19 Pandemic: Critical Issues, Knowledge Gaps and Research Opportunities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 1–. <https://doi.org/10.3390/ijerph17197288>.