ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Ξενοδοχειακές Μονάδες και Ανάπτυξη Εναλλακτικού Τουρισμού: Σύγκριση Ελλάδας και Άλλων Μεσογειακών Χωρών.

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγήτρια: Ελένη, Μανούσακα, 1239

Επιβλέπων: Εμμανουήλ, Σκουλουδάκης

©
2024

HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS SCIENCE

DEPARTMENT OF MANAGMENENT SCIENCE AND TECHNOLOGY

Hotel Units and Development of Alternative Tourism: Comparison of Greece and Other Mediterranean Countries.

DIPLOMA THESIS

Student: Eleni, Manousaka, 1239

Supervisor: Emmanouil, Skouloudakis

©
2024

Υπεύθυνη Δήλωση *: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.*

`

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναλυθούν βασικές έννοιες που αφορούν τον τουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό και τις ξενοδοχειακές μονάδες. Επιπρόσθετα, σκοπός της εργασίας είναι να αναδείξει ότι οποιαδήποτε μορφή τουριστικής δραστηριότητας επιφέρει ένα σύνολο επιπτώσεων τόσο θετικών όσο και αρνητικών. Ακόμη, έχει δοθεί έμφαση στο σύνολο των αρνητικών επιπτώσεων που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός οι οποίες υπερτερούν των θετικών και στο πώς η παρουσία και ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να αντιστρέψει τη συγκεκριμένη κατάστασή. Πιο συγκεκριμένα, θα αναφερθούμε στο πως ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω τόσο στην Ελλάδα όσο και στις χώρες της Μεσογείου καθώς και στην ανάγκη να αντικαταστήσει τον μαζικό τουρισμό, εφόσον οι συγκεκριμένες χώρες διαθέτουν όλους τους απαραίτητους πόρους και τα στοιχεία που είναι αναγκαία για τη βιώσιμη ανάπτυξη του. Παράλληλα, θα γίνει μια αναφορά στις ξενοδοχειακές μονάδες των Μεσογειακών χωρών που θα επικεντρώνεται στην ανάπτυξη και τα μεγέθη τους καθώς και στη σημασία της ύπαρξης τους αναφορικά με την ανάπτυξη του τουρισμού. Τέλος, θα αναλυθούν στατιστικά δεδομένα που αφορούν τις αφίξεις των εισερχόμενων επισκεπτών στις χώρες της Μεσογείου καθώς και δεδομένα που αφορούν μεγέθη εναλλακτικού τουρισμού στις συγκεκριμένες χώρες και θα παρουσιαστούν τα σχετικά συμπεράσματα.

Λέξεις Κλειδιά : Τουρισμός, Εναλλακτικός Τουρισμός, Μαζικός τουρισμός, Ξενοδοχειακές Μονάδες

`

ABSTRACT

In this thesis, basic concepts concerning tourism, alternative tourism and hotels will be analyzed. In addition, the purpose of the thesis is to highlight that any form of tourism activity brings about a set of impacts both positive and negative. Furthermore, emphasis has been placed on the set of negative impacts of mass tourism which outweigh the positive ones and how the presence and development of alternative tourism can reverse this situation. More specifically, we will refer to how alternative tourism can be further developed both in Greece and in the Mediterranean countries, as well as the need to replace mass tourism, since these countries have all the necessary resources and elements needed for its sustainable development. At the same time, a report will be made on the hotel establishments of the Mediterranean countries, focusing on their development and sizes as well as the importance of their existence regarding the development of tourism. Finally, statistical data concerning inbound visitor arrivals in the Mediterranean countries as well as data concerning alternative tourism sizes in these countries will be analyzed and the relevant conclusions will be presented.

Key Words: Tourism, Alternative Tourism, Mass tourism, Hotel Units

`

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ v
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ vii
ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ ix
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ xi
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ xii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ 1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 3
1.1 Εισαγωγή 3
1.2 Ο ορισμός του τουρισμού 3
1.3 Οι μορφές του τουρισμού 5
1.4 Η ιστορία και η εξέλιξη του τουρισμού 6
1.5 Εννοιολογική προσέγγιση του όρου «τουρίστας» 7
1.6 Τυπολογία τουριστών 8
1.7 Εννοιολογική προσέγγιση του τουριστικού προορισμού 12
1.8 Οι επιπτώσεις του τουρισμού 14
1.8.1 Οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού 15
1.8.2 Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού 18
1.8.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού 21
1.9 Επίλογος 24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 25
2.1 Εισαγωγή 25
2.2 Βασικές έννοιες και διαφοροποίηση του Εναλλακτικού Τουρισμού από τον Τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων και από τον Μαζικό Τουρισμό 26
2.3 Μορφές του εναλλακτικού τουρισμού 30
2.4 Ο εναλλακτικός τουρίστας 35
2.5 Ο εναλλακτικός προορισμός 37
2.6 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα 38
2.7 Η γεωγραφική επέκταση της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα 40
2.8 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην Ελλάδα 41
2.9 Οι επιπτώσεις του Εναλλακτικού Τουρισμού 53
2.9.1 Οικονομικές Επιπτώσεις Εναλλακτικού Τουρισμού 54
2.9.2 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις 55
2.9.3 Κοινωνικό-Πολιτιστικές επιπτώσεις 57

`

2.10 Επίλογος 58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ 59
3.1 Εισαγωγή ..... **Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.**
3.2 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ισπανία 60
3.3 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Σλοβενία 61
3.4 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Κροατία 63
3.5 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Γαλλία 64
3.6 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Τουρκία 64
3.7 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ιταλία 66
3.8 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Κύπρο 68
3.9 Επίλογος 69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ ..... **Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.**
4.1 Εισαγωγή ..... **Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.**
4.2 Ορισμός και κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων 71
4.3 Αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων και το σύνολο των εσόδων τους 73
4.4 Επίλογος 81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΓΕΘΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ 82
5.1 Εισαγωγή ..... **Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.**
5.2 Αφίξεις εισερχόμενων επισκεπτών στις χώρες της Μεσογείου 84
5.3 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Ναυτικού τουρισμού 105
5.3.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Ναυτικό τουρισμό 106
5.4 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Πολιτιστικού & Θρησκευτικού τουρισμού 107
5.4.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό 108
5.5 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Αστικού τουρισμού 110
5.5.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Αστικό τουρισμό 111
5.6 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Επιχειρηματικού τουρισμού 112
5.6.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Επιχειρηματικό τουρισμό 113
5.7 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί αναφορικά με το προϊόν ήλιος & θάλασσα 114
5.7.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με το προϊόν τουρισμού ήλιος & θάλασσα 115
5.8 Συμπεράσματα 116
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΠΙΛΟΓΟΣ 122

`

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 123
Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ 123
Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ 129
Γ. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ 130

`

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1 Διαφορές Μαζικού και Εναλλακτικού Τουρισμού / Τουρίστα 26

`

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Υποθετικός κύκλος ζωής μιας τουριστικής περιοχής.....38
Διάγραμμα 2: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ελλάδα).....73
Διάγραμμα 3: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ελλάδα).....74
Διάγραμμα 4: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ισπανία).....74
Διάγραμμα 5: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ισπανία).....75
Διάγραμμα 6: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Γαλλία).....75
Διάγραμμα 7: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Γαλλία).....76
Διάγραμμα 8: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ιταλία).....76
Διάγραμμα 9: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ιταλία).....77
Διάγραμμα 10: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Μάλτα).....77
Διάγραμμα 11: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Μάλτα).....78
Διάγραμμα 12: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Σλοβενία).....78
Διάγραμμα 13: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Σλοβενία).....79
Διάγραμμα 14: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κροατία).....79
Διάγραμμα 15: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κροατία).....80
Διάγραμμα 16: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κύπρος).....80
Διάγραμμα 17: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κύπρος).....81
Διάγραμμα 18: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ισπανία).....84
Διάγραμμα 19: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ισπανία).....84
Διάγραμμα 20: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Γαλλία).....85
Διάγραμμα 21: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Γαλλία).....85
Διάγραμμα 22: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μονακό).....86
Διάγραμμα 23: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μονακό).....86
Διάγραμμα 24: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ιταλία).....87
Διάγραμμα 25: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ιταλία).....87
Διάγραμμα 26: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μάλτα).....88
Διάγραμμα 27: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μάλτα).....88
Διάγραμμα 28:Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Σλοβενία).....89
Διάγραμμα 29: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Σλοβενία).....89
Διάγραμμα 30: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Κροατία).....90

`

Διάγραμμα 31: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Κροατία) 90
Διάγραμμα 32:Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Βοσνία-Ερζεγοβίνη) 91
Διάγραμμα 33: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Βοσνία-Ερζεγοβίνη)91
Διάγραμμα 34: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μαυροβούνιο) 92
Διάγραμμα 35: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μαυροβούνιο) 92
Διάγραμμα 36: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Αλβανία) 93
Διάγραμμα 37: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Αλβανία) 93
Διάγραμμα 38: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ελλάδα) 94
Διάγραμμα 39: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ελλάδα) 94
Διάγραμμα 40: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Τουρκία) 95
Διάγραμμα 41: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Τουρκία) 96
Διάγραμμα 42: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Κύπρος) 96
Διάγραμμα 43: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Κύπρος) 97
Διάγραμμα 44: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Συρία) 97
Διάγραμμα 45: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Συρία) 98
Διάγραμμα 46: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Λίβανος) 98
Διάγραμμα 47: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Λίβανος) 99
Διάγραμμα 48: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ισραήλ) 99
Διάγραμμα 49: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ισραήλ) 100
Διάγραμμα 50: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Παλαιστίνη) 100
Διάγραμμα 51: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Παλαιστίνη) 101
Διάγραμμα 52: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Αίγυπτος) 101
Διάγραμμα 53: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Αίγυπτος) 102
Διάγραμμα 54: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Τυνησία) 102
Διάγραμμα 55: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Τυνησία) 103
Διάγραμμα 56: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Αλγερία) 103
Διάγραμμα 57: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Αλγερία) 104
Διάγραμμα 58: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μαρόκο) 104
Διάγραμμα 59: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μαρόκο) 105
Διάγραμμα 60: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Ναυτικός τουρισμός (2019) 105
Διάγραμμα 61: Διεθνής ζήτηση για Ναυτικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια 106

`

Διάγραμμα 62: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Πολιτιστικός & Θρησκευτικός τουρισμός (2019) 107
Διάγραμμα 63: Διεθνής ζήτηση για Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια 108
Διάγραμμα 64: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Αστικός τουρισμός (2019) 110
Διάγραμμα 65: Διεθνής ζήτηση για Αστικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια 110
Διάγραμμα 66: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Επιχειρηματικός τουρισμός (2019) ... 112
Διάγραμμα 67: Διεθνής ζήτηση για Επιχειρηματικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια 112
Διάγραμμα 68: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί για το προϊόν ήλιος & θάλασσα (2019) 114
Διάγραμμα 69: Διεθνής ζήτηση για το προϊόν ήλιος & θάλασσα σε (εκατ.) ταξίδια 114

`

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Η διαρθρωτική δομή της τουριστικής βιομηχανίας 4
Εικόνα 2: Η φάρμα AGRECO 43
Εικόνα 3: Το οικολογικό χωριό Μηλιά Χανίων 44
Εικόνα 4: Η Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου 45
Εικόνα 5: Καλάβρυτα: Ο ιδανικός προορισμός για χειμερινές διακοπές στη φύση.....46
Εικόνα 6: Πεζοπορία στην οροσειρά της Πίνδου 47
Εικόνα 7: Το Φαράγγι της Σαμαριάς 48
Εικόνα 8: Η Ακρόπολη των Αθηνών 49
Εικόνα 9: Το Άγιο Όρος 50
Εικόνα 10: Τα Λουτρά Πόζαρ 51
Εικόνα 11: Θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα 51
Εικόνα 12: Φαλάσαρνα.....52

`

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

OECD = Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

UNESCO = Εκπαιδευτική Επιστημονική και Πολιτιστική οργάνωση των Ηνωμένων Εθνών

WWOOF = Worldwide Opportunities on Organic Farms Turkey

ΕΟΤ = Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

ΙΝΣΕΤΕ = Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΟΗΕ = Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

ΠΟΤ-UNWTO = Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization)

`

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την υποστήριξη και την βοήθεια που έλαβα σε όλη την πορεία των σπουδών μου, καθώς και τον επιβλέποντα καθηγητή μου Σκουλουδάκη Εμμανουήλ για την καθοδήγηση και την πολύτιμη βοήθεια που μου πρόσφερε για την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

`

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική άνθηση στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως. Η μορφή τουρισμού η οποία έχει αναπτυχθεί και επικρατήσει σε μεγαλύτερο βαθμό σε διεθνές επίπεδο είναι ο μαζικός τουρισμός, ο οποίος επιφέρει περισσότερες επιζήμιες παρά ωφέλιμες επιπτώσεις, οι οποίες μπορούν να αποβούν μοιραίες για τους τουριστικούς προορισμούς, γεγονός που μπορεί να αντιμετωπιστεί με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.

Στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να αναλυθούν βασικές έννοιες που αφορούν τον τουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό, και τις ξενοδοχειακές μονάδες. Ακολούθως, υπήρξε η ανάγκη να απαντήσουμε σε ερωτήματα αναφορικά με το πως μπορούν να μετριαστούν οι αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός, ποια είναι η σημασία του εναλλακτικού τουρισμού τόσο για την Ελλάδα όσο και για τις χώρες της Μεσογείου και πως μπορεί να αναπτυχθεί σε αυτές, πόσο σημαντική είναι η ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων για τον τομέα του τουρισμού, πώς επηρέασε η πανδημία του COVID-19 την τουριστική επισκεψιμότητα και τις ξενοδοχειακές μονάδες των Μεσογειακών χωρών και τι ενέργειες πραγματοποίησαν για να ανακάμψουν, ποιοι είναι οι βασικότεροι ανταγωνιστές της Ελλάδος από τις χώρες της Μεσογείου όσον αφορά τα κύρια προϊόντα σύμφωνα με το χαρτοφυλάκιο της χώρας και πως η Ελλάδα μπορεί να τις συναγωνιστεί. Για την απάντηση των συγκεκριμένων ερωτημάτων μελετήθηκε η σχετική βιβλιογραφία και αναλύθηκαν στατιστικά δεδομένα με σκοπό την εξαγωγή των σχετικών συμπερασμάτων.

Η συγκεκριμένη εργασία ακολουθεί την παρακάτω δομή: Το πρώτο κεφάλαιο αφορά το φαινόμενο του τουρισμού και την προσέγγιση βασικών εννοιών που αφορούν το συγκεκριμένο φαινόμενο όπως ο «τουρίστας» και ο «τουριστικός προορισμός». Επιπλέον, έχει αναλυθεί το σύνολο των επιπτώσεων που επιφέρει ο τουρισμός σε οικονομικό, κοινωνικό-πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Ακολούθως, το δεύτερο κεφάλαιο αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό και τις σχετικές με αυτόν έννοιες, όπως επίσης και τις βασικότερες διαφορές που τον διακρίνουν από τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και από τον μαζικό τουρισμό. Επιπρόσθετα, έχουν αναλυθεί οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού

`

και έχει πραγματοποιηθεί η σχετική περιγραφή αναφορικά με το πως αναπτύχθηκε ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα και ποιες από τις μορφές του μπορεί να υποστηρίξει η συγκεκριμένη χώρα. Τέλος, έχει αναλυθεί το σύνολο των επιπτώσεων που επιφέρει σε οικονομικό, κοινωνικό-πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Το τρίτο κεφάλαιο αφορά την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στις Μεσογειακές χώρες ενώ το τέταρτο κεφάλαιο αφορά τις ξενοδοχειακές μονάδες και την ανάπτυξη τους στους Μεσογειακούς προορισμούς. Έπειτα στο πέμπτο κεφάλαιο έχουν αναλυθεί στατιστικά δεδομένα που αφορούν τις αφίξεις των εισερχόμενων επισκεπτών στις χώρες της Μεσογείου καθώς και δεδομένα που αφορούν τον εναλλακτικό τουρισμό τόσο στην Ελλάδα όσο και στους υπόλοιπους Μεσογειακούς προορισμούς και έχουν παρουσιαστεί τα σχετικά συμπεράσματα. Κλείνοντας, στο έκτο κεφάλαιο παρατίθενται ο επίλογος της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

`

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθούν ο ορισμός του τουρισμού καθώς επίσης και οι διάφορες μορφές του, και θα κάνουμε μια μικρή αναδρομή στο παρελθόν ώστε να πληροφορηθούμε για την ιστορία του και τη μετέπειτα εξέλιξή του. Επιπροσθέτως, θα αναλύσουμε τον όρο «τουρίστας» και την τυπολογία των τουριστών, όπως αυτή αποτυπώνεται από την πλευρά του εκάστοτε ερευνητή, λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσιμες ιδιότητες της καταναλωτικής συμπεριφοράς των επισκεπτών. Ακόμη, θα ακολουθήσει η εννοιολογική προσέγγιση του τουριστικού προσδιορισμού ανάλογα με τις απόψεις των ερευνητών σχετικά με το πως πρέπει να ορισθεί. Τέλος, θα παρουσιαστούν οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, οι οποίες κατηγοριοποιούνται σε οικονομικές, κοινωνικό-πολιτιστικές και περιβαλλοντικές.

1.2 Ο ορισμός του τουρισμού

Η λέξη τουρισμός προέρχεται από τη γαλλική λέξη «Tour» πού σημαίνει γύρος και την αγγλική λέξη «Touring» που αφορά την περιήγηση στα αξιοθέατα ενός τόπου.
Η έννοια του τουρισμού λόγω της πολυπλοκότητας της δεν έχει αντικατοπτρισθεί πλήρως από έναν ολοκληρωμένο ορισμό. Επομένως, μπορούμε να διακρίνουμε ένα σύνολο ορισμών που αντιπροσωπεύουν τη συγκεκριμένη έννοια. (Διονυσοπούλου, 2006)
Αναλυτικότερα:

Σύμφωνα με τους Hunziker & Krapf (1942) τουρισμός είναι η προσωρινή μετακίνηση ατόμων σε ένα μέρος, που δεν αποτελεί τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους ή τον τόπο που εργάζονται και έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία διαφόρων φαινομένων και σχέσεων.

Σύμφωνα με τον Joshke (1954) «ο τουρισμός αντιπροσωπεύεται από την ειδική και την επιπρόσθετη κατανάλωση». Η ειδική κατανάλωση αφορά την κατανάλωση προϊόντων από τους τουρίστες, τα οποία παράγονται ειδικά για αυτούς, ώστε να καλυφθούν διάφορες από τις ανάγκες τους. Αντιθέτως, η επιπρόσθετη κατανάλωση αναφέρεται στο γεγονός όπου οι

`

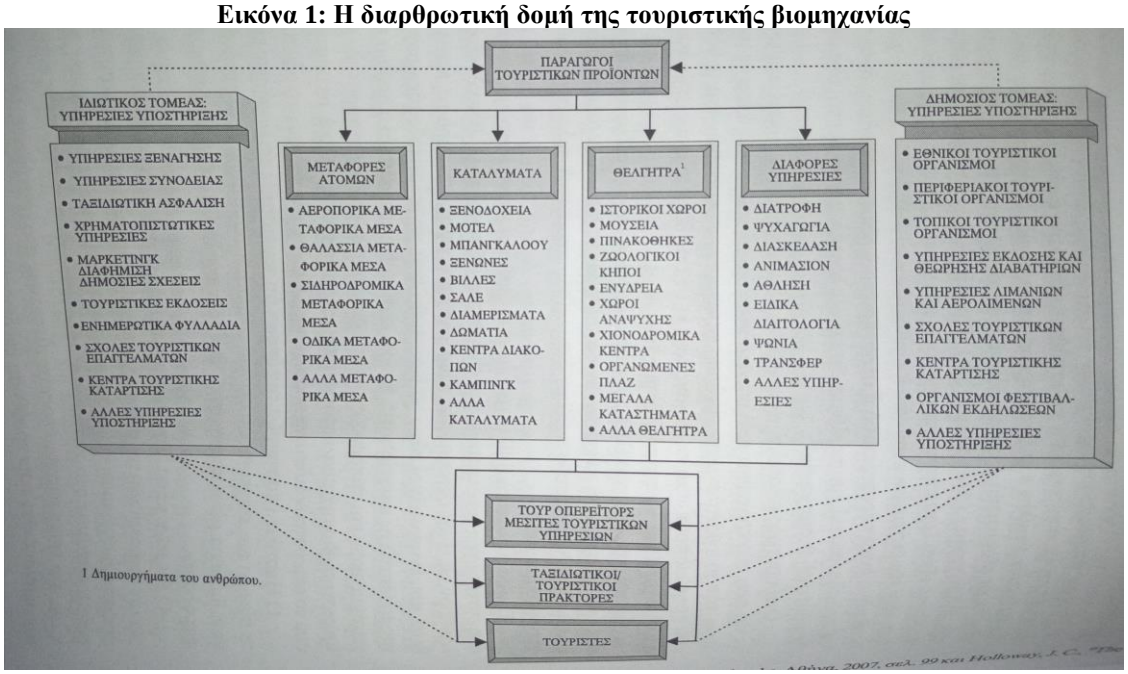
επισκέπτες καταναλώνουν τα ήδη υπάρχοντα προϊόντα του τόπου με αποτέλεσμα να αποτελούν τους πλέον επιπρόσθετους πελάτες.

Σύμφωνα με τον Leiper (1979) ο τουρισμός αποτελείται από τη μετακίνηση ενός ατόμου από ένα μέρος σε ένα άλλο, καθώς επίσης και από τη διαμονή του ατόμου στον τόπο τον οποίο επισκέπτεται για σύντομο χρονικό διάστημα.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ-UNWTO) τουρισμός είναι ένα σύνολο δραστηριοτήτων, που πραγματοποιούνται από τους ταξιδιώτες στην περιοχή την οποία επισκέπτονται για σύντομο χρονικό διάστημα. Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες έχουν ως σκοπό την ικανοποίηση των διαφόρων αναγκών των ταξιδιωτών, καθώς και την αναψυχή.

Εν κατακλείδι, όποιον ορισμό και αν υιοθετήσουμε θα διαπιστώσουμε ότι το μονοπάτι που ονομάζεται τουρισμός τις περισσότερες φορές οδηγεί σε ευμενείς καταστάσεις τον κάθε τόπο, καθώς προβάλλεται η ιστορία και ο πολιτισμός του και ενισχύεται σημαντικά η οικονομία του. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο που στις μέρες μας θεωρείται ως η μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως.

Εικόνα 1: Η διαρθρωτική δομή της τουριστικής βιομηχανίας



Πηγή: Ηγουμενάκης Νίκος Γ., «Τουριστική Οικονομία», Έκδοση Γ΄, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα. 2007, σελ. 99.

`

1.3 Οι μορφές του τουρισμού

Λόγω της πολυπλοκότητας της τουριστικής βιομηχανίας και τα παρακλάδια τα οποία ανέπτυξε, υπήρξε η ανάγκη στο να ταξινομήσουμε το φαινόμενο του τουρισμού ανάλογα με τον σκοπό και τα κριτήρια τα οποία εξυπηρετεί. Παρακάτω θα αναφερθούν οι πιο διαδεδομένες από τις μορφές του τουρισμού σύμφωνα με τον Καραμπουρνιώτη (2018):

- **Εσωτερικός τουρισμός.** Αναφέρεται στις μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών οι οποίες πραγματοποιούνται εντός της χώρας της οποία διαμένουν.
- **Διεθνής τουρισμός.** Ο οποίος χωρίζεται στον διεθνή εξερχόμενο και στον διεθνή εισερχόμενο τουρισμό. Ο διεθνής εξερχόμενος τουρισμός αναφέρεται στις μετακινήσεις μόνιμων κατοίκων μιας χώρας προς διαφορετική χωρά με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών τους. Ο διεθνής εισερχόμενος τουρισμός, αφορά τις μετακινήσεις αλλοδαπών από τη χωρά καταγωγής τους προς οποιοδήποτε κράτος.
- **Μαζικός τουρισμός.** Αποτελεί μια σύγχρονη μορφή τουρισμού κατά την οποία ομάδες ατόμων ταξιδεύουν έχοντας επιλέξει τουριστικά πακέτα (tour operators), τα οποία τους προσφέρουν ένα οργανωμένο ταξίδι.
- **Ατομικός τουρισμός.** Ονομάζεται το είδος τουρισμού, όπου το κάθε άτομο λαμβάνει ατομική ευθύνη στο να οργανώσει και να προγραμματίσει το ταξίδι του ανάλογα τις ανάγκες του.
- **Στατικός τουρισμός.** Είναι η κατηγορία τουρισμού κατά την οποία ο τουρίστας αποφασίζει να περάσει συνολικά τον χρόνο διαμονής του και να πραγματοποιήσει τις δραστηριότητές που επιθυμεί, εντός της ξενοδοχειακής μονάδας που έχει επιλέξει.
- **Κινητικός τουρισμός.** Ονομάζεται ο τουρισμός σύμφωνα με τον οποίο ο επισκέπτης βρίσκεται σε συνεχής εγρήγορση στο να εξερευνήσει τον τόπο τον οποίο επισκέπτεται.
- **Νεανικός τουρισμός.** Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν άτομα από 18 έως 30 ετών, τα οποία ταξιδεύουν είτε ομαδικά είτε ατομικά και επιλέγουν συνήθως δημοφιλείς προορισμούς και μέρη στα οποία μπορούν να πραγματοποιήσουν δραστηριότητες της αρεσκείας τους.
- **Τουρισμός τρίτης ηλικίας.** Σε αντίθεση με τον νεανικό τουρισμό, ο τουρισμός τρίτης ηλικίας αποτελείτε από ταξιδιώτες που αναζητούν την ησυχία και τη χαλάρωση και προτιμούν μια διαμονή με ευκολίες και παροχές. Αυτή η κατηγορία

`

επισκεπτών θεωρείτε σημαντική, καθώς ανήκουν σε αυτήν εύποροι συνήθως άνθρωποι, οι οποίοι πολλές φορές επιλέγουν να επισκέπτονται περιοχές που βρίσκονται σε περίοδο εκτός τουριστικής αιχμής, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο σημαντικά την οικονομία του κάθε τόπου καθώς και την τουριστική του ζήτηση.

- **Κοινωνικός τουρισμός.** Αναφέρεται σε άτομα χαμηλού εισοδήματος, τα οποία μέσω της συμμετοχής τους σε κρατικά προγράμματα, από τα οποία λαμβάνουν πλήρης η μερικώς χρηματοδότηση, καταφέρνουν να επισκεφτούν τον προορισμό της αρεσκείας τους και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους.

1.4 Η ιστορία και η εξέλιξη του τουρισμού

Με το πέρασμα τον αιώνων ο τουρισμός πέρασε από πολλά στάδια εξελίχθηκε και συνεχίζει να εξελίσσεται ακόμα και στις μέρες μας, ενώ παράλληλα αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι κατόρθωσε να αποτελέσει ένα αναπόσπαστο κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας.

Ο τουρισμός στην αρχαία εποχή. Όλα ξεκίνησαν όταν οι Ρωμαίοι καθώς επέκτειναν τα εδάφη τους, ίδρυσαν τις πρώτες υποδομές για την επίτευξη μεταφορών ώστε να μπορούν να πραγματοποιούν μετακινήσεις και μεταναστεύσεις εντός των συνόρων ρωμαϊκής αυτοκρατορίας. Ακόμα στην εποχή της αρχαίας Ελλάδας συμβάντα όπως τους ολυμπιακούς αγώνες είχαν ως προϋπόθεσή τη μετακίνηση ατόμων από διάφορες περιοχές στην πόλη της Ολυμπίας, πράγμα που μπορεί να θεωρηθεί ως ο τουρισμός της αρχαίας εποχής.

Ο τουρισμός στον Μεσαίωνα. Αυτοκρατορίες όπως το Ισλάμ που διέθεταν στην κατοχή τους αρκετά εδάφη πραγματοποιούσαν μετακινήσεις εντός των συνόρων τους. Για παράδειγμα, αρκετοί προσκυνητές του ισλάμ ταξίδευαν ώστε να επισκεφθούν τη Μέκκα. Ως αντίστοιχο γεγονός θα αναφέρουμε τις μετακινήσεις σε διάφορες πόλεις για τη διάδοση της χριστιανικής θρησκείας, όπως τις σταυροφορίες. Παρόλο που και στις δύο περιπτώσεις οι μεταφορές ατόμων πραγματοποιούνταν για θρησκευτικούς λόγους και όχι για λόγους αναψυχής μπορούν να θεωρηθούν μια μορφή τουρισμού εκείνης της εποχής.

Ο τουρισμός στη σύγχρονη εποχή. Στις μέρες μας όταν αναφερόμαστε στον όρο «τουρισμός.», μας έρχονται στο μυαλό εικόνες ξενοδοχείων, καταλυμάτων και η εικόνα του

`

σύγχρονου τουρίστα, ο οποίος έχει την ευχέρεια να βρει ένα μέρος διαμονής σχεδόν σε όποιο μέρος του κόσμου και αν επισκεφθεί. Πώς όμως έχει αναπτυχθεί αυτό το φαινόμενο στη μορφή που γνωρίζουμε σήμερα; Η εξέλιξη της τεχνολογίας και της βιομηχανίας και η άνθηση της οικονομίας οδήγησαν στην ανάπτυξη της σύγχρονης μορφής του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα η είσοδος της βιομηχανικής επανάστασης, η εύρεση της ατμομηχανής και του σιδηροδρόμου, καθώς και η ανάπτυξη της ατμοπλοϊκής ναυσιπλοΐας, ήταν τα πρώτα επιτεύγματα που διαμόρφωσαν τον σύγχρονο τουρισμό. Στη συνέχεια η εμφάνιση νέων μέσων μεταφοράς όπως τα αυτοκίνητα, τα αεροπλάνα και τα πλοία, επέτρεψαν στον τουρίστα να πραγματοποιεί ταξίδια με περισσότερη ευκολία και ασφάλεια και σε μικρότερο χρονικό διάστημα και αποτέλεσαν τα μέσα όπου συμβάλλουν στην εδραίωση του τουριστικού τομέα. Τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα από την πλευρά τους λόγο της ανταγωνιστικότητας καθώς και τη στροφή των προτιμήσεων των πελατών στην ποιότητα έχουν εξελίξει και βελτιώσει τις υπηρεσίες τους με το πέρασμα των χρόνων. Εν κατακλείδι, στη σύγχρονη εποχή ο τουρισμός συνεπάγεται με τη ζήτηση για ιδιαίτερα ποιοτικές υπηρεσίες και με την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού.[1]

1.5 Εννοιολογική προσέγγιση του όρου «τουρίστας»

Σύμφωνα με τους Mor, et al., (2023) παρόλο που η έννοια της τουριστικής βιομηχανίας έχει προσδιοριστεί και αναγνωριστεί, ο όρος «τουρίστας» δεν έχει αντικατοπτριστεί πλήρως. Ακόμη αξίζει να σημειωθεί ότι οι Coles, et al., (2004) παρουσιάζουν τον όρο «τουρίστας» ως θεωρητικό και εννοιολογικό δημιούργημα, υποδεικνύοντας τις τρεις θεωρητικές πτυχές του και πιο συγκεκριμένα την ελεύθερη επιλογή, την παροδική δραστηριοποίηση και την κινητικότητα σε απόσταση της οικίας. Επιπρόσθετα, ο McCabe (2005) αναφέρεται στην αλληλεξάρτηση του τουρισμού με το πολιτισμικό πλαίσιο και τις κοινωνικές συνθήκες με κάποιους από τους περιηγητές να διαφωνούν ως προς την κατονομασία τους ως τουρίστες. Επιπλέον, η διεθνής εξάπλωση του τουρισμού οδήγησε στην αναγκαιότητα ποσοτικοποίησης των επισκεπτών σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Ωστόσο, ο όρος «τουρίστας» εξακολουθεί να μην μπορεί να αποδοθεί με έναν ολοκληρωμένο ορισμό.

[1] Στο συγκεκριμένο απόσπασμα αντλήθηκαν πληροφορίες από το άρθρο «Τουριστική ιστορία» που δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα definebusinessterms.com.

`

1.6 Τυπολογία τουριστών

Η αποτύπωση των παρόμοιων ιδιοτήτων της καταναλωτικής συμπεριφοράς των τουριστών συντελεί στη διαμόρφωση ποικίλων τουριστικών τυπολογιών, εκ των οποίων αποτυπώνεται η κοινή πλευρά των διαφόρων κοινωνικών χαρακτηριστικών και των οικονομικών προτύπων κατανάλωσης. (Τσάρτας, 1996)

Ο Cohen (1972), ο οποίος ήταν ένας από τους πρωτοπόρους που εισηγήθηκε ότι οι τουρίστες θα μπορούσαν να κατηγοριοποιηθούν λαμβάνοντας ως κριτήριο όμοιες συμπεριφορές που μπορούν να παρατηρηθούν, όρισε 4 κατηγορίες:

Οι οργανωμένοι μαζικοί τουρίστες: Οι οργανωμένοι μαζικοί τουρίστες δεν είναι λάτρεις της περιπέτειας και προτιμούν ταξίδια που χαρακτηρίζονται από τον προγραμματισμό και την οργάνωση. Ο συγκεκριμένος τύπος τουριστών επιλέγει ένα οργανωμένο ταξίδι με όλες τις λεπτομέρειες κανονισμένες από το ταξιδιωτικό πρακτορείο, συμπεριλαμβανομένων της διαμονής, των δρομολογίων, των στάσεων καθώς και των διαφόρων τοποθεσιών που θα επισκεφθούν. Τέλος, δε χρειάζεται να παίρνουν σχεδόν καμία απόφαση αυτοπροσώπως, αντιθέτως έχουν την ευχέρεια να απολαύσουν το ταξίδι τους χωρίς περίσσιο άγχος.

Οι ανεξάρτητοι μαζικοί τουρίστες: Ο συγκεκριμένος τύπος τουριστικού ρόλου είναι παρεμφερής με τον προηγούμενο με τη διαφορά ότι το ταξίδι δεν είναι οργανωμένο εξ' ολοκλήρου από το τουριστικό πρακτορείο. Οι μη οργανωμένοι τουρίστες μπορούν να πάρουν μόνοι τους συγκεκριμένες αποφάσεις που αφορούν τη διαχείριση του χρόνου τους και τον προγραμματισμό των δρομολογίων τους ανεξαρτήτως του συνόλου. Παρ' όλα αυτά οι κυριότερες προετοιμασίες πραγματοποιούνται από τον τουριστικό πράκτορα. Εν κατακλείδι, η κατηγορία αυτή προτιμά σε μεγαλύτερο βαθμό την περιπέτεια και τις καινούργιες εμπειρίες συγκριτικά με την προηγούμενη κατηγορία τουριστών.

Οι περιπλανώμενοι τουρίστες: Οι περιπλανώμενοι τουρίστες τολμούν να απομακρυνθούν από τη χώρα τους και από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής τους και πραγματοποιούν το ταξίδι τους με τον δικό τους μοναδικό τρόπο, ο οποίος διαφέρει από αυτόν ενός συνηθισμένου τουρίστα. Επίσης, συνηθίζουν να ζουν ανάμεσα στους ντόπιους, της περιοχής της οποίας επισκέπτονται και μοιράζονται μαζί τους συνήθειες, ήθη και έθιμα καθώς και τις διατροφικές τους προτιμήσεις. Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός, ότι δεν έχουν κάποιο συγκεκριμένο προορισμό και ούτε τηρούν ένα σταθερό δρομολόγιο η πρόγραμμα. Κλείνοντας, απώτερος

`

σκοπός του περιπλανώμενου τουρίστα είναι να ενσαρκώσει την κουλτούρα του οικοδεσπότη του.

Οι εξερευνητές: Οι εξερευνητές προγραμματίζουν αποκλειστικά μόνοι τους το ταξίδι τους ακολουθώντας συχνά τον μη συνηθισμένο τρόπο. Στόχος τους η συναναστροφή με τους γηγενής των περιοχών των οποίων επισκέπτονται και η υιοθέτηση της τοπικής διαλέκτου. Ο συγκεκριμένος τύπος τουριστών τολμά να αποχωριστεί την πατρίδα του και είναι σε θέση να επιστρέψει σε αυτήν όταν και εάν υπάρξει ανάγκη. Τέλος, οι εξερευνητές σε σχέση με τους περιηγητές δεν αφοσιώνονται ολοκληρωτικά στην κοινωνία υποδοχής, αντιθέτως εξακολουθούν να διατηρούν ορισμένες από τις καθημερινές συνήθειες και ανέσεις με βάση την κουλτούρα τους.

Την έρευνα του Cohen διεύρυναν αρκετοί επιστήμονες οι οποίοι ανέπτυξαν τη θεωρία του με σκοπό την καταγραφή της τουριστικής συμπεριφοράς, καθώς και τον προσδιορισμό της τυπολογίας του τουρισμού. Παρακάτω θα αναφερθούν ενδεικτικά κάποιοι από αυτούς.

Σύμφωνα με τον Smith (1989) υπάρχουν 7 κατηγορίες τουριστών:

Οι εξερευνητές: Η κατηγορία των εξερευνητών αποτελείται από άτομα τα οποία ταξιδεύουν άλλοτε μόνα τους και άλλοτε σε μικρές ομάδες αναζητώντας νέες εμπειρίες και περιπέτειες. Οι εξερευνητές υστερούν αριθμητικά σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες και αυτό που τους χαρακτηρίζει είναι η αναζήτηση και η εξερεύνηση καινούργιων τοποθεσιών.

Οι υψηλής κατηγορίας επισκέπτες (elite): Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν άτομα υψηλού εισοδήματος και πολλές φορές υψηλής κοινωνικής θέσης, τα οποία έχουν εμπειρία στη διενέργεια ταξιδιών και προτιμούν διακοπές υψηλού κόστους προκείμενου να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις τους. Τέλος, οι υψηλής κατηγορίας επισκέπτες συνήθως πραγματοποιούν τις διακοπές τους για διασκέδαση και ψυχαγωγία.

Οι εκκεντρικοί τουρίστες: Οι οποίοι προτιμούν να επισκέπτονται μη δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, προκειμένου να αποφύγουν τον συνωστισμό και να απομονωθούν από τους υπόλοιπους τουρίστες και από τα πλήθη.

Οι ιδιοσυγκρασιακοί τουρίστες: Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν άτομα που τους αρέσει η περιπέτεια και το ρίσκο. Δεν προτιμούν τα οργανωμένα ταξίδια και τους δημοφιλείς ταξιδιωτικούς προορισμούς και συνηθίζουν να υιοθετούν την τοπική κουλτούρα στα μέρη που επισκέπτονται.

`

Οι εν δυνάμει μαζικοί τουρίστες: Οι εν δυνάμει μαζικοί τουρίστες συνήθως ταξιδεύουν σε μικρές οργανωμένες ομάδες. Πραγματοποιούν κάποιες από τις περιηγήσεις και τις δραστηριότητες ομαδικά αλλά τους δίνεται η ελευθερία να μην ακολουθούν πάντα την ομάδα τους, οπότε μπορούν να παίρνουν και από μόνοι τους κάποιες αποφάσεις. Τέλος, η συγκεκριμένη κατηγορία επιλέγει να επισκεφθεί τουριστικούς προορισμούς που δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς.

Οι μαζικοί τουρίστες: Οι μαζικοί τουρίστες ταξιδεύουν τις περισσότερες φορές σε μεγάλα γκρουπ, προτιμούν τα οργανωμένα ταξίδια και επιθυμούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να ακολουθούν τη ρουτίνα που έχουν στην καθημερινότητα τους.

Οι τουρίστες που ταξιδεύουν με ναυλωμένες πτήσεις: Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν άτομα τα οποία δίνουν έμφαση στην ψυχαγωγία, τη διαμονή και τη διατροφή, στον προορισμό που θα επισκεφθούν. Με άλλα λόγια ταξιδεύουν πιο πολύ για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και σε μικρότερο βαθμό για τον ίδιο τον προορισμό.

Σύμφωνα με τους Gibson & Yannakis, (2002) υπάρχουν 15 κατηγορίες τουριστών:

Οι λάτρεις του ήλιου: Οι επισκέπτες που προτιμούν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους σε ηλιόλουστα μέρη, ώστε να απολαύσουν τον ήλιο και τη θάλασσα. Η συγκεκριμένη κατηγορία χαρακτηρίζεται από τη χαλάρωση και την επαφή με τη φύση.

Οι αναζητητές δράσης: Άτομα που επιζητούν νέες συναρπαστικές περιπέτειες γεμάτες δράση. Στόχος τους είναι οι νέες γνωριμίες, οι νυκτερινές έξοδοι και η απόδραση από την καθημερινότητα.

Οι ανθρωπολόγοι: Ταξιδιώτες οι οποίοι λατρεύουν να συναναστρέφονται με τους γηγενής στην περιοχή την οποία επισκέπτονται. Δοκιμάζουν την τοπική κουζίνα, μαθαίνουν τη γλώσσα του τόπου και γνωρίζουν από κοντά τον ντόπιο πολιτισμό.

Οι αρχαιολόγοι: Η κατηγορία των αρχαιολόγων ταξιδιωτών επιλέγει να επισκέπτεται μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και ιστορικά μνημεία. Επιπρόσθετα, θεωρούν αρκετά σημαντική τη μελέτη της ιστορία των αρχαίων πολιτισμών, τη μελέτη ιστορικών και προϊστορικών χωρών και αντικειμένων καθώς επίσης και την αρχαιολογία.

Οι οργανωμένοι μαζικοί τουρίστες: Η συγκεκριμένη κατηγορία επισκεπτών προτιμά τα οργανωμένα ταξίδια και τα πακέτα διακοπών. Συνήθως απευθύνονται σε ταξιδιωτικά γραφεία, ώστε να προγραμματίσουν όλες τις λεπτομέρειες για το ταξίδι τους.

`

Οι ανεξάρτητοι μαζικοί τουρίστες Ι: Η συγκεκριμένη κατηγορία επισκέπτεται αρκετά συχνά τουριστικούς προορισμούς αλλά δεν προτιμά τα οργανωμένα ταξίδια.

Οι ανεξάρτητοι μαζικοί τουρίστες ΙΙ: Οι ανεξάρτητοι μαζικοί τουρίστες ΙΙ ενώ απευθύνονται σε ταξιδιωτικά γραφεία ώστε να οργανώσουν τις διακοπές τους, έχουν τη δυνατότητα να πάρουν πρωτοβουλίες σχετικά με τη διαδρομή και τον προορισμό που θα ακολουθήσουν, καθώς και με τις κρατήσεις του ξενοδοχείου όπου θα διαμείνουν.

Οι αναζητητές συγκίνησης: Οι αναζητητές συγκίνησης λατρεύουν τις ριψοκίνδυνες και τις συναρπαστικές δραστηριότητες όπως την ελεύθερη πτώση, την πτώση με αλεξίπτωτο, την αναρρίχηση, την κατάδυση κ.α. Στην πραγματικότητα αυτό που επιζητούν περισσότερο στο ταξίδι τους είναι να ζήσουν μοναδικές εμπειρίες, φτάνοντας την αδρεναλίνη στα ύψη.

Οι εξερευνητές: Στους εξερευνητές αρέσουν οι προκλήσεις, τα ταξίδια με περιπέτεια και οι εξορμήσεις σε απομακρυσμένες τοποθεσίες. Οι δραστηριότητες που πραγματοποιούν συνήθως είναι οι πεζοπορίες, οι αναβάσεις, το κανό και άλλες παρόμοιες υπαίθριες δραστηριότητες.

Οι κοσμοπολίτες: Οι κοσμοπολίτες λατρεύουν τις πολυτελή διακοπές, τα θέρετρα διεθνούς φήμης, τις νυχτερινές εξόδους καθώς και τις συναντήσεις με διάσημες προσωπικότητες.

Οι αναζητητές: Η συγκεκριμένη κατηγορία αποτελείται από άτομα τα οποία αναζητούν βαθύτερη κατανόηση του εαυτού τους μέσω της ιστορίας, των παραδόσεων και των γνώσεων που αφορούν την καταγωγή τους. Τέλος, για αυτούς οι διακοπές συνεπάγονται με την πνευματική αναζήτηση και την εξερεύνηση του νοήματος της ζωής.

Οι υψηλής κατηγορίας επισκέπτες: Οι υψηλής κατηγορίας επισκέπτες προτιμούν τις πολυτελή διακοπές και πιο συγκεκριμένα ταξιδεύουν με εισιτήρια πρώτης θέσης, διαμένουν σε πολυτελή θέρετρα, απολαμβάνουν εκλεκτά φαγητά και λατρεύουν να παρακολουθούν παραστάσεις.

Οι περιπλανώμενοι: Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν άτομα τα οποία ταξιδεύουν σε διάφορα μέρη ακολουθώντας τη νοοτροπία των χίπις. Ζουν ανάμεσα στους ντόπιους κατοίκους και πολλές φορές βρίσκουν εργασία στον τόπο που επισκέπτονται.

Οι φυγάδες από την πραγματικότητα Ι: Οι φυγάδες από την πραγματικότητα Ι στοχεύουν στο να απολαύσουν τη χαλάρωση στις διακοπές τους, ξεφεύγοντας από το άγχος και από τις καθημερινές τους υποχρεώσεις.

`

Οι φυγάδες από την πραγματικότητα ΙΙ: Οι φυγάδες από την πραγματικότητα ΙΙ λατρεύουν την απόδραση σε ερημικά και απομακρυσμένα μέρη, προκειμένου να απέχουν από την καθημερινή ρουτίνα τους και από όλες τους τις υποχρεώσεις.

Οι ενεργοί αθλητικοί τουρίστες: Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν άτομα τα οποία κατά την διάρκεια των διακοπών τους παραμένουν αθλητικά ενεργά. Τέλος, η ενασχόληση με τα αγαπημένα τους αθλήματα είναι πρώτιστης σημασίας στις διακοπές τους.

Οι εκπαιδευτικοί τουρίστες: Οι εκπαιδευτικοί τουρίστες επιλέγουν οργανωμένες εκπαιδευτικές εκδρομές και πολύ συχνά παρακολουθούν διάφορα σεμινάρια κατά την διάρκεια των διακοπών τους με σκοπό να αποκομίσουν καινούργιες δεξιότητες και γνώσεις.

Εν κατακλείδι, μπορούμε να διακρίνουμε μία πληθώρα τουριστικών τυπολογιών, οι οποίες ταξινομούν τους επισκέπτες λαμβάνοντας υπόψιν διαφόρους παράγοντες όπως: τις συμπεριφορές τους, τον προορισμό που θα επισκεφθούν, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, τις κοινωνικές επαφές τους, την καταναλωτική συμπεριφορά τους κ.α. Οι παράγοντες αυτοί συντελούν στην πολυπλοκότητα και την ασάφεια του όρου «τουρίστας», εφόσον πρέπει να κριθούν διαφορετικοί παράμετροι κάθε φορά, ώστε να μπορέσουν να κατηγοριοποιηθούν οι επισκέπτες σε κάθε περίπτωση ξεχωριστά.

1.7 Εννοιολογική προσέγγιση του τουριστικού προορισμού

Ο τουριστικός προορισμός αποτελεί μία από της βασικές έννοιες του θεσμοθετημένου τουρισμού, παρόλα αυτά οι απόψεις των ερευνητών διίστανται αναφορικά με το πώς θα πρέπει να οριστεί. Ο Haywood (1986) αναφέρει ότι στην έννοια του τουριστικού προορισμού δεν έχει αποδοθεί αρκετή έμφαση ώστε να προσδιοριστεί πλήρως. Επιπρόσθετα, ερευνητές όπως οι Framke (2002), Lew (1987) διαπίστωσαν μια ελλιπής προσέγγιση αρκετών τουριστικών φαινομένων, η οποία έχει παραμείνει ανεπίλυτη. Παρακάτω θα παρουσιαστούν μερικές από τις θεωρίες για τη συγκεκριμένη έννοια:

Σύμφωνα με τους Medlik & Middleton (1973) ο τουριστικός προορισμός απαρτίζεται από πέντε στοιχεία: αξιοθέατα, εγκαταστάσεις, προσβασιμότητα, εικόνες και τιμή. Το συγκεκριμένο υπόδειγμα θεωρήθηκε ως το πιο διαδεδομένο για την παρατήρηση των τουριστικών προορισμών.

`

Σύμφωνα με τον Lew (1987) οι τουριστικοί προορισμοί εξετάζονται με ένα σύστημα γνωρισμάτων, ιδεογραφικών (βάση φυσικής και υλικής παρουσίας και των ανθρώπινων δημιουργημάτων), οργανωτικών (βάση του χωρικού, χρονικού, χωρητικού χαρακτήρα και τις συνδέσεις μεταξύ των αξιοθέατων με τις εικόνες τους) και βασισμένων στη γνώση των τουριστών (αντιλήψεις, συναισθήματα, εμπειρίες). Ωστόσο, η εννοιολογική προσέγγιση του Lew δεν είναι ολοκληρωμένη, διότι δε συμπεριλαμβάνει την πολυδιάστατη μορφή των τουριστικών προϊόντων ούτε και τα διάφορα είδη αξιοθέατων από τα οποία αποτελούνται. Επιπλέον, περιθωριοποιεί την εμπειρία του επισκέπτη μόνο κατά την διάρκεια διαμονής του στον τουριστικό προορισμό και όχι πριν η μετέπειτα της επίσκεψης. Τέλος, σύμφωνα με τους Larsen, et al., (2007) η αντίληψή του για ένα τουριστικό θέλγητρο είναι αρκετά περιορισμένη καθώς αποστασιοποιείτο ο τουρισμός και οι τουριστικοί προορισμοί από την καθημερινότητα των ανθρώπων.

Σύμφωνα με τον Gunn (1988) ο προορισμός επικαλείται ως τουριστικό προϊόν και χαρακτηρίζεται από την καταναλωτική εμπειρία των επισκεπτών, οι οποίοι χρησιμοποιούν πολυάριθμες ταξιδιωτικές υπηρεσίες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (πληροφορίες, μεταφορές, καταλύματα). Επιπλέον, ο Gunn αναφέρεται στην ομορφιά της φύσης, στα άγρια τοπία, στις διαδρομές καθώς και στα ιστορικά αξιοθέατα που αξίζει να επισκεφτούν οι επισκέπτες κατά την διάρκεια της διαμονής τους. Από την άλλη πλευρά οι Ritchie & Crouch, (2000) ενώ συμφωνούν ότι η εμπειρία προορισμού είναι ένας σημαντικός παράγοντας, θεωρούν ότι το συγκεκριμένο μοντέλο υπολείπεται των κοινωνικών και πολιτισμικών σχέσεων, καθώς και των διεργασιών και πρακτικών που περιλαμβάνουν.

Σύμφωνα με τον Framke (2002) ο τουριστικός προορισμός χρησιμοποιείται συχνά σαν έννοια και θεωρείται ως ένας τόπος, ένα σύστημα παραγωγής, ένα πληροφοριακό σύστημα ή ένα σύνολο υπηρεσιών. Επιπρόσθετα, ο Framke διακρίνει δύο διαφορετικές μορφές σκέψης, αυτή που προσεγγίζει τον προορισμό από επιχειρηματική πλευρά και αυτή που δίνει μια κοινωνική και πολιτιστική υπόσταση στον συγκεκριμένο ορισμό. Επίσης, τονίζει ότι «το άθροισμα των ενδιαφερόντων, των δραστηριοτήτων, των εγκαταστάσεων, των υποδομών και των αξιοθέατων δημιουργούν την ταυτότητα ενός τόπου, του προορισμού». Δεν αναφέρεται ωστόσο σε κάποιες ειδικές αναλύσεις, μετατρέποντας την κατηγοριοποίησή του συνοπτική και περιορισμένη. Ακόμη δεν έχει ως στόχο να συνδέσει την κοινωνιολογική κα την οικονομική προσέγγιση, αλλά να εξετάσει σε ποιο σημείο οι ορισμοί των προορισμών

`

διατυπώνουν γεωγραφικά όρια, ενδόεπιχειρησιακές συνεργατικές επιταγές στο εσωτερικό τους και τη συμπεριφορά των επισκεπτών.

Σύμφωνα με τον Buchalis (2000) οι τουριστικοί προορισμοί παρουσιάζονται ως ένα σύνολο τουριστικών προϊόντων που προσδίδει μια συνολική εμπειρία στους καταναλωτές. Επιπλέον, ισχυρίζεται ότι η έννοια του προορισμού μπορεί να ερμηνευθεί με υποκειμενικό τρόπο από τους επισκέπτες, αναλόγως το πολιτιστικό και εκπαιδευτικό τους υπόβαθρο, τον σκοπό επίσκεψής τους, τις προηγούμενες εμπειρίες τους και τα ταξιδιωτικά δρομολόγια. Ως εκ τούτου, προσδιορίζει τον προορισμό ως μια γεωγραφική περιοχή, που λογίζεται από τους επισκέπτες ως μια μοναδική οντότητα. Επιπρόσθετα, η ταυτότητα του προορισμού συνεπάγεται με το εμπορικό του όνομα και έχε ως σκοπό να δημιουργήσει μια εικόνα στο μυαλό των καταναλωτών. Ο Buchalis ωστόσο δίνει βαρύτητα στη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ και σχεδιασμού των οργανισμών που ασχολούνται με τους προορισμούς, οι οποίοι οργανισμοί διαθέτουν ισχύ και τους απαιτούμενους πόρους για την υλοποίηση των στρατηγικών στόχων που έχουν θέσει. Επομένως, ο επισκέπτης διαθέτει περιορισμένη δύναμη ώστε να επηρεάσει την προσωπική του εμπειρία.

1.8 Οι επιπτώσεις του τουρισμού

Ο τουρισμός διαδραματίζεται στο περιβάλλον, το οποίο απαρτίζεται από ανθρώπινα και φυσικά στοιχεία. Τα ανθρώπινα στοιχεία αποτελούνται από παράγοντες οικονομικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς και διαδικασίες. Από την άλλη, τα φυσικά στοιχεία αποτελούνται από τα ζώα, τα φυτά καθώς και από τα οικοσυστήματα τους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι τα ανθρώπινα με τα φυσικά στοιχεία είναι αλληλεξαρτώμενα και η ανθρώπινη δραστηριότητα επηρεάζει και επηρεάζεται. Ο τουρισμός ως μια αξιόλογη μορφή ανθρώπινης δραστηριότητας μπορεί να επιφέρει σοβαρές επιπτώσεις, οι οποίες κατηγοριοποιούνται σε: οικονομικές, κοινωνικό-πολιτιστικές και περιβαλλοντικές. Επιπλέον, οι επιπτώσεις αυτές μπορούν να χαρακτηριστούν ως θετικές ή ευεργετικές καθώς επίσης και ως αρνητικές ή επιζήμιες. Η θετική ή η αρνητική πλευρά τους μπορεί να αναγνωριστεί ανάλογα τον παρατηρητή, καθώς οι αξίες και οι απόψεις διαφέρουν στον κάθε άνθρωπο ξεχωριστά. Σύμφωνα με τους Jafari (1990) & Wall (1997) οι επιζήμιες επιπτώσεις που προξενεί ο τουρισμός υπερισχύουν των ευεργετικών επιπτώσεων. Παρόλα αυτά αρκετοί κάτοικοι τουριστικών περιοχών επιδιώκουν την άφιξη επισκεπτών, διότι πιστεύουν ότι επιφέρει νέες

`

θέσεις εργασίας, υψηλότερο εισόδημα, αύξηση φορολογικών εσόδων και καλύτερο μέλλον για τους νέους (Wall, 1997). Από την άλλη πλευρά, ο Butler (1980) αναφέρει ότι οι τουριστικοί αντίκτυποι ενδεχομένως μεταβληθούν τα επόμενα χρόνια, λόγω της ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών, ενώ ο Davison (1996) συμπεριέλαβε τη σπουδαιότητα του χρόνου (εποχικότητα) και του τόπου (τουριστική παραγωγή και κατανάλωση συμβαίνουν στην ίδια τοποθεσία) σε σύγκριση με τον τουρισμό. Παρακάτω θα αναφερθούν οι κυριότερες επιρροές στις επιπτώσεις του τουρισμού, σύμφωνα με τους Davison (1996) & Wall (1997):

- Που λαμβάνει τόπο ο τουρισμός; (Παραθαλάσσια/ηπειρωτική περιοχή, αγροτική/αστική περιοχή).
- Ποια είναι η εμβέλεια του τουρισμού; (Πόσοι επισκέπτες περιλαμβάνονται).
- Ποια είναι η προέλευση των τουριστών; (Εγχώριοι/διεθνείς, προέρχονται από ανεπτυγμένες/αναπτυσσόμενες χώρες).
- Ποιες είναι οι δραστηριότητες στις οποίες εμπλέκονται οι επισκέπτες; (Ενεργητικές/παθητικές, καταναλώνουν πόρους, έχουν αλληλεπίδραση με τους ντόπιους της περιοχής).
- Ποιες είναι οι υποδομές που διατίθενται; (Δρόμοι, εγκαταστάσεις, παροχή ηλεκτρικού ρεύματος κ.α.).
- Ποιο είναι το χρονικό διάστημα που θα διαρκέσει το φαινόμενο του τουρισμού; (Κύκλος ζωής προορισμού)[2].
- Πότε ξεκινάει η τουριστική περίοδος; (Ποια εποχή, δίνετε έμφαση στις εποχές).

1.8.1 Οι οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού

Σύμφωνα με τον Pearce (1989) οι οικονομικές επιπτώσεις είναι η κατηγορία επιπτώσεων που έχει μελετηθεί σε μεγαλύτερο βαθμό από όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες. Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι: Οι τουριστικές δραστηριότητες, η χρονική περίοδος που πραγματοποιείται ο τουρισμός (εποχιακή

[2] Ο Buttler (1980) παρουσίασε ένα μοντέλο κύκλου ζωής προορισμού, το οποίο βασίζεται σε έξι επιμέρους πτυχές οι οποίες είναι οι εξής: Η εξερεύνηση, η εμπλοκή, η ανάπτυξη, η παγίωση, η στασιμότητα, η αναζωογόνηση/σταθεροποίηση/παρακμή.

`

δραστηριότητα) και η τουριστική εξέλιξή του τουριστικού φαινομένου (με έμφαση στις τουριστικές εγκαταστάσεις).

Θετικές οικονομικές επιπτώσεις

- ✓ Η συνεισφορά του συναλλάγματος στα έσοδα. Το πολύτιμο ξένο συνάλλαγμα χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: Στο σκληρό νόμισμα η αλλιώς μετατρέψιμο και διεθνώς αποδεκτό, που ανταλλάζεται άνευ περιορισμών όπως (το δολάριο των ΗΠΑ, το Γιεν, το Ελβετικό Φράγκο, κ.α.) και στο μαλακό νόμισμα ή αλλιώς μη μετατρέψιμο, το οποίο κατά την ανταλλαγή επιφέρει σημαντικούς περιορισμούς όπως (Ινδική Ρουπία, Μπατ Ταϊλάνδης, κ.α.). Επιπλέον, τα συναλλαγματικά έσοδα αφορούν τις εισπράξεις μη εγχώριου νομίσματος μέσω των πωλήσεων προϊόντων και υπηρεσιών στους ξένους επισκέπτες και η συναλλαγματική ισοτιμία αφορά την αξία ενός είδους νομίσματος σε σχέση με κάποιο άλλο είδος σε μια ορισμένη χρονική περίοδο. Παρόλα αυτά, η πραγματική συναλλαγματική ισοτιμία αναφέρεται στην αληθινή αξία για καθένα από αυτά τα νομίσματα και στην αληθινή αγοραστική τους ισχύ στην παγκόσμια αγορά, σε αντίθεση με άλλα νομίσματα. Τέλος, το σκληρό νόμισμα είναι ιδιαίτερα σημαντικό διότι προσελκύει τις συναλλαγματικές εισροές που συμβάλλουν στη διατήρηση της οικονομίας και επιπλέον αποτελεί έναν από τους βασικούς λόγους αύξησης του εισοδήματος των ντόπιων. (Ανδριώτης, 2005)
- ✓ Η συνεισφορά του τουρισμού στα έσοδα του κράτους. Οι συνεισφορές που δέχεται το κράτος από τον τουριστικό τομέα χωρίζονται σε άμεσες και έμμεσες. Οι άμεσες είναι αποτέλεσμα από την επιβολή φόρων επί του εισοδήματος και πιο συγκεκριμένα του εισοδήματος που προέρχεται από τον τουρισμό. Οι έμμεσες συνεισφορές αποτελούνται από το σύνολο των φόρων και των δασμών που επιβάλλονται σε προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται στους ξένους επισκέπτες. Εν κατακλείδι, για να καταφέρει ένα κράτος να αυξήσει τα έσοδά του θα πρέπει να επιτευχθεί οικονομική δραστηριότητα. Με άλλα λόγια η αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας θα επιφέρει μεγαλύτερο εισόδημα και περισσότερες θέσεις εργασίας. (Lickorish & Jenkins, 1997)
- ✓ Αύξηση των θέσεων εργασίας. Η αύξηση της τουριστική επισκεψιμότητας δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας μέσω των ξενοδοχείων, των εστιατορίων, των υπηρεσιών ξενάγησης, των ενοικιάσεων σκαφών και οχημάτων, από την κατασκευή και πώληση

`

προϊόντων, από την πραγματοποίηση πολιτιστικών παραστάσεων και από παραγωγή τροφίμων. (Wall, 1997). Ωστόσο, οι θέσεις εργασίας που προέρχονται από τον τουρισμό χωρίζονται σε άμεσες και έμμεσες. Οι άμεσες θέσεις εργασίας προκύπτουν από την αναγκαιότητα εξυπηρέτησης των τουριστών. Για παράδειγμα, το άνοιγμα μιας ξενοδοχειακής μονάδας θα επιφέρει αρκετές νέες θέσεις εργασίας (άμεσες). Παρόλα αυτά, οι θέσεις εργασίας που αφορούν την κατασκευή και την οικοδόμηση του ξενοδοχείου αποτελούν τις έμμεσες. Οι συγκεκριμένες θέσεις εργασίας χαρακτηρίζονται ως έμμεσες για το λόγω του ότι υπάρχει η δύνατότητα να στραφούν σε κάποιον άλλο τομέα εάν μειωθεί ο τουρισμός. (Lickorish & Jenkins, 1997)

- ✓ Συνεισφορά στην ανάπτυξη της περιφέρειας. Ο τουρισμός μπορεί να ωφελήσει ιστορικές και πολιτιστικές περιοχές. Οι συγκεκριμένες περιοχές εμφανίζουν διάφορες ευκαιρίες για οικονομική ανάπτυξη. Τέλος, ο τουρισμός δε συντελεί μόνο στην ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας ενός τόπου αλλά αποτελεί και μια εναλλακτική λύση απασχόλησης σε πολλές φτωχές περιοχές. (Lickorish & Jenkins, 1997)

Αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις

- × Πληθωρισμός. Η ανάπτυξη του τουρισμού προάγει τον πληθωρισμό δηλαδή οδηγεί σε αυξήσεις των τιμών στα τρόφιμα, στη γη και στις κατοικίες. Για παράδειγμα, στο Μπαλί μέχρι και το 1968, την περίοδο όπου άρχισε να αναπτύσσεται ο τουρισμός, οι τιμές της γης άρχισαν να αυξάνονται όλο και περισσότερο καθώς άκμαζε η τουριστική ανάπτυξη. Μάλιστα σε κάποιες τουριστικές περιοχές η αύξηση της τιμής της γης έφτασε πάνω από 150 τοις εκατό. (Mason, 1995)
- × Κόστος ευκαιρίας. Αφορά την απασχόληση με τον τουριστικό τομέα έναντι οποιασδήποτε άλλης οικονομικής δραστηριότητας. Για παράδειγμα, τα χρήματα που έχουν δαπανηθεί στον ξενοδοχειακό τομέα μιας περιοχής, εάν είχαν επενδυθεί σε κάποιον άλλο τομέα όπως η γεωργία ή το τοπικό λιανεμπόριο, θα μπορούσε να συνεισφέρει σε μεγαλύτερο βαθμό στην οικονομία της συγκεκριμένης περιοχής. (Mason, 1995)
- × Εξάρτηση από τον τουριστικό τομέα. Εστίαση μόνο στον τομέα του τουρισμού και στα έσοδα που επιφέρει και απόρριψη οποιασδήποτε άλλης αναπτυξιακής προοπτικής. (Pearce, 1989) & (Mason, 1995)

`

Εν κατακλείδι, παρόλο τις αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις, ο τουρισμός μπορεί να προσφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη, όμως απαιτείτε προσεκτικός σχεδιασμός και σωστή διαχείριση για τη μεγιστοποίηση τους.

1.8.2 Κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού

Η αναφορά στις κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού προϋποθέτει την αναφορά των εννοιών της κοινωνίας και του πολιτισμού. Η έννοια της κοινωνίας αφορά ανθρώπινα σύνολα και τη μεταξύ τους αλληλεπίδραση, τις αντιλήψεις και τις συμπεριφορές των μελών τους καθώς επίσης και την κουλτούρα τους. Από την άλλη ο πολιτισμός όπως αναφέρουν οι Burns & Holden (1995) απαρτίζεται από συμπεριφορικά πρότυπα και από γνώσεις και αρχές που έχουν μεταλαμπαδευτεί από γενιά σε γενιά. Επιπλέον, ο πολιτισμός είναι ένα περίπλοκο σύνολο που συμπεριλαμβάνει τη γνώση, τις αντιλήψεις, την τέχνη, τα ήθη και τα έθιμα. Σύμφωνα με τους Ritchie & Zins (1978) τα πολιτισμικά στοιχεία που αφορούν τον τουρισμό είναι τα εξής:

- Γλώσσα
- Παράδοση
- Χειροτεχνία
- Τέχνη και Μουσική
- Ιστορία
- Γαστρονομία
- Επαγγέλματα ντόπιων
- Αρχιτεκτονική
- Θρησκεία
- Εκπαιδευτικά συστήματα
- Ενδυματολογία
- Ψυχαγωγικές δραστηριότητες

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τις κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού θεωρούνται να είναι τα εμπλεκόμενα πρόσωπα και οι δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν. Επίσης, σημαντικό ρόλο παίζει η φύση τόσο των τουριστών όσο και των ντόπιων κατοίκων στις περιοχές υποδοχής. Σύμφωνα με τους Burns & Holden (1995) όταν

`

παρατηρείται έντονη διαφορά ανάμεσα στον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής και της κοινωνίας προέλευσης είναι προφανές ότι οι αντίκτυποι θα είναι ισχυρότεροι.

Θετικές κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις

- ✓ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Από την πραγματοποίηση πολιτιστικών εκδηλώσεων ή φεστιβάλ, από τις εκδρομές και περιηγήσεις στα πολιτιστικά αξιοθέατα, από την πώληση τοπικών προϊόντων και χειροτεχνιών, από τη συντήρηση μνημείων. Επιπρόσθετα, οι επισκέψεις των τουριστών για κοινωνικό-πολιτιστικούς λόγους, μπορούν να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας στα ξενοδοχεία, στην εστίαση, στα τουριστικά καταστήματα, κ.τ.λ.
- ✓ Ανάκαμψη των πτωχών περιοχών. Μέσω της αύξησης της τουριστικής επισκεψιμότητας. Πιο συγκεκριμένα, περιοχές με κοινωνικό-πολιτιστικά στοιχεία αποτελούν πόλο έλξης για εκατοντάδες επισκέπτες. Με αυτόν τον τρόπο ενισχύεται η οικονομία τους και δημιουργούνται νέες θέσεις απασχόλησης.
- ✓ Αναζωπύρωση της τέχνης, του πολιτισμού και της παράδοσης. Η επιθυμία των τουριστών να γνωρίσουν από κοντά διαφορετικούς πολιτισμούς, αποτελεί έναν από τους βασικούς λόγους τουριστικής επισκεψιμότητας. (Ryan, 1997). Επιπλέον, η τέχνη ο πολιτισμός και η παράδοση είναι κάποια από τα βασικά κίνητρα των τουριστικών επισκέψεων. Τέλος, για να ικανοποιηθεί η επιθυμία των τουριστών να γνωρίσουν τα συγκεκριμένα στοιχεία, οι ντόπιοι προωθούν κάποιες ενέργειές όπως τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ, τη χειροτεχνία και την τοπική τέχνη κ.α και με αυτόν τον τρόπο πραγματοποιείται ταυτόχρονα και η αναβίωσή τους.
- ✓ Ανάκαμψη της κοινωνικό-πολιτιστικής δραστηριότητας των ντόπιων. Η ανάκαμψη της κοινωνικό-πολιτιστικής δραστηριότητας των ντόπιων εξαιτίας του τουρισμού, αποτελεί μια ωφέλιμη και μεγάλης σημασίας διεργασία, τόσο για τον τόπο και τους κατοίκους όσο και για τους επισκέπτες. Η ανάκαμψη αυτή επιτυγχάνεται μέσω της αναβίωσης και της προώθησης δραστηριοτήτων που αφορούν τον πολιτισμό, την παράδοση, την τέχνη, την ιστορία, την παραδοσιακή μουσική και τη γαστρονομία του τόπου. Τέλος, οι συγκεκριμένες δραστηριότητες βοηθούν στη διατήρηση της κοινωνικό-πολιτιστικής ταυτότητας των περιοχών, στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας καθώς και στη διάδοση αυτών των στοιχείων και σε άλλους λαούς.

`

- ✓ Αναβίωση της τοπικής αρχιτεκτονικής. Η ανάδειξη της τοπικής αρχιτεκτονικής μέσω του τουρισμού, ενισχύει την οικονομία του τόπου και συμβάλλει στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επιπρόσθετα, η αναβίωση της τοπικής αρχιτεκτονικής μπορεί να επιτευχθεί μέσω της προώθησής της τόσο στους ντόπιους όσο και στους τουρίστες, μέσα από την ανάδειξη της τοπικής τέχνης και χειροτεχνίας και μέσα από την πώληση προϊόντων που αντιπροσωπεύουν την αρχιτεκτονική του τόπου. Τέλος, η αναβίωση της πραγματοποιείται μέσω της προστασίας και της ανακαίνισης κτηρίων με πλούσια αρχιτεκτονική κληρονομία.
- ✓ Προστασία τόπων πολιτιστικής αξίας με μοναδική ομορφιά και υψηλή αισθητική. Όπου αφορά την διατήρηση και προστασία τόπων με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και αξία που χαρακτηρίζονται από το ιδιαίτερο κάλος και την αισθητική τους, όπως τα ιστορικά μνημεία, τα αρχιτεκτονικά αξιοθέατα κ.α. Η προστασία τους είναι σημαντική για την διαφύλαξη της ιστορίας και της πολιτιστικής κληρονομιάς, για την προσέλκυση επισκεπτών καθώς και για την προστασία του περιβάλλοντος. (Mason, 1995)

Αρνητικές κοινωνικό-πολιτισμικές επιπτώσεις

- × Υπέρ-συγκέντρωση επισκεπτών στα τουριστικά θέρετρα. Ο έντονος συνωστισμός ξένων επισκεπτών σε περιοχές με τουριστικά αξιοθέατα, ενδέχεται να επιφέρει άγχος και σύγχυση τόσο στους τουρίστες όσο και στους ντόπιους της περιοχής.
- × Παρακμή των παραδοσιακών δραστηριοτήτων. Όπου πρωταγωνιστεί ο τουρισμός ως βασικός τομέας απασχόλησης, κάποιες παραδοσιακές δραστηριότητες όπως για παράδειγμα η γεωργία ενδέχεται να εκλείψουν.
- × Εξαιρετική αλληλεξάρτηση με τον τομέα του τουρισμού. Σε πολλές τουριστικές περιοχές λόγο της αυξημένης τουριστικής επισκεψιμότητας, έχει δημιουργηθεί η ανάγκη για ενασχόληση με τον τουριστικό τομέα με αποτέλεσμα η οικονομία των συγκεκριμένων περιοχών να βασίζεται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό και λιγότερο σε κάποιους άλλους τομείς.
- × Δυσκολία συμβίωσης ντόπιων κατοίκων με τους τουρίστες. Οι ντόπιοι κάτοικοι ενδέχεται να δυσκολευτούν να συνυπάρξουν με τους ξένους επισκέπτες, διότι ο κάθε λαός έχει τα δικά του πιστεύω και τις δικές του αξίες. Επιπρόσθετα, προκειμένου οι τουρίστες να πραγματοποιήσουν τις διακοπές και τις δραστηριότητες τους, κάποιοι

`

από τους ντόπιούς κατοίκους θα πρέπει να εργάζονται στον τουριστικό τομέα τη συγκεκριμένη περίοδο και να προσαρμόσουν τον τρόπο ζωής τους.

- Αλλοίωση της αυθεντικότητας της παράδοσης. Σε περιοχές με μεγάλη παράδοση και θρησκευτικά ιδεώδη, οι διαφοροποιημένες κοινωνικές αξίες των ξένων και η ανάγκη για προσαρμογή της παράδοσης με βάση τις ανάγκες των τουριστών, οδηγεί στην αλλοίωση της αυθεντικότητας της παράδοσης και στην εμπορευματοποίηση της. (Mason, 1995) & (Williams, 1998)

Συνοψίζοντας, το φαινόμενο του τουρισμού παρουσιάζει τόσο θετικές όσο και αρνητικές κοινωνικό-πολιτισμικές επιπτώσεις. Η εκτίμηση τους αποτελεί μια δύσκολη υπόθεση, καθώς οι κοινωνίες και οι αντιλήψεις των ανθρώπων διαφέρουν. Αυτό που παρατηρούμε όμως είναι ότι οι κάτοικοι πολλών περιοχών εκδηλώνουν θετική άποψη για τον τουρισμό και είναι διατεθειμένοι να συμβιβαστούν με κάποιες από τις αρνητικές συνέπειες, υπό την προϋπόθεση ότι ο τουρισμός θα επιφέρει οφέλη τόσο στους ίδιους όσο και στον τόπο τους.

1.8.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού

Οι συγκεκριμένες επιπτώσεις αφορούν τους αντίκτυπους του τουρισμού στο περιβάλλον. Το περιβάλλον απαρτίζεται τόσο από φυσικά στοιχεία (λίμνες, ποτάμια, θάλασσα, βουνά, ζώα, φυτά) όσο και από ανθρώπινα στοιχεία (όπως κατοικήσιμες περιοχές της υπαίθρου με πολυάριθμα αξιοθέατα). Το περιβάλλον αναδεικνύεται ως ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες για την ανάπτυξη του τουρισμού. Σύμφωνα με τον Holden (2000) ο τουρισμός είναι αλληλένδετος με το περιβάλλον, διότι το περιβάλλον θεωρείται ως ένας από τους βασικότερους πόλους έλξης των επισκεπτών, ενώ παράλληλα αποτελεί και τον τόπο στον οποίο πραγματοποιείται η τουριστική δραστηριότητα. Παρόλα αυτά, πρέπει να υπάρχει συμβιωτική σχέση μεταξύ περιβάλλοντος και τουρισμού. Όπως αναφέρει ο Williams (1998) η διατήρηση μιας καλής εικόνας και ποιότητας του περιβάλλοντος ευνοεί τον τουρισμό ενώ παράλληλα ευνοείτε και το περιβάλλον από τις ενέργειες που έχουν ως στόχο την προστασία του και τη διαφύλαξη της αξίας του για τους επισκέπτες. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι η τοποθεσία του περιβάλλοντος (κάποια περιβάλλοντα είναι πιο ευάλωτα από κάποια άλλα), η φύση των

`

τουριστικών υποδομών και η χρονική περίοδος που πραγματοποιείται η δραστηριότητα (ειδικά αν υπάρχουν εποχιακές μεταβολές).

Θετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις

- ✓ Με αφορμή τον τουρισμό πραγματοποιούνται διάφορες ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος. Τέτοιες ενέργειές είναι η προώθηση του βιώσιμου η αειφόρου τουρισμό που στόχος του είναι να υπολογίσει όλες τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις που αφορούν το παρόν και το μέλλον και ταυτόχρονα να καλύψει πλήρως τις ανάγκες των επισκεπτών, του τουριστικού κλάδου, και των προορισμών υποδοχής. (UNWTO). Επιπρόσθετα, προάγεται η ευαισθητοποίση και η πληροφόρηση των επισκεπτών καθώς και των ντόπιων, ώστε να σέβονται το περιβάλλον και να το προστατεύουν. Τέλος, με αφορμή τον τουρισμό προάγεται η ανάγκη για διατήρηση και προστασία της φύσης και της άγριας ζωής, με δράσεις όπως την απαγόρευση κυνηγιού και την καθιέρωση προστατευόμενων περιοχών.
- ✓ Ο τουρισμός ενθαρρύνει στην ίδρυση εθνικών πάρκων και καταφύγιων άγριων ζώων. Ο τουρισμός αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα για τη βιωσιμότητα και τη στήριξη των εθνικών πάρκων και των καταφύγιων άγριων ζώων μέσω της οικονομικής ενίσχυσης που προέρχεται από τα αντίτιμα εισόδου και από τα τέλη. Τέλος, η ίδρυση και η ανάπτυξή τους αποτελεί πόλο έλξης για μεγάλο αριθμό επισκεπτών στις περιοχές τις οποίες βρίσκονται.
- ✓ Ο τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη υποδομών βιωσιμότητας. Προωθείται το κίνητρο για τη δημιουργία υποδομών που θα ωφελήσουν το περιβάλλον και θα μειώσουν τον αρνητικό αντίκτυπο που επιφέρει ο τουρισμός, ώστε να διασφαλιστεί η προστασία του. Τέτοιες ενέργειες αποτελούν τα ανακυκλώσιμα συστήματα απορριμμάτων, η ενεργειακή αποδοτικότητα και η βιώσιμη μεταφορά.

Αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις

- ✗ Μόλυνση του περιβάλλοντος. Η μόλυνση του περιβάλλοντος είναι πολύ συχνό και σοβαρό φαινόμενο στους τουριστικούς προορισμούς με υψηλή επισκεψιμότητα. Κάποια από τα αποτελέσματα που επιφέρει είναι η μόλυνση της ατμόσφαιρας και των υδάτων, η αύξηση της ποσότητας των απορριμμάτων και η καταστροφή της φύσης.
- ✗ Ο τουρισμός συντελεί στη δημιουργία συμφόρησης. Μέσω του υπερπληθυσμού των ανθρώπων και της υπερβολικής κυκλοφοριακής κίνησης. Με άλλα λόγια η

`

συμφόρηση προκαλείται όταν παρατηρείται τεράστια αύξηση στην κίνηση των πεζών και των οχημάτων σε συγκεκριμένες περιοχές, οι οποίες δε διαθέτουν αρκετές υποδομές για να υποστούν αυτό το γεγονός.

- Ο τουρισμός μπορεί να προκαλέσει μόλυνση των θαλάσσιων περιοχών και τον υδάτινων πόρων. Το συγκεκριμένο γεγονός οφείλετε στα απορρίμματα των επισκεπτών, στα ακατέργαστα λύματα που προέρχονται από τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια και στα απόβλητα των τουριστικών πλοίων, τα οποία διοχετεύονται στη θάλασσα και στα ποτάμια.
- Ο τουρισμός συμβάλλει στην ανέγερση ανθρώπινων δημιουργημάτων (π.χ. ξενοδοχειακές μονάδες). Η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη ορισμένων περιοχών οδηγεί στην καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, στην υπερκατανάλωση των φυσικών πόρων και στη ρύπανση.
- Ο τουρισμός μπορεί να επιφέρει τη διατάραξη και καταστροφή στους βιότοπους της άγριας ζωής. Μέσω της ανθρώπινης επέμβασης (ανέγερση ξενοδοχειακών μονάδων, δημιουργία δρόμων και υποδομών), μέσω της αυξημένης τουριστικής επισκεψιμότητας σε ευαίσθητες περιοχές, μέσω παράνομων δραστηριοτήτων όπως το λαθρεμπόριο άγριων ζώων και τέλος μέσω της υπερβολικής κατανάλωσης των φυσικών πόρων.
- Ο τουρισμός συμβάλλει στην υπερκατανάλωση ενέργειάς και φυσικών πόρων. Υπερκατανάλωση τροφίμων, νερού, καυσίμων και άλλων φυσικών πόρων εξαιτίας του αυξανόμενου πληθυσμού και υπερεκμετάλλευση ενέργειας λόγο του πλήθους των ξενοδοχειακών μονάδων, των καταστημάτων εστίασης και των μεταφορικών μέσων.
- Ο τουρισμός προκαλεί διάβρωση εδαφών. Η αυξημένη κίνηση επισκεπτών σε ευαίσθητες περιοχές για πεζοπορίες και εκδρομές έχει ως αποτέλεσμα την καταπάτηση του εδάφους, την καταστροφή της χλωρίδας και τη δημιουργία σημαντικής φθοράς. Τέλος, η δημιουργία δρόμων και υποδομών αλλοιώνουν το έδαφος και καταστρέφουν το φυσικό περιβάλλον.

`

1.9 Επίλογος

Συγκεφαλαιώνοντας, το περιβάλλον αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης για τους επισκέπτες και οποιαδήποτε αλλοίωση του θα έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των τουριστών. Επιπρόσθετα, ο τουρισμός επιφέρει πολυάριθμες αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον οι οποίες δύσκολα ανακάμπτουν και συχνά οδηγούν στην καταστροφή του. Οι επισκέπτες παρόλα αυτά αυξάνονται όλο και περισσότερο με την πάροδο των χρόνων και είναι διατεθειμένοι να εξερευνήσουν κάθε γωνιά του πλανήτη. Απαιτείται λοιπόν σωστή διαχείριση στον τουριστικού τομέα και προσεκτικός σχεδιασμός αναφορικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, οι οποίες αποτελούν και θα συνεχίσουν να αποτελούν ένα από σοβαρότερα ζητήματα.

Αφού ολοκληρώσαμε το κεφάλαιο που αφορά τον τουρισμό και αναλύσαμε τα βασικότερα στοιχεία του, τις απαραίτητες έννοιες και τις επιπτώσεις που επιφέρει, στο κεφάλαιο που θα ακολουθήσει θα αναφερθούμε στον εναλλακτικό τουρισμό.

`

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Εισαγωγή

Κατά την περίοδο του 1980, εξαιτίας των πολυάριθμων αρνητικών επιπτώσεων και των αμφιβολιών αναφορικά με τα προβλήματα που επέφερε ο τουρισμός σε πολλές τουριστικές περιοχές, γεννήθηκε η ανάγκη για υιοθέτηση καινούργιων μοντέλων τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία θα εγγυόταν τη συνετή χρήση των φυσικών πόρων και θα αποτρέπαν την κατασπατάληση τους. (Ανδριώτης, 2008). Τα προβλήματα που δημιουργήθηκαν ήταν οικονομικά (η οικονομική ανάπτυξη δεν καταπολέμησε την φτώχεια), περιβαλλοντικά (ο μαζικός τουρισμός επέφερε αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον), πολιτικά (σχετικά με την πολιτική οικονομία της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία αποτέλεσε τη συνέχεια των ανισοτήτων μεταξύ αναπτυσσόμενων και τριτοκοσμικών χωρών), κοινωνικά (νέα ταξιδιωτική αγορά). (Triarchi & Karamanis, 2016). Ως εκ τούτου η προσοχή στράφηκε προς τον εναλλακτικό τουρισμό, με σκοπό να καταπολεμηθούν οι αρνητικές συνέπειες που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός στο περιβάλλον και στους ντόπιους κατοίκους. (Jarviluoma, 1992), (Romeril, 1994). Επιπρόσθετα, αναφορικά με το κομμάτι της ζήτησης παρατηρήθηκε στροφή στις επιθυμίες αρκετών επισκεπτών στον εναλλακτικό τουρισμό, διότι οι ανάγκες τους δεν ικανοποιούνταν πλήρως από το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, και για αυτό τον λόγο αναζητούσαν πιο πρωτότυπες διακοπές. Ακόμα, σχετικά με το κομμάτι της προσφοράς το ενδιαφέρον στράφηκε προς τον εναλλακτικό τουρισμό, διότι οι διακοπές των επισκεπτών σε εναλλακτικούς προορισμός μειώνει τις επιζήμιες επιπτώσεις χωρίς όμως να μειωθούν σε σημαντικό βαθμό τα έσοδα. Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλύσουμε βασικές έννοιες όπως τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων, το μαζικό τουρισμό και τον εναλλακτικό τουρισμό καθώς και τις κύριες διαφορές τους. Ακολούθως, θα αναφερθούμε στις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, στον εναλλακτικό τουρίστα καθώς και στον εναλλακτικό προορισμό. Επιπλέον, θα ακολουθήσει μια ανάλυση αναφορικά με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα και τη γεωγραφική του επέκταση και θα παρουσιαστούν κάποιες από τις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στη συγκεκριμένη χώρα. Κλείνοντας,

`

θα αναλύσουμε τόσο τις θετικές όσο και τις αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει το φαινόμενο του εναλλακτικού τουρισμού.

2.2 Βασικές έννοιες και διαφοροποίηση του Εναλλακτικού Τουρισμού από τον Τουρισμό Ειδικών Ενδιαφερόντων και από τον Μαζικό Τουρισμό

Αναφορικά με τον προσδιορισμό της έννοιας του εναλλακτικού τουρισμού έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες από πολλούς ερευνητές. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι Cazes (1989), Himmetoglu (1992), Mader (1988) και Waver (1991), οι οποίοι χαρακτηρίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια σύγχρονη μορφή ανάπτυξης, που αναλύεται με βάση κάποιες προσεγγίσεις όπως: «κατάλληλος», «οικολογικός», «ήπιος», «υπεύθυνος», «ελεγχόμενος», «ευγενής», «μικρής κλίμακας», «διαφορετικός», «επιδέξιος», «συμμετοχικός» και «πράσινος». Ως εκ τούτου, οι συγκεκριμένες προσεγγίσεις είναι αρκετά γενικές και δεν αποτελούν μια ολοκληρωμένη έννοια.

Εναλλακτικός Τουρισμός:

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008) ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί «Μια μικρής κλίμακας και μη μαζικής μορφής ανάπτυξη τουριστικών προορισμών, που προωθεί μια ενεργητική μορφή διακοπών φιλική προς το φυσικό περιβάλλον και προς τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες και κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την κοινή συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων (των τουριστών και των κοινωνιών υποδοχής τους) και αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του ντόπιου κοινωνικού συνόλου».

Σύμφωνα με το Υπουργείο Τουρισμού Ελλάδος ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελείται από το πλήθος των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες χαρακτηρίζονται με βάση τις ξεχωριστές ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των επισκεπτών. Επιπρόσθετα, αφορούν συγκεκριμένο κοινό και συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη[3] και στην εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης. Συμπληρωματικά, ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα έχει ως στόχο τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του ελληνικού προϊόντος μέσω της επιχειρηματικής αξιοποίησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, επιδιώκει στην

[3] Σύμφωνα με τον World Tourism Organization (UNWTO) η βιώσιμη ανάπτυξη πραγματοποιείται όταν ο "Τουρισμός λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, καλύπτοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής"

`

ανάδειξη και στην αξιοποίηση της φύσης και του πολιτισμού και στοχεύει στην άμβλωση της εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.

Τουρισμός Ειδικών ενδιαφερόντων και η διαφοροποίησή του από τον Εναλλακτικό Τουρισμό: Σύμφωνα με τους Hall & Weiler (1992) τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων θεωρείται όταν το ταξίδι που θα πραγματοποιήσει ο τουρίστας και οι αποφάσεις που λάβει σχετικά με αυτό θα εξαρτηθούν από το σύνολο των ειδικών ενδιαφερόντων που θα επιλέξει πριν ή κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Ως εκ τούτου, εφόσον κάποιοι από τους ταξιδιώτες προτιμούν τον εναλλακτικό τουρισμό, αυτό συνεπάγεται με το γεγονός ότι έχουν ειδικά ενδιαφέροντα. Άρα ο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται ως υποσύνολο του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων. Επιπλέον, για τον λόγο του ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί δημοφιλή επιλογή και έχει αυξημένη ζήτηση, ορισμένοι επιχειρηματίες συνηθίζουν να κατονομάζουν τις περισσότερες μορφές τουρισμού ως εναλλακτικό τουρισμό, πράγμα το οποίο είναι λανθασμένο, διότι ο επισκέπτης που έχει ειδικά ενδιαφέροντα, δεν μπορεί να κατονομάζεται πάντα ως εναλλακτικός επισκέπτης. Παραδείγματος χάρη, ένας τουρίστας ο οποίος ταξιδεύει για μία επαγγελματική υποχρέωση, ενδεχομένως αφότου την ολοκληρώσει να επισκεφθεί τα πολιτιστικά αξιοθέατα της περιοχής. Με άλλα λόγια ο συγκεκριμένος τουρίστας μπορεί να συμμετέχει κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του σε περισσότερες από μία δραστηριότητες, που καθεμία από αυτές να αποτελεί μια διαφορετική μορφή τουρισμού, πράγμα που δυσκολεύει την ένταξη του τουρίστα σε μια συγκεκριμένη κατηγορία. Ακόμη, για να θεωρηθεί μια μορφή τουρισμού ως εναλλακτική μορφή, πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράμετροι όπως το ότι ο τουριστικός προορισμός θα πρέπει να δέχεται μικρό αριθμό επισκεπτών και να διαθέτει πλούσια φυσικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά. Επιπρόσθετα, θα πρέπει οι δραστηριότητες που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν οι επισκέπτες να έχουν ενεργητικό χαρακτήρα, και τέλος όλοι οι εμπλεκόμενοι της τουριστικής δραστηριότητας (τουρίστες, ντόπιοι, επιχειρηματίες) θα πρέπει να είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι και να συμβάλλουν στην προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. (Ανδριώτης, 2008)

Μαζικός τουρισμός και η διαφοροποίησή του από τον Εναλλακτικό Τουρισμό: Ο Μαζικός Τουρισμός αποτελεί έναν όρο που χρησιμοποιείται συχνά στην επιστημονική έρευνα που αφορά τον τουριστικό τομέα, όμως παρά τις προσπάθειες αρκετών ερευνητών

`

δεν έχει αποδοθεί ακόμα ένας ολοκληρωμένος ορισμός. Το γεγονός αυτό ενδεχομένως οφείλεται στον πολυσύνθετο χαρακτήρα του, ο οποίος εγείρει διαφορετικές έννοιες στον κάθε άνθρωπο ξεχωριστά. (Miller & Auyong, 1998). Παρακάτω θα παρουσιαστούν κάποιες από τις έννοιες του Μαζικού Τουρισμού:

Σύμφωνα με τον Fink (1970) τα κύρια χαρακτηριστικά του Μαζικού Τουρισμού είναι η συμμετοχή μεγάλου πλήθους ατόμων στην τουριστική δραστηριότητα, η ομαδική διοργάνωση των μετακινήσεων των τουριστών, η συλλογική διαμονή τους και τέλος η συνειδητή συμμετοχή τους σε μια ταξιδιωτική ομάδα.

Σύμφωνα με τους Burkart & Medlik (1974) ο Μαζικός Τουρισμός αφορά τη μαζική συμμετοχή ατόμων στον τομέα του τουρισμού, πράγμα το οποίο αποτέλεσε χαρακτηριστικό γνώρισμα των ανεπτυγμένων χωρών κατά τον 20^{ο} αιώνα. Από αυτήν την άποψη ο συγκεκριμένος ορισμός εφαρμόζεται σε αντίθεση με τη μικρή συμμετοχή των ατόμων σε κάποιες εξειδικευμένες μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα το Yachting, ή σε αντίθεση με την περίπτωση των αναπτυσσόμενων χωρών, όπου παρατηρούνται έντονες εισοδηματικές και περιουσιακές διαφορές. Τέλος, ο Μαζικός Τουρισμός αποτελεί μια ποσοτική έννοια που εξαρτάται από το μερίδιο του πληθυσμού που μετέχει στον τομέα του τουρισμού και από τον όγκο της τουριστικής δραστηριότητας.

Σύμφωνα με την Poon (1993) ο Μαζικός Τουρισμός εμφανίζεται εφόσον πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις: Τυποποιημένες διακοπές, οι οποίες είναι μαζικής παραγωγής και προώθησης και καταναλώνονται μαζικά από τους τουρίστες, δίχως να ληφθούν υπόψη οι τοπικοί κανόνες και ο πολιτισμός.

`

Πίνακας 2.1: Διαφορές Μαζικού και Εναλλακτικού Τουρισμού / Τουρίστα

Μαζικός Τούρισμός / Τουρίστας	Εναλλακτικός Τουρισμός / Τουρίστας
Πραγματώνεται σε αστικό περιβάλλον.	Πραγματώνεται σε φυσικό περιβάλλον.
Παθητικός (οι τουρίστες πραγματοποιούν παθητικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους π.χ ηλιοθεραπεία).	Ενεργητικός (οι τουρίστες πραγματοποιούν ενεργητικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους π.χ. ορειβασία).
Δραστηριότητες που σχετίζονται με τα 3S's (ήλιος, θάλασσα, σεξ).	Συμμετοχή σε ποικίλες ενεργητικές δραστηριότητες
Οργανωμένος (οι τουρίστες ταξιδεύουν σε οργανωμένες ομάδες ανάλογα το τουριστικό πακέτο που έχουν επιλέξει).	Μεμονωμένος (οι τουρίστες ταξιδεύουν μεμονωμένα έχοντας οργανώσει οι ίδιοι το ταξίδι τους).
Ποσοτικός (αφορά τη μαζική συμμετοχή επισκεπτών σε παθητικές δραστηριότητες, μαζικές μετακινήσεις, συλλογική διαμονή, μαζική κατανάλωση κλπ.).	Ποιοτικός (οι επισκέπτες προτιμούν τις ποιοτικές διακοπές κοντά στη φύση και πολλές φορές μακρυά από τον πολιτισμό).
Μεγάλης κλίμακας επενδύσεις (σημαντικά κεφάλαια που επενδύονται για μεγάλου μεγέθους τουριστικά έργα και υποδομές).	Μικρής κλίμακας επενδύσεις (επενδύσεις σε μικρές, τοπικές, ή περιορισμένες σε έκταση τουριστικές επιχειρήσεις).
Ανεξέλεγκτος και απροσχεδίαστος	Ελεγχόμενος και σχεδιασμένος
Μεγάλων επιπτώσεων	Μικρών επιπτώσεων
Επιπτώσεις αρνητικές (περιβαλλοντική μόλυνση, εμπορευματοποίηση, πολιτιστικός εκφυλισμός, οικονομική αποδιοργάνωση κλπ.).	Επιπτώσεις θετικές (σεβασμός του περιβάλλοντος, της κουλτούρας και της κοινωνίας, ενίσχυση της οικονομίας κλπ).
Εξωγενής ανάπτυξη (αύξηση του εισοδήματος, του πλούτου και της προόδου μέσω εξωτερικών παραγόντων ή εξωτερικών πηγών όπως την εισαγωγή ξένων επενδύσεων, την αύξηση των εξαγωγών κλπ.).	Ενδογενής ανάπτυξη (αύξηση του εισοδήματος, του πλούτου και της προόδου μέσω εσωτερικών παραγόντων και πόρων όπως την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων, την ενίσχυση της τοπικής αγοράς εργασίας κλπ.)

Πηγή: (Ανδριώτης, 2008)

`

2.3 Μορφές του εναλλακτικού τουρισμού

Είναι γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός αποτελεί ένα είδος τουρισμού που θα πρέπει να αντικατασταθεί από τον εναλλακτικό τουρισμό. Για τον λόγο αυτό δημιουργούνται ολοένα και περισσότερες μορφές τουρισμού, οι οποίες χωρίζουν την τουριστική αγορά σε πολυάριθμα τμήματα καταναλωτών με συγκεκριμένες απαιτήσεις. Επιπρόσθετα, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δελεάζουν όλο και περισσότερους ταξιδιώτες οι οποίοι προτιμούν την ενεργητικότητα, τη διασκέδαση, τη μάθηση, καθώς και τη βελτίωση του πολιτιστικού και προσωπικού τους υπόβαθρου. (Rukije, et al., 2018). Επιπλέον, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν έμφαση στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους καθώς και στον σχεδιασμό και την ανάπτυξη. Εμφανίζονται με διάφορες ονομασίες και μοντέλα και στοχεύουν στη βελτίωση της ελκυστικότητας των αγροτουριστικών προορισμών. Ακόμη, αφορούν έργα μικρού εύρους και με χαμηλό ύψος επενδύσεων που επιφέρουν χαμηλό αντίκτυπο στο φυσικό περιβάλλον και προϋποθέτουν τη συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων, με σκοπό την ενδυνάμωση των σχέσεων τους με τους ξένους επισκέπτες και την προσφορά μιας πιο αυθεντικής και ουσιαστικής εμπειρίας. (Triarchi & Karamanis, 2016). Τέλος, έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες από πολλούς ερευνητές για έναν σαφή διαχωρισμό μεταξύ των πολυάριθμων μορφών του εναλλακτικού τουρισμού και παρακάτω θα αναλυθούν κάποιες από τις μορφές αυτές.

Σύμφωνα με τον Inskeep (1991) οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού παρουσιάζονται παρακάτω:

- **Τουρισμός σε χωριά:** Απευθύνεται σε μικρό αριθμό επισκεπτών οι οποίοι επιλέγουν παραδοσιακά και συχνά απομονωμένα μέρη με σκοπό κατά τη διάρκεια της διαμονής τους να γνωρίσουν τη ζωή στο χωριό, τους ανθρώπους του χωριού καθώς και το περιβάλλον στο οποίο αυτοί ζουν.
- **Αγροτικός τουρισμός:** Οι επισκέπτες πραγματοποιούν τη διαμονή τους σε αγροτικούς οικισμούς με σκοπό να γνωρίσουν από κοντά την αγροτική ζωή και να ασχοληθούν με τις αγροτικές δραστηριότητες. Τέλος, διαμένουν μαζί με τους αγρότες, ώστε να σχηματίσουν μια πιο ολοκληρωμένη εμπειρία αναφορικά με τον τρόπο ζωής της υπαίθρου.
- **Περιπατητικοί και ποδηλατικοί γύροι:** Η συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού αναφέρεται σε επισκέπτες οι οποίοι επιλέγουν να διαμείνουν σε ξενώνες,

`

ιδιωτικές κατοικίες ή σε ενοικιαζόμενα δωμάτια με την παροχή (bed & breakfast) δηλαδή διαμονή και πρωινό. Κύριος στόχος τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους είναι η συναναστροφή με τους ντόπιους, η επαφή τους με τον γηγενή πολιτισμό και η εξερεύνηση του φυσικού περιβάλλοντος. Τέλος, επιλέγουν ως μέσω μετακίνησης το περπάτημα ή το ποδήλατο.

- **Τουρισμός Αλιείας:** Οι τουρίστες επιλέγουν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους σε παραθαλάσσιες περιοχές, με σκοπό να συναναστραφούν με τους ψαράδες της περιοχής, να συμμετάσχουν στην αλιεία, να εξερευνήσουν την θαλάσσια ζωή και να γνωρίσουν το περιβάλλον και τον πολιτισμό των ντόπιων.
- **Οικοτουρισμός με περιπάτους η κωπιλασία:** Περιλαμβάνει την συμμετοχή σε δραστηριότητες όπως περιπάτους, trekking και κωπηλασία με κανό, σε περιοχές με πλούσιο φυσικό κάλλος, ώστε οι επισκέπτες να θαυμάσουν τα εντυπωσιακά φυσικά τοπία, να ενισχύσουν την περιβαλλοντική τους συνείδηση και να έρθουν σε επαφή με την φύση, μέσω των ξεναγήσεων τους από τους ντόπιους της περιοχής.
- **Εθελοντικός τουρισμός:** Συμμετοχή των επισκεπτών σε δραστηριότητες εθελοντικού χαρακτήρα κατά την διάρκεια της διαμονής τους όπως στην κατασκευή κτιρίων, σε αρχαιολογικές ανασκαφές, στην προστασία του περιβάλλοντος, στην παροχή νερού κ.α. με σκοπό να προσφέρουν απλόχερα την βοήθεια τους εκεί που χρειάζεται.

<u>Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO)</u>

- **Ορεινός τουρισμός:** Αποτελεί μια μορφή τουριστικής δραστηριότητας που πραγματοποιείται σε συγκεκριμένη και οριοθετημένη τοποθεσία όπως σε λόφους η σε βουνά. Επιπλέον, ο ορεινός τουρισμός διαθέτει χαρακτηριστικά και ιδιότητες που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του τόπου στον οποίο διαδραματίζεται όπως το κλίμα, η βιοποικιλότητα και η τοπική κοινωνία. Τέλος, συμπεριλαμβάνει διάφορες υπαίθριες και αθλητικές δραστηριότητες όπως το σκι, η ορειβασία ή η ποδηλασία βουνού.
- **Περιπατητικός τουρισμός:** Ο περιπατητικός τουρισμός προσφέρει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να έρθουν σε επαφή με τους γηγενής, με τη φύση και με τον πολιτισμό του τόπου. Αποτελεί μια από τις πιο φημισμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όταν ο σκοπός του επισκέπτη είναι να εξερευνήσει τον προορισμό. Επιπλέον, καλύπτει την αυξανόμενη ζήτηση των τουριστών για δραστηριότητες της

`

υπαίθρου όπως η πεζοπορία ή το περπάτημα. Τέλος, συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη χωρίς να απαιτούνται μεγάλου μεγέθους επενδύσεις.

- **Οικοτουρισμός:** Ο οικοτουρισμός αποτελεί μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά: Στηρίζεται στο φυσικό περιβάλλον και στην εξερεύνηση και αξιολόγηση της φύσης και του πολιτισμού από τους ξένους επισκέπτες. Επίσης, παρουσιάζει εκπαιδευτικές και επεξηγηματικές ιδιότητες και απευθύνεται σε γενικά σύνολα τουριστών. Προάγει τη συνεργασία με μικρές, τοπικές επιχειρήσεις και προστατεύει τα φυσικά τοπία που αποτελούν οικοτουριστικά θέλγητρα, παράγοντας με αυτόν τον τρόπο οικονομικά οφέλη τόσο για τον τόπο υποδοχής όσο και για τους οργανισμούς και τις αρχές, που είναι αρμόδιες για τη διαχείριση και διατήρηση των φυσικών περιοχών. Τέλος, δημιουργεί νέες εναλλακτικές ευκαιρίες για απασχόληση και εισόδημα και ενισχύει την ευαισθητοποίηση των ντόπιων και των επισκεπτών αναφορικά με τη διαφύλαξη φυσικών και πολιτιστικών αγαθών.
- **Αστικός τουρισμός:** Ο αστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που διαδραματίζεται στις πόλεις οι οποίες έχουν ως χαρακτηριστικό τη μη γεωγραφική οικονομία (διοίκηση, μεταποίηση, εμπόριο, υπηρεσίες). Στους τουρίστες που επισκέπτονται αστικούς τουριστικούς προορισμούς δίνεται η δυνατότητα να βιώσουν ένα πλούσιο και ετερογενές εύρος πολιτιστικών, αρχιτεκτονικών, τεχνολογικών, κοινωνικών και φυσικών εμπειριών όπως επίσης και να απολαύσουν τα προϊόντα αναψυχής και επιχειρήσεων.
- **Πολιτιστικός Τουρισμός:** Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουριστικής δραστηριότητας κατά την οποία τα βασικότερα κίνητρα του τουρίστα είναι να εμπλουτίσει τις γνώσεις του, να εξερευνήσει τον προορισμό υποδοχής, να βιώσει και να απολαύσει τα πολιτιστικά αξιοθέατα και προϊόντα του τόπου. Τα συγκεκριμένα αξιοθέατα και προϊόντα αφορούν ένα πλήθος υλικών, πνευματικών και συναισθηματικών χαρακτηριστικών του τόπου, δηλαδή χαρακτηριστικά από τις τέχνες, τις αρχιτεκτονικές, την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, τις διατροφικές συνήθειες, τη λογοτεχνία, τη μουσική τον τρόπο ζωής των ντόπιων, καθώς και τα ήθη και έθιμα τους, τα πιστεύω και τις παραδόσεις τους.
- **Τουρισμός Περιπέτειας:** Ο τουρισμός περιπέτειας πραγματοποιείται σε περιοχές με συγκεκριμένα γεωγραφικά χαρακτηριστικά και φυσικά τοπία και σχετίζεται με τη

`

φυσική δραστηριότητα, την πολιτιστική ανταλλαγή και την επαφή με το φυσικό περιβάλλον. Η εν λόγω εμπειρία απαιτεί ρίσκο και σωματική ή πνευματική προσπάθεια. Τέλος, συμπεριλαμβάνει δραστηριότητες όπως την ορειβασία, την πεζοπορία, το bungee jumping, το rafting, την αναρρίχηση, το κανό, την ποδηλασία και τις καταδύσεις.

- **Τουρισμός Υγείας:** Η συγκεκριμένη εναλλακτική μορφή τουρισμού καλύπτει τις μορφές τουρισμού που έχουν ως βασικό στόχο τη σωματική, ψυχική ή πνευματική υγεία, διαμέσου ενός συνόλου δραστηριοτήτων ιατρικής και ευεξίας που βοηθούν τους επισκέπτες να καλύψουν τις ανάγκες τους και να βελτιωθούν σαν άτομα. Τέλος, ο τουρισμός υγείας αποτελεί έναν γενικό όρο των υποκατηγοριών του τουρισμού ευεξίας και του ιατρικού τουρισμού.
- **Τουρισμός Ευεξίας:** Σκοπός του τουρισμού ευεξίας είναι η βελτίωση και εξισορρόπηση των βασικότερων πεδίων της ανθρώπινης ζωής, δηλαδή των πεδίων που σχετίζονται με σωματικούς, ψυχικούς, συναισθηματικούς, πνευματικούς, επαγγελματικούς και διανοητικούς παράγοντες. Οι επισκέπτες αυτής της κατηγορίας έχουν ως στόχο την πραγματοποίηση προληπτικών δραστηριοτήτων που θα βελτιώσουν τον τρόπο ζωής τους όπως τη γυμναστική, την υγιεινή διατροφή, τη χαλάρωση, την περιποίηση και τη θεραπεία.
- **Ιατρικός Τουρισμός:** Ο ιατρικός τουρισμός αφορά τη χρήση τεκμηριωμένων ιατρικών θεραπευτικών πόρων και υπηρεσιών όπως τη διάγνωση, τη θεραπεία, την πρόληψη και την αποκατάσταση.
- **Επιχειρηματικός Τουρισμός:** (που σχετίζεται με τη βιομηχανία συναντήσεων[4]). Η συγκεκριμένη κατηγορία αφορά ταξίδια επαγγελματικού σκοπού και προϋποθέτει τη μετακίνηση των ταξιδιωτών, εκτός του τόπου εργασίας και κατοικίας τους με σκοπό να παρευρεθούν σε μία συνάντηση, εκδήλωση, συνέδριο ή έκθεση. Τέλος, ο επιχειρηματικός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με οποιοδήποτε άλλο είδος τουρισμού κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του επισκέπτη.
- **Γαστρονομικός Τουρισμός:** Η συγκεκριμένη κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού διακρίνεται από τη γαστρονομία του επισκέπτη, δηλαδή την εμπειρία του για το

[4] Ο όρος 'βιομηχανία συναντήσεων' στο κομμάτι του επαγγελματικού τουρισμού αναγνωρίζει την βιομηχανική φύση των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων. (UNWTO, 2019)

`

φαγητό και τα σχετικά με αυτό προϊόντα και δραστηριότητες. Επιπρόσθετα, ο γαστρονομικός επισκέπτης αναζητάει την αυθεντικότητα, την καινοτομία και την παράδοση και συχνά πραγματοποιεί δραστηριότητες όπως συναντήσεις με τοπικούς παραγωγούς, συμμετοχή σε φεστιβάλ φαγητού και παρακολούθηση μαθημάτων που αφορούν τη μαγειρική.

- **Οινοτουρισμός:** Ο οινοτουρισμός αποτελεί υποκατηγορία του γαστρονομικού τουρισμού και αφορά την επίσκεψη σε αμπελώνες και οινοποιεία, την γευσιγνωσία, την κατανάλωση και αγορά κρασιού από τους επισκέπτες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.
- **Παράκτιος Τουρισμός:** Ο παράκτιος τουρισμός συμπεριλαμβάνει δραστηριότητες όπως το κολύμπι, το surfing, την ηλιοθεραπεία, τις παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής και τις αθλητικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στην ακτή της θάλασσας, των λιμνών και των ποταμών.
- **Θαλάσσιος τουρισμός:** Αφορά δραστηριότητες σχετικές με τη θάλασσα όπως την κρουαζιέρα, την ιστιοπλοΐα, την βαρκάδα και τα θαλάσσια αθλήματα.
- **Εσωτερικός Θαλάσσιος Τουρισμός:** Αφορά δραστηριότητες όπως η κρουαζιέρα, η ιστιοπλοΐα, βαρκάδα και τα αθλήματα που πραγματοποιούνται σε λίμνες, ποτάμια, υπόγεια ή σπηλαιώδη ύδατα και σε άλλους υγροβιότοπους.
- **Ναυτικός Τουρισμός:** Ο ναυτικός τουρισμός αποτελεί μια υποκατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού και περιλαμβάνει δραστηριότητες τουρισμού και αναψυχής που αφορούν τη θάλασσα και το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των παράκτιων περιοχών όπως η ιστιοπλοΐα (yachting), οι κρουαζιέρες και η ακτοπλοΐα. (Μωυσιάδη, 2015)
- **Εκπαιδευτικός Τουρισμός:** Ο εκπαιδευτικός τουρισμός καλύπτει τα είδη τουρισμού που έχουν σαν στόχο την ανάμιξη του επισκέπτη με τη μάθηση, την αυτοβελτίωση, την πνευματική εξέλιξη και την ανάπτυξη δεξιοτήτων. Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού εκπροσωπεί ένα σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών, που αφορούν τις σπουδές, τις δεξιότητες, τα σχολικά ταξίδια, τα μαθήματα ανάπτυξης καριέρας και τα μαθήματα ξένων γλωσσών.
- **Αθλητικός τουρισμός:** Αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που αφορά την εμπειρία του ταξιδιώτη, ο οποίος είτε εμφανίζεται ως θεατής, είτε συμμετέχει ενεργά

`

σε αθλητικά γεγονότα, που συμπεριλαμβάνουν εμπορικές ή μη εμπορικές δράσεις και χαρακτηρίζονται από το στοιχείο του ανταγωνισμού.

- **Θρησκευτικός Τουρισμός:** Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά τα ταξίδια που πραγματοποιούνται έκτος του συνηθισμένου περιβάλλοντος για λόγους θρησκευτικούς και περιλαμβάνει την επίσκεψη σε σημαντικά θρησκευτικά αξιοθέατα όπως εκκλησίες, ναούς, μοναστήρια, τζαμιά και θρησκευτικά ιερά, τα οποία αντιπροσωπεύουν θεμελιώδη στοιχεία της ιστορίας και του πολιτισμού του κάθε τόπου. Τέλος, οι επισκέπτες της συγκεκριμένης κατηγορίας χαρακτηρίζονται ως θρησκευόμενοι και έχουν σαν στόχο να ενισχύσουν τη σχέση τους με τη θρησκεία και την πίστη τους.

Συνοψίζοντας, για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, σημαντικό ρόλο παίζει η περιοχή στην οποία διαδραματίζονται. Πιο συγκεκριμένα η περιοχή θα πρέπει να διαθέτει φυσικά στοιχεία όπως βουνά, ποτάμια, θάλασσα, ιαματικά λουτρά, κοιλάδες κ.α. με πλούσια φυσική ομορφιά και δυνατότητες για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Επιπλέον, η τοποθεσία θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από την ιστορία, τον πολιτισμό της και την παράδοσή της, την πλούσια χλωρίδα και πανίδα της, τις ευνοϊκές κλιματικές της συνθήκες καθώς επίσης και για την καταλληλότητα της γεωγραφικής της θέσης. Τέλος, σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008) οι κυριότεροι σκοποί της ύπαρξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η προώθηση της κουλτούρας του εκάστοτε προορισμού.

2.4 Ο εναλλακτικός τουρίστας

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008) ο εναλλακτικός τουρίστας διακρίνεται από το σύνολο των κίνητρων που τον ωθούν στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και πιο συγκεκριμένα στην πραγματοποίηση της επίσκεψης του σε κάποιον εναλλακτικό προορισμό. Τα κίνητρα αυτά συμβαδίζουν με τα πρότυπα της τουριστικής ανάπτυξης του προορισμού υποδοχής και είναι εντελώς διαφορετικά με τα κίνητρα το μαζικού τουρίστα, ο οποίος πολλές φορές χαρακτηρίζεται ως «νεοαποικιστής», «απαθής» και «άξεστος». (Cazes, 1989). Επιπλέον, σύμφωνα με τον Cazes (1989) τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα είναι τα εξής:

`

- Ενεργητικές διακοπές. Πραγματοποίηση ενεργητικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των διακοπών όπως ορειβασία, αναρρίχηση, ποδηλασία κ.α. (π.χ τουρισμός περιπέτειας).
- Ανάγκη για εξερεύνηση και επαφή με τα τοπικά στοιχεία. Επίσκεψη σε πολιτιστικά αξιοθέατα, αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους, γνωριμία με τους ντόπιους, επαφή με τον τρόπο ζωής τους, με τον πολιτισμό τους, την κουλτούρα τους, τα ήθη και έθιμά τους, εξερεύνηση του τόπου διαμονής και του φυσικού περιβάλλοντος. (π.χ πολιτιστικός τουρισμός).
- Εθελοντισμός. Προσφορά βοήθειας και υπηρεσιών σε αποστολές εθελοντικού χαρακτήρα. (π.χ εθελοντικός τουρισμός).

Εν συνεχεία, ο εναλλακτικός τουρίστας επιζητά την αυθεντικότητα και προσπαθεί να αποφύγει την εμπορευματοποίηση και τις δήθεν αυθεντικές εμπειρίες που αρκετοί τουριστικοί φορείς προσπαθούν να προωθήσουν. Με άλλα λόγια σκοπός του είναι οι κοινωνικές επαφές με το ντόπιο πληθυσμό, η κατανόηση της ντόπιας κουλτούρας, του πολιτισμού, και του τρόπου ζωής των κατοίκων, η εξερεύνηση του τόπου και του φυσικού περιβάλλοντος, η συμμετοχή του στα τοπικά δρώμενα και η μάθηση, όπου αποτελούν και τους βασικούς λόγους που τον διαχωρίζουν από τον μαζικό τουρίστα. Τέλος, σύμφωνα με τους Laarman & Durst (1987) τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα είναι τα εξής:

- Προτιμά να πραγματοποιεί τις διακοπές του σε προορισμούς που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της ανάπτυξής τους σύμφωνα με το μοντέλο του Buttler (1980).
- Τον διακατέχει το αίσθημα της περιήγησης και της εξερεύνησης αναφορικά με τον τόπο που θα επισκεφθεί.
- Επιδιώκει να μείνει για λίγο μακρυά από τον «πολιτισμό» γι αυτό επιλέγει να επισκεφθεί τους λιγότερο ανεπτυγμένους προορισμούς, ώστε να μπορέσει να βιώσει την ξεγνοιασιά και τον τρόπο ζωής των ντόπιων.
- Επιδιώκει να γνωρίσει τους ντόπιους καθώς και τον πολιτισμό τους, την κουλτούρα τους, τα ήθη και έθιμά τους και τις παραδόσεις τους.
- Δεν προτιμά τα σύγχρονα ξενοδοχεία και τις εξεζητημένες τουριστικές υποδομές. Για αυτό επιλέγει συνήθως μικρά καταλύματα με στοιχεία της ντόπιας κουλτούρας και του τρόπου ζωής των ντόπιων.

`

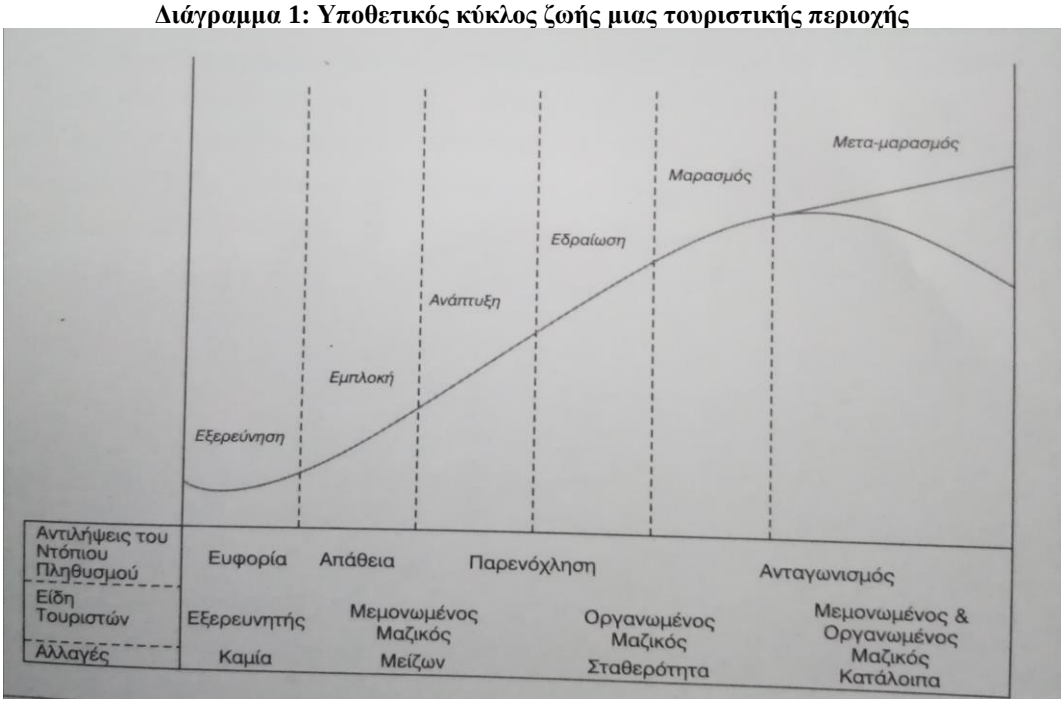
- Πραγματοποιεί έρευνα πριν και κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Αναζητάει πληροφορίες για τον τόπο που θα επισκεφθεί, είναι ενημερωμένος για την ιστορία, τα αξιοθέατα, τις δραστηριότητες και ενέργειες που μπορεί να πραγματοποιήσει πριν επισκεφθείτε τον προορισμό και κατά τη διάρκεια της διαμονής του επιδιώκει στη μάθηση νέων γνώσεων.
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες και αποφεύγει τα μαζικά και οργανωμένα ταξίδια ώστε να μπορέσει να βιώσει μια πιο αυθεντική εμπειρία και να έχει ελευθέρια σχετικά με τις δραστηριότητες που θα επιλέξει να πραγματοποιήσει.
- Έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο, είναι πιο ψαγμένος με περισσότερες γνώσεις και περισσότερη ευαισθητοποίηση και υπευθυνότητα για τις επιπτώσεις των ενεργειών τους προς το φυσικό περιβάλλον.

2.5 Ο εναλλακτικός προορισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός στοχεύει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στην προσπάθεια επίτευξης αυτού του γεγονότος σημαντικό ρόλο παίζει η τοποθεσία που θα επισκεφθεί ο εναλλακτικός επισκέπτης. Όπως αναφέρουν ορισμένοι ερευνητές π.χ. Andriotis (2003), Cohen (1989) αρκετοί από τους τουριστικούς προορισμούς παρουσιάζουν έλλειψη αυθεντικότητας και προωθούν ψεύτικα θέλγητρα που στοχεύουν στην αύξηση κατανάλωσης. Σύμφωνα με τον Haywood (1988) οι ξένοι επισκέπτες αποτελούν τους καταναλωτές καθώς και τους χρήστες των πόρων του κάθε τόπου, χαρακτηρίζοντας το συγκεκριμένο τόπο ως είδος εμπορεύματος. Επιπρόσθετα, για να είναι ελκυστικός ο εναλλακτικός προορισμός θα πρέπει να διαθέτει χαρακτηριστικά του καινούργιου, του πρωτοποριακού, του παρθένου, και του ανεξερεύνητου και να μη συμβαδίζει με την αστικοποίηση όπως συμβαίνει στην περίπτωση του μαζικού τουρισμού. Συμπληρωματικά, σύμφωνα τον Butler (1980) ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προορισμού περνάει από τα εξής στάδια (εξερεύνηση, εμπλοκή, ανάπτυξη, εδραίωση και μαρασμό) και ο εναλλακτικός τουρίστας επισκέπτεται προορισμούς που βρίσκονται στα αρχικά στάδια ανάπτυξης δηλαδή στο στάδιο της εξερεύνησης ή της εμπλοκής. Αυτό σημαίνει πως στις συγκεκριμένες περιοχές εμφανίζεται χαμηλή τουριστική επισκεψιμότητα, δεν παρατηρείται τεράστια ανάπτυξη υποδομών, δεν υπάρχει επικοινωνία με τον έξω κόσμο και οι γηγενείς είναι αποκλειστικά υπεύθυνοι να διαχειρίζονται τον πλούτο και την παραγωγή των πόρων του τόπου τους.

`

Διάγραμμα 1: Υποθετικός κύκλος ζωής μιας τουριστικής περιοχής



Πηγή: Andriotis (2006), Butler (1980), Cohen (1972), Doxey (1975)

Από την άλλη πλευρά η Agarwal (2002) θεωρεί ότι ο υποθετικός κύκλος ζωής του Butler δεν αφορά τους εναλλακτικούς προορισμούς και υποστηρίζει ότι ένας εναλλακτικός προορισμός είναι απίθανο να φτάσει στο σημείο του μαρασμού, για τον λόγο του ότι έχει αναπτυχθεί με προσεγμένο σχεδιασμό και δέχεται ελεγχόμενο αριθμό επισκεπτών. Τέλος, οι εναλλακτικές δραστηριότητες μπορεί να προωθηθούν από ήδη ανεπτυγμένες περιοχές με σκοπό να μη φτάσουν στο σημείο της πτώσης και να ανακάμψουν ξανά. Οι συγκεκριμένες ενέργειες όμως είναι λανθασμένες γιατί ένας προορισμός που απευθύνεται στον μαζικό τουρισμό και είχε αναπτυχθεί σύμφωνα με τα πρότυπα του είναι αδύνατον να μετατραπεί σε εναλλακτικό προορισμό, διότι εάν συμβεί αυτό δε θα μπορεί να καλύψει πλήρως τις υψηλές απαιτήσεις του εναλλακτικού τουρίστα.

2.6 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τους Maroudas & Tsartas (2005) οι πολυάριθμες αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός και η τάση για διαφοροποιημένες τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα, οδήγησαν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και στην περιφέρεια της Ελλάδος, κατά την περίοδο της δεκαετίας του 1980. Ο

`

εναλλακτικός τουρισμός αναπτύχθηκε με γοργούς ρυθμούς και αποτέλεσε σημαντικό κομμάτι της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Επιπρόσθετα, παρατηρήθηκε η συνεισφορά του τόσο στην οικονομία όσο και στην τοπική κοινότητα. Στη συγκεκριμένη υποενότητα θα αναλύσουμε πώς αναπτύχθηκε στην Ελλάδα, καθώς πολλοί από τους τουριστικούς προορισμούς, όπως και ο προορισμός της Ελλάδος όπου έφτασαν στο στάδιο της ωρίμανσης και της κρίσης είχαν την ανάγκη για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, η οποία και επέφερε την άνοδο στον εναλλακτικό τουρισμό. Οι παράγοντες που οδήγησαν την Ελλάδα στη συγκεκριμένη αλλαγή αναλύονται παρακάτω:

Ανάπτυξη του τουρισμού με έμφαση στους θερινούς μήνες και στις τουριστικές υποδομές: Έμφαση στην εποχικότητα κατά κύριο λόγο στους θερινούς μήνες, και στις μεγάλες τουριστικές υποδομές, οι οποίες αναπτύχθηκαν και εξαπλώθηκαν σε πολλές παράκτιες περιοχές και νησιά με αποτέλεσμα ο συνδυασμός αυτών να επιφέρει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

Κατάταξη της Ελλάδος ως Μεσογειακό τουριστικό προορισμό: Από το 1960 και έπειτα, η Ελλάδα έχει αποτελέσει κύριο και αναπόσπαστο κομμάτι της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Το συγκεκριμένο γεγονός είχε ασκήσει επιρροή τόσο στις υποδομές όσο και στις προσφερόμενες υπηρεσίες της χώρας, εξαιτίας του τυποποιημένου χαρακτήρα της ζήτησης.

Η εξάρτηση αρκετών ελληνικών περιοχών από τον τομέα του τουρισμού: Σε περιοχές της Ελλάδος οι οποίες διαθέτουν πλούσια φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία, συνήθως παρατηρείται η εξάρτησή τους από τους ξένους επισκέπτες και πιο συγκεκριμένα από τον μαζικό τουρισμό, αποκλείοντας με αυτό τον τρόπο τους υπόλοιπους κλάδους πού μπορούν να απασχοληθούν οι κάτοικοι των περιοχών αυτών για την ενίσχυση της οικονομίας τους.

Απουσία θεσμικού πλαισίου και στρατηγικού σχεδιασμού αναφορικά με την ανάπτυξη του τουρισμού: Κατά την περίοδο μετά το τέλος του Β’ Παγκοσμίου Πολέμου, παρατηρήθηκε αργοπορία σχετικά με τη δημιουργία ενός ισχυρού θεσμικού πλαισίου για τη χάραξη πολιτικής, αναφορικά με τον τουρισμό. Ακόμη σημειώθηκε η απουσία ενός μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδιασμού, που θα επέφερε την άνθηση του τουριστικού τομέα στη χώρα.

Η ανάγκη για πιο σύγχρονες και πιο αναβαθμισμένες τουριστικές υποδομές και τουριστικές υπηρεσίες: Προκειμένου η Ελλάδα να συμβαδίσει με την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος σε παγκόσμιο επίπεδο και να συναγωνιστεί με το διεθνή ανταγωνισμό,

`

παρατηρήθηκε σημαντική προσπάθεια για τον εκσυγχρονισμό του τουριστικού τομέα της χώρας.

Ασυμμετρίες στη χωρική συγκέντρωση της τουριστικής ανάπτυξης: Η ανάπτυξη του τουρισμού κατανέμεται με άνισο τρόπο στην Ελλάδα. Περισσότερη έμφαση έχει δοθεί στα νησιά και στις παράκτιες περιοχές όπου έχουν συγκεντρωθεί οι περισσότερες τουριστικές υποδομές, προκαλώντας με αυτό τον τρόπο αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και προσφορά πιο υποβαθμισμένων υπηρεσιών στους επισκέπτες. Τέλος, για το λόγο του ότι ο μαζικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά τους θερινούς μήνες, παρατηρείται εκείνη την περίοδο εργασιακή μετανάστευση πολλών ατόμων προς τους τουριστικούς προορισμούς, ώστε να βρουν εργασία και επιστρέφουν στον τόπο τους, τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου.

Ελλιπής έρευνα και εκπαίδευση σχετικά με τον τομέα του τουρισμού: Το ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα παρουσιάζει ελλείψεις σχετικά με το κομμάτι του τουρισμού και η έρευνα αναφορικά με τον τουριστικό τομέα δεν έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό, με εξαίρεση τα τελευταία χρόνια.

Έλλειψη ενός σχεδίου μάρκετινγκ σε αντίθεση με την έμφαση που έχει δοθεί στη διαφήμιση: Το ελληνικό κράτος καθυστέρησε αρκετά στο να αναπτύξει ένα ισχυρό σχέδιο μάρκετινγκ τόσο σε τοπικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Παρόλα αυτά, σημειώθηκε σημαντική πρόοδος στον τομέα της διαφήμισης όπου ανέδειξε το ελληνικό τουριστικό προϊόν παγκοσμίως.

Οι παραπάνω λόγοι συνέβαλαν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα με σκοπό η Ελλάδα να μπορέσει να συμβαδίσει και να ανταγωνιστεί τους υπόλοιπους τουριστικούς προορισμούς και να μπορέσει να εκμεταλλευτεί τους πλούσιους πόρους και την πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.

2.7 Η γεωγραφική επέκταση της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τους Maroudas & Tsartas (2005) από τη δεκαετία του 1980 και μετέπειτα ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίστηκε σε αρκετές περιοχές της Ελλάδος, ακόμα και σε αυτές που δε διέθεταν τουριστική παράδοση. Οι παράμετροι που οδήγησαν σε αυτή την ανάπτυξη ήταν οι υπάρχουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προϋπήρχαν στην Ελλάδα πριν από το Β’ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπως τον ορειβατικό, τον αθλητικό και τον περιηγητικό τουρισμό,

`

οι όποιες μορφές διατηρήθηκαν και εξελίχθηκαν και μετέπειτα τον πόλεμο. Επιπλέον, εκείνη την περίοδο εμφανίστηκαν και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός και ο οικοτουρισμός, όπου απευθυνόταν τόσο σε Έλληνες όσο και σε ξένους επισκέπτες. Ακόμα, η ζήτηση για τον εναλλακτικό τουρισμό από τους εγχώριους επισκέπτες είναι σταθερά αυξανόμενη. Αρκετοί Έλληνες πραγματοποιούν συχνά ταξίδια στο εσωτερικό της χώρας και πολλοί από αυτούς έχουν στην ιδιοκτησία τους εξοχικές κατοικίες, τις οποίες επισκέπτονται αρκετές φορές το χρόνο και πολλές φορές προκειμένου για να πραγματοποιήσουν δραστηριότητες που σχετίζονται με τον εναλλακτικό τουρισμό. Τα άτομα αυτά είναι συνήθως νεαρής ηλικίας, μεσαίου εισοδήματος και κάτοικοι των πόλεων. (Tsartas, et al., 2001). Η ζήτηση αυτή έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη των υποδομών και των υπηρεσιών σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό σε όλη τη χώρα. Επιπρόσθετα, τα κίνητρα των ξένων επισκεπτών που σχετίζονται με την πραγματοποίηση αρκετών δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, αποτέλεσαν επίσης άλλον έναν από τους λόγους ανάπτυξης της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού στην Ελλάδα. Τέλος, παρατηρήθηκε σημαντική άνθηση του εναλλακτικού τουρισμού στη Μέση, Δυτική και Ανατολική Μακεδονία, στη Μέση Πελοπόννησο, στα ορεινά της Θεσσαλίας και της Ηπείρου, στην Κρήτη, στα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου, στα Δωδεκάνησα και στις Κυκλάδες. Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στις συγκεκριμένες περιοχές είναι οι πολυάριθμες αγροτουριστικές συνεργασίες τα τελευταία 20 χρόνια Gousiou, et al. (2001), τα προγράμματα σχετικά με τη διαφύλαξη του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, η αύξηση του εγχώριου τουρισμού, η ανάπτυξη και προώθηση των χειμερινών δραστηριοτήτων τουρισμού και των χιονοδρομικών κέντρων και τέλος η ανάπτυξη του τουρισμού υπαίθρου και του οικοτουρισμού. (Tsartas, 1998).

2.8 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην Ελλάδα

Η Ελλάδα διαθέτει πολυάριθμους φυσικούς πόρους και φυσικές τοποθεσίες με ιδιαίτερη και απαράμιλλη ομορφιά όπως βουνά, θάλασσες, λίμνες, ποτάμια, δάση, παραλίες, φαράγγια, σπήλαια κτλ. τα οποία αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην χώρα. Επιπρόσθετα, στη συγκεκριμένη χώρα παρουσιάζεται πλούσια βιοποικιλότητα και οικοσυστήματα όπως επίσης και πλούσια πολιτιστική

`

κληρονομιά. Το Μεσογειακό κλίμα της όπου χαρακτηρίζεται από ήπιους χειμώνες και σχετικά θερμά καλοκαίρια είναι ιδανικό, όπως επίσης και οι παραπάνω λόγοι για να κατατάξουν την Ελλάδα ως έναν από τους κορυφαίους εναλλακτικούς τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Παρακάτω θα αναλυθούν κάποιες από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην συγκεκριμένη χώρα:

Αγροτικός Τουρισμός[5]: Ο αγροτικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές όπως η Κεντρική και Δυτική Μακεδονία, η Πελοπόννησος, η Θεσσαλία, η Στερεά Ελλάδα, η Κρήτη, η Ήπειρος, η Αττική, τα Νησιά του Αιγαίου και τα Νησιά του Ιονίου. Οι συγκεκριμένες περιοχές είναι κατάλληλες εφόσον εμφανίζουν υψηλή ενασχόληση και ειδίκευση σχετικά με τον αγροτικό τομέα και αποτελούν τις περιοχές όπου καλλιεργούνται τα περισσότερα αγροτικά προϊόντα της ελληνικής οικονομίας.
Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το αγρόκτημα AGRECO του κύριου Νίκου Δασκαλαντωνάκη, όπου βρίσκεται στην ενδοχώρα του Ρεθύμνου. Το συγκεκριμένο αγρόκτημα έχει έκταση 40 στρεμμάτων και αποτελεί μια μικρογραφία ενός κρητικού παραδοσιακού χωριού. Διαθέτει τυροκομείο, εργαστήρια, εκκλησάκι, ταβέρνα και μπακάλικο το οποίο πουλάει προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας τα οποία παράγονται στο αγρόκτημα. Στα άτομα που επισκέπτονται το αγρόκτημα της AGRECO δίνεται η δυνατότητα να συμμετάσχουν σε αγροτικές δραστηριότητες, να δουν από κοντά ελαιώνες, αμπέλια καθώς και διάφορα είδη ζώων, να γευτούν την κουζίνα του τόπου και το βασικότερο να ενισχύσουν την περιβαλλοντική τους συνείδηση. (Ανδριώτης, 2008).

[5] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: Η γεωργία και η κτηνοτροφία στην Ελλάδα με αριθμούς (ανα περιφέρεια) (ypaithros.gr)

`

Εικόνα 2: Η φάρμα AGRECO



Πηγή: Traditional Organic Farming in Crete - Agreco Farm

Τουρισμός σε χωριά: Η Ελλάδα διαθέτει πολυάριθμα χωριά με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, φυσικούς πόρους καθώς και με οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα τα οποία είναι κατάλληλα για τους επισκέπτες που επιθυμούν να ξεφύγουν από τους ρυθμούς της πόλης και να βιώσουν τη ζωή του χωριού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το οικολογικό χωριό Μηλιά στην ενδοχώρα των Χανίων. Το συγκεκριμένο χωριό εγκαταλείφθηκε μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου έως και το 1982, όπου εκείνη την περίοδο οι οικογένειες Τσουρουνάκη και Μακράκη αποφάσισαν να αναπαλαιώσουν τον οικισμό χρησιμοποιώντας φυσικά υλικά όπως πέτρες και ξύλα και να τον μετατρέψουν σε παραδοσιακό κατάλυμα, όπου και τα κατάφεραν το 1993. Η Μηλιά αποτελείται από 13 πετρόκτιστα οικήματα που μπορούν να φιλοξενήσουν έως και 25 άτομα καθώς επίσης και από χίλια στρέμματα αναδασωμένης γης με τεράστια γκάμα από δέντρα και φυτά. Επιπρόσθετα, στη Μηλιά παράγονται βιολογικά προϊόντα και εκτρέφονται οικόσιτα ζώα. Αξιοσημείωτο είναι ακόμα το γεγονός ότι στον συγκεκριμένο οικισμό απουσιάζει η παροχή ηλεκτρικού ρεύματος και διάφορες ανέσεις που διαθέτουν άλλα καταλύματα όπως τηλεόραση ή το ψυγείο. Τέλος, η ενέργεια που χρειάζεται ο οικισμός για κάποιες βασικές ανάγκες παράγεται από ηλιακούς συλλέκτες και από μία γεννήτρια, η θέρμανση του νερού γίνεται μέσω καζανιών που ζεσταίνονται με ξύλα και η θέρμανση των κατοικιών πραγματοποιείται με τζάκια και ξυλόσομπες. (Ανδριώτης, 2008).

`

Εικόνα 3: Το οικολογικό χωριό Μηλιά Χανίων



Πηγή: Μηλιά Χανίων: | HuffPost Greece LIFE (huffingtonpost.gr)

Τουρισμός Αλιείας: Η ενασχόληση με την αλιεία[6]αποτελεί κύρια δραστηριότητα στις περισσότερες παράκτιες περιοχές της χώρας και ιδιαίτερα στα ελληνικά νησιά εδώ και αρκετά χρόνια. Επίσης, η Ελλάδα διαθέτει μεγάλη ακτογραμμή, αρκετές λίμνες και πλούσια θαλάσσια οικοσυστήματα που δημιουργούν το ιδανικό περιβάλλον για την ανάπτυξη του αλιευτικού τουρισμού στη χώρα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου, όπου αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες λιμνοθάλασσες της Ελλάδος με έκταση 22.000 στρεμμάτων. Η ευφορία της περιοχής καθώς και τα θερμά νερά της, την καθιστούν ιδανική περιοχή για ιχθυοπαραγωγή. Στη συγκεκριμένη τοποθεσία μπορεί να παρατηρήσει κανείς τα ξύλινα παραδοσιακά σπίτια των ψαράδων χτισμένα στο νερό καθώς και τις γαΐτες, ένα τοπικό τύπο βάρκας κατάλληλο για ρηχά νερά. Τέλος, στη Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου παράγεται εξαιρετικό ψάρι και υπάρχουν οι μεγαλύτερες αλυκές της χώρας.

[6] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: Η Αλιεία στην Ελλάδα (thassos-island.gr) , Οι δυνατότητες και οι προοπτικές του αλιευτικού τουρισμού στη Δυτική Ελλάδα (ypaithros.gr), Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου (alatifloros.gr)

`

Εικόνα 4: Η Λιμνοθάλασσα Μεσολογγίου



Πηγή: Mesolongi (touristorama.com)

Ορεινός Τουρισμός: Η Ελλάδα είναι μία κατά κύριο λόγο ορεινή χώρα καθώς το 70% της χώρας είναι ορεινό. Διαθέτει αρκετά βουνά με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, πολυάριθμους ορεινούς προορισμούς και χιονοδρομικά κέντρα που καθιστούν κατάλληλη την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού. Σύμφωνα με τους Μοίρα & Δρίβας, (2017) οι ορεινές περιοχές της Ελλάδος παρουσιάζουν δυσπρόσιτο χαρακτήρα, ιδιαίτερο κλίμα, καθαρό οξυγόνο, πλούσια χλωρίδα και πανίδα, ιδιαίτερη γεωμορφολογία, υδάτινους πόρους, μοναδικό φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον και πλούσια ιστορική κληρονομιά και η επίσκεψη σε έναν τέτοιο προορισμό μπορεί να προσφέρει μοναδικές εμπειρίες στους ταξιδιώτες και απόδραση από την καθημερινότητα. Παράδειγμα ενός τέτοιου προορισμού αποτελούν τα Καλάβρυτα[7], μια ορεινή κωμόπολη στο Νομό Αχαΐας. Βρίσκονται χτισμένα στους πρόποδες των Αροανιών Ορέων και το υψόμετρο τους φτάνει τα 735 μέτρα. Στη συγκεκριμένη περιοχή μπορεί κάποιος να επισκεφθεί το χιονοδρομικό κέντρο Καλαβρύτων, να κάνει πεζοπορία στα βουνά των Καλαβρύτων και στα ορεινά τους μονοπάτια, να πάει βόλτα με τον Οδοντωτό Σιδηρόδρομο ώστε να θαυμάσει μια από τις πιο θεαματικές διαδρομές των Βαλκανίων, και να διαμείνει στα ξύλινα παραδοσιακά σαλέ τις περιοχής.

[7] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: Δήμος Καλαβρύτων (kalavrita.gr), Καλάβρυτα - Βικιπαίδεια (wikipedia.org)

`

Εικόνα 5: Καλάβρυτα: Ο ιδανικός προορισμός για χειμερινές διακοπές στη φύση



Πηγή: Καλάβρυτα: - CNN.gr

Περιπατητικός Τουρισμός[8]: Η Ελλάδα κρίνεται κατάλληλη για την ανάπτυξη του περιπατητικού τουρισμού για τον λόγο του ότι διαθέτει πολυάριθμα φυσικά τοπία, δάση, φαράγγια κ.α. που για να θαυμάσει κανείς την ομορφιά τους θα πρέπει να ακολουθήσει τις μοναδικές γραφικές διαδρομές του τόπου. Οι περιοχές που ευνοούν τη συγκεκριμένη υπαίθρια δραστηριότητα εκτείνονται σε όλη τη χώρα και περιλαμβάνουν περαστικούς προορισμούς, εθνικούς δρυμούς έως και ελληνικούς νήσους στο Αιγαίο και στο Ιόνιο Πέλαγος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η οροσειρά της Πίνδου, η οποία διασχίζει την Ελλάδα από τα Βόρεια προς τα Νότια και διαθέτει ένα μεγαλειώδης δίκτυο μονοπατιών που περνούν μέσα από εντυπωσιακές ορεινές τοποθεσίες, από βουνά, φαράγγια, δάση και ποτάμια και μπορούν να προσφέρουν στον επισκέπτη μια μοναδική εμπειρία εξερεύνησης και απόδρασης.

[8] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: Ο περιπατητικός τουρισμός ανθίζει στην Ελλάδα - TourisThings.GR, Περιοχές για περιπατητικό τουρισμό στην Ελλάδα (iatronet.gr)

`

Εικόνα 6: Πεζοπορία στην οροσειρά της Πίνδου



Πηγή: ΟΡΟΣΕΙΡΑ ΤΗΣ ΠΙΝΔΟΥ - Xplore Trails

Οικοτουρισμός[9]: Η Ελλάδα παρουσιάζει τεράστια ποικιλομορφία και πλούσια χλωρίδα και πανίδα, η οποία αποτελείται από πολυάριθμα είδη φυτών και από περίπου 50.000 είδη ζώων που αποτελούν έναν πλούτο άγριας ζωής, μοναδικό σε όλη την Ευρώπη. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο έντονο ανάγλυφο της χώρας το οποίο δημιουργεί διάφορα οικοσυστήματα. Επιπλέον, στη συγκεκριμένη χώρα παρατηρούνται αρκετές φυσικές περιοχές με πολλές από αυτές να έχουν χαρακτηριστεί Προστατευόμενες Περιοχές και Εθνικά Πάρκα. Επιπρόσθετα, η Ελλάδα διαθέτει ποικίλους περιβαλλοντικούς πόρους, οι οποίοι διαφέρουν με βάση τον τόπο που εμφανίζονται, δηλαδή ανάλογα αν είναι ορεινή περιοχή, υγροβιότοπος, νησιωτική ή παράκτια περιοχή. Οι περισσότερες από αυτές τις περιοχές μπορούν να υποστηρίζουν τη δραστηριότητα του οικοτουρισμού όλη τη διάρκεια του έτους. Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός, ότι ο οικοτουρισμός φαίνεται να παρουσιάζει αρκετές προοπτικές στον ελλαδικό χώρο και φέρνει λύση στα προβλήματα των λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών της χώρας. (Avgerinou, et al., 2016). Ένα παράδειγμα περιοχής στην οποία μπορεί να αναπτυχθεί ο οικοτουρισμός είναι το Φαράγγι της Σαμαριάς στον νομό Χανίων Κρήτης, το οποίο είναι το μεγαλύτερο φαράγγι της Ευρώπης. Το υψόμετρο του ξεκινάει από 1.227 μέτρα στην τοποθεσία Ξυλόσκαλο και φτάνει μέχρι το χωριό της Αγίας Ρούμελης. Το μήκος του φαραγγιού φτάνει τα 18 χιλιόμετρα και είναι μια ευχάριστη διαδρομή με πολλές εναλλαγές και ποικιλία τοπίων. Ο Εθνικός Δρυμός Σαμαριάς έχει ενταχθεί στο Παγκόσμιο Δίκτυο

[9] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: Οικοτουρισμός (visitgreece.gr), Το φαράγγι της Σαμαριάς στα Χανιά | Io Tours

`

Αποθεμάτων Βιόσφαιρας της UNESCO από το 1981, με στόχο την ανάδειξη και προστασία πολύτιμων τόπων για τον άνθρωπο και την υπόλοιπη βιόσφαιρα.

Εικόνα 7: Το Φαράγγι της Σαμαριάς



Πηγή: Φαράγγι της Σαμαριάς | Φυσιολάτρες (fysiolatres.gr)

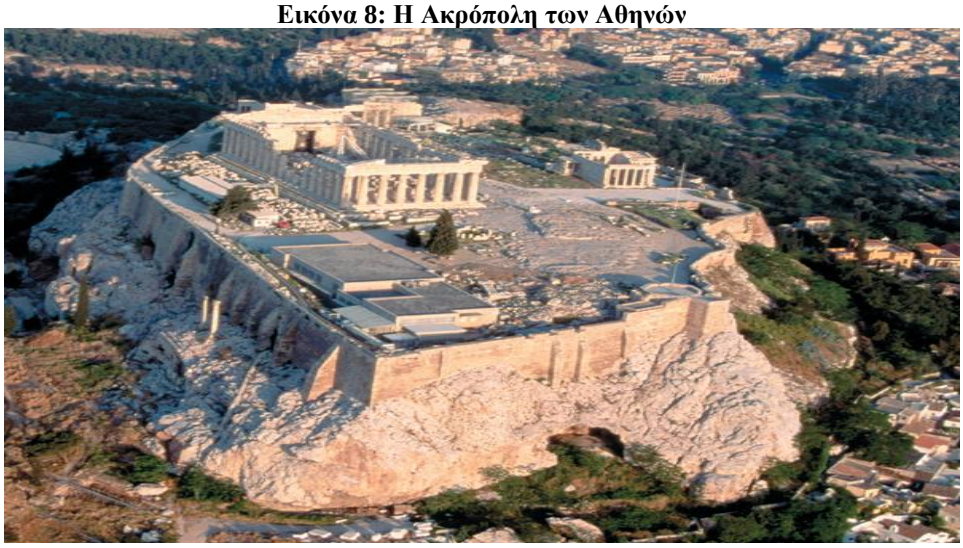
Πολιτιστικός Τουρισμός: Η Ελλάδα λόγω της σημαντικής και πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς της αποτελεί δημοφιλή προορισμό για το συγκεκριμένου είδους τουρισμού ήδη από τον 18ο αιώνα, σύμφωνα με τις μαρτυρίες αρκετών ξένων περιηγητών. Επιπρόσθετα, η ελληνική πολιτιστική κληρονομιά είναι μία από τις πλουσιότερες παγκοσμίως και συμπεριλαμβάνει ένα σύνολο αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, μνημείων και μουσείων που μπορεί να επισκεφθεί κανείς σε όποιο μέρος της χώρας και αν βρίσκεται. Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός ότι ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός και η αρχαία ελληνική ιστορία έχουν επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό το δυτικό πολιτισμό, που ακόμα και στη γλώσσα που ομιλούν χρησιμοποιούν ελληνικές λέξεις και μυθολογικά ιστορικά ονόματα. Όλα τα παραπάνω μπορούν να καταστήσουν τον πολιτιστικό τουρισμό στη χώρα σημαντική πηγή εσόδων και ένα σημαντικό προϊόν εξαγωγής που θα επιφέρει σημαντικά οφέλη. (Καφούρος, 2015). Χαρακτηριστικό παράδειγμα ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού αποτελεί η Ακρόπολη[10] των Αθηνών. Χτίστηκε γύρω στο 570 π.Χ. και είναι ένας από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους τόσο στην Ελλάδα όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Ακρόπολη αποτελείται από ένα σύνολο μνημείων όπως τον Παρθενώνα, το Ερέχθειο, το

[10] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: Η Ακρόπολη των Αθηνών (visitgreece.gr)

`

Ναό της Αθηνάς Νίκης και τα Προπύλαια. Τέλος, η Ακρόπολη θεωρείται ένας από τους πιο διάσημους πολιτιστικούς προορισμούς της Ελλάδας και προσελκύει ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών κάθε χρόνο.

Εικόνα 8: Η Ακρόπολη των Αθηνών



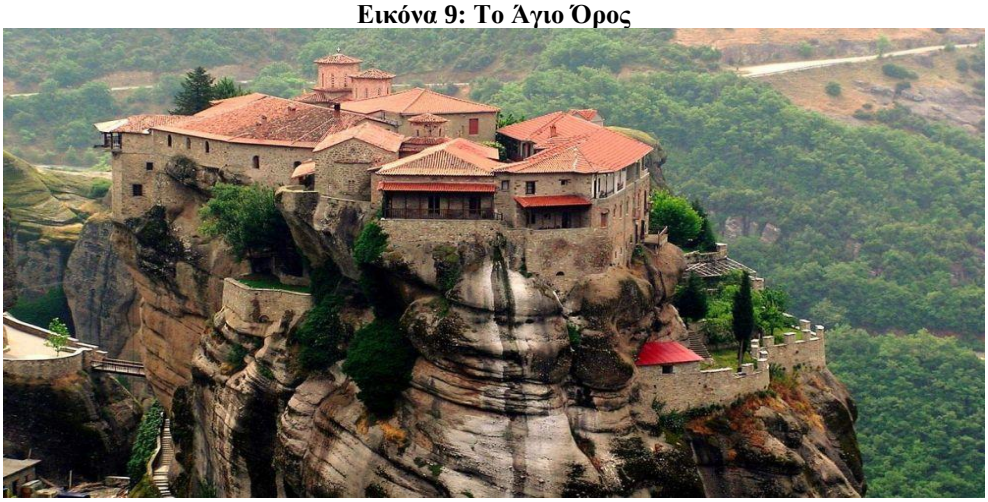
Πηγή: The Athenian Acropolis - Biblical Archaeology Society

Θρησκευτικός τουρισμός[11]: Σύμφωνα με τους Paschinger, et al. (2017) η χώρα της Ελλάδος είναι γνωστή για την πλούσια θρησκευτική κληρονομιά της και έχει στην κατοχή της ένα μεγάλο αριθμό εκκλησιών, μοναστηριών και Προσκυνηματικών τόπων. Από την Αρχαιότητα τα ταξίδια με θρησκευτικό χαρακτήρα αποτελούν βασικό κίνητρο που ωθεί τους επισκέπτες να πραγματοποιούν ταξίδια της συγκεκριμένης μορφής για προσκύνημα, για συμμετοχή σε θρησκευτικές εορτές ή για την εκπλήρωση κάποιου τάματος. Το Άγιο Όρος αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στη χώρα. Είναι μία Αυτόνομη Μοναστική Πολιτεία, μια από της πιο ξεχωριστές σε όλο τον κόσμο και βρίσκεται στη Χερσόνησο του Άθω της Χαλκιδικής στη Μακεδονία και θεωρείται το κέντρο του Ορθόδοξου μοναχισμού. Η εθνική, ιστορική, θρησκευτική, γραμματειακή και πολιτισμική αξία του είναι αρκετά σημαντική, και αποτελεί κέντρο διατήρησης και συντήρησης πλούσιου υλικού γι’ αυτό και κατονομάζεται ως "καταφύγιο" και "μουσείο" μοναδικού θησαυρού της ελληνικής τέχνης και των γραμμάτων.

[11] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: hotelsline.com/el/article/agion-oros-athos-monastiria, Θρησκευτικός Τουρισμός (visitgreece.gr)

`

Εικόνα 9: Το Άγιο Όρος



Πηγή: Τα καλύτερα αξιοθέατα της Ελλάδας (touristorama.com)

Τουρισμός Ευεξίας[12]: Η Ελλάδα διαθέτει ιαματικές πηγές που το σύνολο τους φτάνει τις 822 σύμφωνα με το Ινστιτούτο Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών και από τις οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν οι 752. Επιπλέον, υπάρχουν πολυάριθμα σύγχρονα κέντρα θαλασσοθεραπείας, όπως επίσης και αρκετές λουτροπόλεις όπως το Λουτράκι, η Κορινθία, τα Καμένα Βούρλα, η Αιδηψός, τα Μέθανα, η Πρέβεζα και η Ικάρια. Τέλος, λόγω της τεράστιας ακτογραμμής καθώς και της γεωθερμίας που παρουσιάζεται σε πολλές περιοχές στη χώρα, η ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού καθίσταται ιδανική. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα Λουτρά Πόζαρ που βρίσκονται στην περιφερειακή ενότητα Πέλλας, 13 χλμ. δυτικά από την Αριδαία. Είναι φυσικές μεταλλικές πηγές που η θερμοκρασία τους φτάνει στους 37°C και προσφέρουν ιαματική δράση. Τα οφέλη που παρέχουν στους επισκέπτες είναι η τόνωση και η χαλάρωση και η καταπολέμηση κυκλοφορικών, αναπνευστικών, ρευματοειδών, γυναικολογικών και δερματολογικών παθήσεων.

[12] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: Ο τουρισμός ευεξίας στην Ελλάδα - Tourism Today, Λουτρά Πόζαρ - Βικιπαίδεια (wikipedia.org)

`

Εικόνα 10: Τα Λουτρά Πόζαρ



Πηγή: Greece's Best Natural Hot Springs | Culture Trip (theculturetrip.com)

Θαλάσσιος Τουρισμός: Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες, λόγω της συνεισφοράς του στην ελληνική οικονομία. Επιπρόσθετα, η Ελλάδα είναι ένας από τους πιο γνωστούς προορισμούς σχετικά με τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού και αποτελεί δημοφιλή προορισμό κρουαζιέρας στη Μεσόγειο. Διαθέτει αρκετά μεγάλη ακτογραμμή και πλήθος σκαφών αναψυχής και τουριστικών λιμενικών εγκαταστάσεων. Οι επισκέπτες που θα επισκεφθούν τους θαλάσσιους προορισμούς της συγκεκριμένης χώρας, θα έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν τις θαλάσσιες δραστηριότητες καθώς και ένα φυσικό περιβάλλον με ιδιαίτερη ομορφιά. (Βαγγέλας & Πάλλης, 2021)

Εικόνα 11: Θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα



Πηγή: Ο Θαλάσσιος Τουρισμός Στην Ελλάδα - Dianeosis

`

Παράκτιος Τουρισμός[13]**:** Ο Παράκτιος τουρισμός αποτελεί μια από τις ιδανικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην ηλιόλουστη Ελλάδα και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η συγκεκριμένη χώρα διαθέτει μεγάλο μήκος ακτών, πολυάριθμες καταγάλανες παραλίες με ιδιαίτερο κάλλος, τεράστια ποικιλομορφία, αρκετές νησιωτικές περιοχές και ομαλές καιρικές συνθήκες, που αποτελούν τα κύρια συστατικά για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού στη χώρα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα Φαλάσαρνα της Δυτικής Κρήτης. Πρόκειται για μια πανέμορφη παραλία με λευκή άμμο, κρυστάλλινα πεντακάθαρα και θερμά νερά, η οποία έχει βραβευτεί ανάμεσα στις 10 καλύτερες της Ευρώπης. Αποτελεί δημοφιλή προορισμό για όσους ασχολούνται με το windsurfing, και είναι ιδανικό μέρος για την πραγματοποίηση θαλάσσιων σπορ, beach volley και αγνάντεμα στο υπέροχο ηλιοβασίλεμα της περιοχής.

Εικόνα 12: Φαλάσαρνα



Πηγή: Greek island: Crete -> Chania - Χανιά (greek-island-hopper.blogspot.com)

Γαστρονομικός Τουρισμός: Η Ελλάδα διαθέτει γαστρονομική ιστορία 4.000 ετών, η οποία βασίζεται στην υψηλή ποιότητα και στα φρέσκα τοπικά προϊόντα, τα οποία αποτελούν τα συστατικά της μεσογειακής διατροφής. Πέρα όμως από τις γεύσεις, η μάζωξη στο ελληνικό τραπέζι αποτελεί μια μορφή κοινωνικής συνάντησης που είναι ιδιαίτερης σημασίας για τους Έλληνες. Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά της ελληνικής κουζίνας που την καθιστούν μοναδική

[13] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από τις ιστοσελίδες: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού : θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα | greekaffair.news , Φαλάσαρνα, η παραλία στα Φαλασαρνα (explorecrete.com)

`

πέρα από τα υψηλής ποιότητας προϊόντα είναι η χρήση αρωματικών ουσιών και μπαχαρικών, το ελληνικό ελαιόλαδο, και η λιτότητα. Τέλος, το ευνοϊκό κλίμα της χώρας βοηθάει στην καλλιέργεια των προϊόντων του τόπου, τα οποία έχουν ιδιαίτερο άρωμα, ξεχωριστή γεύση και θρεπτικά συστατικά υψηλής αξίας. (Velissariou & Vasilaki, 2014).

Οινοτουρισμός: Σύμφωνα με τους Stavrinoudis, et al. (2012) ο ελληνικός πολιτισμός και η ελληνική παράδοση είναι στενά συνυφασμένες με την καλλιέργεια αμπελιού και τα σχετικά με αυτήν προϊόντα. Άλλωστε, η παραγωγή κρασιού συναντάται σχεδόν σε όλες τις περιοχές της χώρας. Η Ελλάδα επίσης διαθέτει αρκετά οινοποιεία όπως το οινοποιείο Σμαράγδα στη ρόδο, το οινοποιείο Μπουτάρη στην Κρήτη και το οινοποιείο Santo Wines στη Σαντορίνη. Παρόλα αυτά, οι πιο επιτυχημένες και οργανωμένες προσπάθειες σχετικά με την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στη χώρα έχουν πραγματοποιηθεί από τις ενώσεις οινοποιών στη βόρεια Ελλάδα, στο Ηράκλειο Κρήτης και στη Νεμέα. Για παράδειγμα, το οινοποιείο Μπουτάρη[14] ιδρύθηκε το 1879 και βρίσκεται στο χωριό Σκαλάνι, του Ηρακλείου Κρήτης. Παράγει 4 ποικιλίες κρασιού οι οποίες αποτελούνται από το κρασί Σκαλάνι, το Φανταξομέτοχο, το λευκό κρασί της ποικιλίας Μοσχάτο Σπίνας και το ερυθρό γλυκό κρασί Λιάτικο. Ακόμη, είναι ένα από τα πιο ιστορικά οινοποιεία της Ελλάδας που προσφέρει μεγάλη γκάμα προϊόντων και πραγματοποιεί διεθνείς εξαγωγές. Συμπληρωματικά, διαθέτει παραρτήματα στη Νάουσα, στη Σαντορίνη, στη Μαντινεία και στην Αττική. Οι ταξιδιώτες που θα επισκεφθούν το συγκεκριμένο οινοποιείο θα έχουν την ευκαιρία να εξερευνήσουν την πλούσια κάβα που διαθέτει, να μάθουν πληροφορίες σχετικά με την καλλιέργεια και παραγωγή του κρασιού και να γνωρίσουν την ιστορία της Κρήτης στην αίθουσα προβολής που διαθέτει το οινοποιείο.

2.9 Οι επιπτώσεις του Εναλλακτικού Τουρισμού

Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008) κάθε μορφή τουριστικής ανάπτυξης επιφέρει ένα σύνολο είτε θετικών είτε αρνητικών επιπτώσεων. Το ίδιο πράγμα συμβαίνει και με τον εναλλακτικό τουρισμό ο όποιος επιφέρει διάφορες επιπτώσεις στο χώρο και την κοινωνία. Οι επιπτώσεις

[14] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: Οινοποιείο Μπουτάρη στο Σκαλάνι - Κρήτη - Greek Gastronomy Guide

`

αυτές κατηγοριοποιούνται σε οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικό-πολιτιστικές και θα αναλυθούν παρακάτω.

2.9.1 Οικονομικές Επιπτώσεις Εναλλακτικού Τουρισμού

Θετικές οικονομικές επιπτώσεις:

- ✓ Δημιουργία εισοδημάτων και θέσεων εργασίας: Ο εναλλακτικός τουρισμός αναπτύσσεται σε περιοχές όπου δεν είναι έντονη η παρουσία των δραστηριοτήτων του τριτογενούς τομέα. Επιπρόσθετα, έχει παρατηρηθεί αυξημένη ζήτηση για διακοπές στην ύπαιθρο με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας και εισοδήματα συγκεκριμένες περιοχές.
- ✓ Δημιουργία διασυνδέσεων και με άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας και μείωση της διαρροής συναλλάγματος: Σύμφωνα με τους Dernoi (1981) & Oppermann (1996) το συγκεκριμένο γεγονός οφείλεται στην αύξηση της παραγωγής των παραδοσιακών και τοπικών προϊόντων τα οποία επιζητούν οι εναλλακτικοί επισκέπτες, με αποτέλεσμα να υπάρξει αυξανόμενη δραστηριοποίηση και σε άλλους οικονομικούς τομείς όπως στη γεωργία, στην κτηνοτροφία, στην αλιεία, στην χειροτεχνία κτλ. Επιπρόσθετα, οι τοπικές επιχειρήσεις που απευθύνονται σε εναλλακτικούς τουρίστες χρησιμοποιούν προϊόντα τοπικής παραγωγής μειώνοντας με αυτό τον τρόπο την αγορά εισαγόμενων προϊόντων και κατ'επέκταση ελαχιστοποιούν τη διαρροή συναλλάγματος.
- ✓ Αύξηση των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων από την τουριστική κατανάλωση: Το συγκεκριμένο γεγονός οφείλεται στην αυξημένη κυκλοφορία του χρήματος στην τοπική οικονομία εξαιτίας της αυξημένης κατανάλωσης τοπικών προϊόντων τόσο από εναλλακτικούς τουρίστες όσο και από τοπικές επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, τα προϊόντα τα οποία παράγονται σε επιχειρήσεις που απευθύνονται σε εναλλακτικούς επισκέπτες, για το λόγω του ότι φτάνουν απευθείας στους καταναλωτές χωρίς να χρειάζεται η διαμεσολάβηση τρίτων, αποφέρουν μεγαλύτερα κέρδη στον ντόπιο πληθυσμό.
- ✓ Οικονομικά οφέλη από τη βιώσιμη χρήση των προστατευόμενων περιοχών: Σύμφωνα με τους Sherman & Dixon (1991) υπάρχουν διάφοροι τρόποι είσπραξης εσόδων από

`

την εκμετάλλευση βιώσιμων περιοχών, όπως μέσω των εισιτηρίων εσόδου, μέσω των παραχωρήσεων αδειών εκμετάλλευσης μιας περιοχής στους δημόσιους φορείς, με σκοπό την παροχή υπηρεσιών σε εναλλακτικούς επισκέπτες. Επιπλέον, μέσω των εθελοντικών εισφορών (συλλογή χρημάτων σε κουτιά εισφορών) και τέλος μέσω της φορολογίας από εισιτήρια εισόδου.

- ✓ Περιφερειακή ανάπτυξη: Τα έσοδα που προέρχονται από τους εναλλακτικούς επισκέπτες συμβάλλουν στην περιφερειακή ανάπτυξη. Παράλληλα, μέσω του εναλλακτικού τουρισμού ενισχύονται τα έσοδα της κυβέρνησης η οποία έχει τη δυνατότητα να επενδύσει ένα μέρος τους στην περιφέρεια. Τέλος, οι υποδομές που δημιουργούνται για την υποστήριξη των εναλλακτικού τουρισμού συμβάλλουν εξίσου στην ανάπτυξη του τόπου.

Αρνητικές Οικονομικές Επιπτώσεις:

- × Διαρροές εισοδημάτων: Σε περιοχές όπου ένα μεγάλο μέρος των εργαζομένων τους δε διαμένουν σε αυτές αλλά η μόνιμη κατοικία τους βρίσκεται σε διαφορετική περιοχή, παρατηρείται διαρροή των εισοδημάτων τους εκτός τοπικής οικονομίας. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι οι συγκεκριμένοι εργαζόμενοι επαναπατρίζουν κάποιο ποσοστό του εισοδήματός τους.
- × Διαφυγή εσόδων από το κράτος: Πολλές επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμό ιδίως αυτές του αγροτουριστικού τομέα, προσλαμβάνουν αλλοδαπούς εργαζομένους με σκοπό να μειώσουν το εργατικό τους κόστος και να απαλλαχθούν από τις καταβολές ασφαλιστικών εισφορών στο κράτος.

2.9.2 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Θετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις:

- ✓ Αυξημένα κίνητρα για την προστασία του περιβάλλοντος: Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί τον κύριο παράγοντα για την ανάπτυξη των εναλλακτικού τουρισμού και η κύρια φιλοσοφία της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού είναι προστασία του περιβάλλοντος και η επαφή του εναλλακτικού τουρίστα με τη φύση, επομένως είναι

`

απαραίτητη η ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης τόσο των ντόπιων κατοίκων όσο και των ξένων επισκεπτών.

- ✓ Αναβάθμιση των βιοτόπων και των πολιτιστικών μνημείων: Η αναβάθμιση αυτή οφείλεται στη βελτιωμένη διαχείριση και τον έλεγχο, στα αντίτιμα εσόδου κτλ.
- ✓ Αύξηση και βελτίωση της υποδομής και των υπηρεσιών προς χρήση από τον ντόπιο πληθυσμό: Το συγκεκριμένο γεγονός οφείλεται στο ότι οι εναλλακτικοί τουρίστες είναι πιο απαιτητικοί και αναζητούν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες καθώς και υψηλής ποιότητας φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον, χωρίς να σκέφτονται το κόστος. Προκειμένου, λοιπόν οι ντόπιοι να καλύψουν αυτή τη ζήτηση στοχεύουν στη βελτίωση των υποδομών και των προσφερόμενων υπηρεσιών τους.

Αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις:

- × Αυξημένες πιέσεις στο φυσικό περιβάλλον: Όπως αναφέρει ο Λόρεντς (1979) τις περισσότερες φορές η ανθρώπινη παρέμβαση δημιουργεί πολυάριθμα προβλήματα στο φυσικό περιβάλλον. Η κατασκευή δρόμων, αεροδρομίων, η ανέργεση ξενοδοχείων, ή γηπέδων θα αλλοιώσει το φυσικό τοπίο και τη φυσική ομορφιά της περιοχής. Επιπρόσθετα, φυσικές περιοχές που δέχονται μεγάλο αριθμό εναλλακτικών επισκεπτών και παρατηρείται σε αυτές μεγάλη εκμετάλλευση από τις τουριστικές επιχειρήσεις, συχνά οδηγούνται στην υποβάθμιση εξαιτίας των πιέσεων που δέχονται από την τουριστική τους εκμετάλλευση.
- × Συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού στο φαινόμενο του θερμοκηπίου: Η αυξημένη εκπομπή αερίων που προέρχεται από τη χρήση των μέσων μεταφοράς από τους επισκέπτες μπορεί να προκαλέσει ατμοσφαιρική ρύπανση, καταστροφή της χλωρίδας και της πανίδας ενός τόπου καθώς και φθορά των ιστορικών μνημείων. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).
- × Υποβάθμιση των εύθραυστων οικοσυστημάτων και καταστροφή της βιοποικιλότητας: Οι μεγάλοι θόρυβοι που προκαλούνται από τα αυτοκίνητα για «σαφάρι» πιέζουν το φυσικό περιβάλλον και διαταράσσουν την ηρεμία των ζώων. Επίσης, οι περιηγήσεις των επισκεπτών σε φυσικά τοπία επιφέρουν ποδοπάτηση των φυτών και διατάραξη των ζώων και οδηγούν στην καταστροφή της βιοποικιλότητας.

`

- Μόλυνση των υδάτων και καταστροφή της χλωρίδας και της πανίδας από τη χρήση τοξικών ουσιών: Πολλές αγροτουριστικές επιχειρήσεις καθώς και τοπικοί παραγωγοί δεν υιοθετούν βιολογικούς τρόπους καλλιέργειας με αποτέλεσμα οι τοξικές ουσίες που χρησιμοποιούν για τις καλλιέργειες τους να επιφέρουν σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα.
- Κατάχρηση των φυσικών πόρων: Λόγω της αυξημένης τουριστικής επισκεψιμότητας, η οποία μπορεί να μεταβάλλει ή ακόμα και να καταστρέψει την οικολογική ισορροπία του τόπου. (Hunter & Green, 1995).

2.9.3 Κοινωνικό-Πολιτιστικές επιπτώσεις

Θετικές Κοινωνικό-Πολιτιστικές επιπτώσεις:

- ✓ Ενίσχυση της συνείδησης των τουριστών σχετικά με τους κοινωνικό-πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής: ο εναλλακτικός τουρισμός προωθεί στους ξένους επισκέπτες τα ήθη, τα έθιμα, τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής των ντόπιων, με αποτέλεσμα οι συγκεκριμένοι επισκέπτες να έρχονται σε επαφή με αυτά τα στοιχεία και πολλές φορές να καταβάλλουν προσπάθειες για την εκμάθηση της τοπικής διαλέκτου και την υιοθέτηση των πολιτιστικών στοιχείων της περιοχής.
- ✓ Διατήρηση και αναβίωση της πολιτισμικής ταυτότητας του τόπου: Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού προϋποθέτει την ενασχόληση με τα παραδοσιακά επαγγέλματα που μπορεί να είχαν εκλείψει, με την αναβίωση των εθίμων και των παραδόσεων του τόπου καθώς και με τη διοργάνωση πολυάριθμων παραδοσιακών εκδηλώσεων και πολιτιστικών δραστηριοτήτων.
- ✓ Εμπλουτισμός της πολιτιστικής ταυτότητας: Ο πολιτισμός των εισερχόμενων επισκεπτών, που οι περισσότεροι από αυτούς προέρχονται από αναπτυγμένες χώρες του δυτικού κόσμου, χαρακτηρίζεται ως δότης στον πολιτισμό της κοινωνίας υποδοχής. (Alneng, 2002).

`

Αρνητικές κοινωνικό-πολιτιστικές επιπτώσεις:

- Συγκρούσεις μεταξύ των ντόπιων κατοίκων και ξενών επισκεπτών: Οι οποίες οφείλονται σε διαφορές θρησκευτικών πεποιθήσεων, προτύπων συμπεριφοράς και συνηθειών καθώς και στην γλώσσα.
- Δυσαρέσκεια των ντόπιων σχετικά με τους εναλλακτικούς επισκέπτες: Για το λόγο του ότι αρκετοί εναλλακτικοί προορισμοί είναι αρκετά δημοφιλής, ελλοχεύει ο κίνδυνος να αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό ο αριθμός των επισκεπτών στις συγκεκριμένες περιοχές με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν διάφορα προβλήματα που θα διαταράξουν τους ντόπιους όπως η ηχορύπανση, η κυκλοφοριακή συμφόρηση, η υποβάθμιση του περιβάλλοντος κτλ.
- Εμπορευματοποίηση της παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων: Εξαιτίας της αυξανόμενης ζήτησης για παραδοσιακά προϊόντα από τους εναλλακτικούς επισκέπτες, η οποία μπορεί να επιφέρει την εξαφάνιση σημαντικών χαρακτηριστικών από την τοπική παράδοση και να αλλοιώσει τον παραδοσιακό χαρακτήρα των συγκεκριμένων προϊόντων.
- Αλλοίωση της πολιτιστικής ταυτότητας του τόπου: Οι αρμόδιοι για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην προσπάθειά τους να καλύψουν τη ζήτηση για ψυχαγωγία, πολλές φορές αλλοιώνουν τις πολιτιστικές δραστηριότητες με σκοπό να τραβήξουν την προσοχή του επισκέπτη και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του. Σύμφωνα με τον Παρασκευαΐδη (2007) «η παράδοση έχει πλέον πάψει να παίζει πρωτεύοντα ρόλο και εμπορευματοποιείται και ξευτελίζεται, προκειμένου να μεταμορφωθεί σε ένα θέαμα και σε μια ατραξιόν θελκτική για τους τουρίστες».

`

2.10 Επίλογος

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι ο εναλλακτικός τουρισμός επιφέρει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις και περισσότερα οφέλη συγκριτικά με τον μαζικό τουρισμό. Δεν μπορούμε όμως να παραλείψουμε το γεγονός ότι κάθε μορφή τουρισμού παρουσιάζει και θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις στον τόπο όπου θα διαδραματιστεί και δεν υπάρχει μορφή τουριστικής ανάπτυξης που να επιφέρει μόνο θετικό αντίκτυπο. Αξίζει λοιπόν να υποστηρίζουμε και να συμβάλλουμε στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού, διότι πέρα από τις συγκριτικά μικρές αρνητικές του επιπτώσεις, θεωρείται μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης με πολλά οφέλη για τον προορισμό υποδοχής και ειδικά για έναν προορισμό όπως η Ελλάδα, που διαθέτει όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την ανάπτυξη του. Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και στις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου.

`

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ

3.1 Εισαγωγή

Οι Μεσογειακές χώρες αποτελούν τις κυριότερες ταξιδιωτικές περιοχές του κόσμου, καθώς αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 1/3 του συνόλου εσόδων του τουρισμού καθώς και το 1/2 από τις διεθνείς αφίξεις. Τα πλούσια τοπία τους, οι εντυπωσιακές ακτές τους, τα πολυάριθμα νησιά τους, το ήπιο κλίμα τους καθώς και η σημαντική πολιτιστική τους κληρονομιά αποτελούν τους βασικότερους λόγους όπου κατέστησαν τη Μεσόγειο σε έναν από τους πιο αξιόλογους πόλους έλξης τουρισμού παγκοσμίως. Επιπρόσθετα, τα αξιόλογα χαρακτηριστικά τους κρίνονται ιδανικά για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στις συγκεκριμένες χώρες. Παρακάτω θα αναλύσουμε πως αναπτύχθηκε ο εναλλακτικός τουρισμός σε κάποιες ενδεικτικές χώρες της Μεσογείου.

3.2 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ισπανία

Σύμφωνα με τον UNWTO (2022) η Ισπανία αποτελεί τον δεύτερο δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό μετά τη Γαλλία. Παρόλο όμως την πολυετή εμπειρία που έχει η χώρα με τον τουρισμό, αντιμετώπισε αρκετές δυσκολίες αναφορικά με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Το γεγονός αυτό οφείλονταν κατά κύριο λόγο στις ανεπαρκείς υποδομές που διέθετε, που δεν μπορούσαν να υποστηρίξουν τον μεγάλο όγκο επισκεπτών που δεχόταν. Επίσης, το μεγαλύτερο μέρος της χώρας αποτελούνταν από αστικές περιοχές και εξαιτίας του μαζικού τουρισμού είχαν προκληθεί διάφορα προβλήματα όπως η ηχορύπανση και η μόλυνση των υδάτων τα οποία δημιουργούσαν αρνητική εντύπωση στους επισκέπτες. (Porras, 2000). Ο ισπανικός τομέας τουρισμού προκειμένου να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί, πραγματοποίησε υψηλές επενδύσεις για τη βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, για την κάλυψη της τουριστικής ζήτησης, για τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων που επέφερε ο μαζικός τουρισμός και τέλος για να διατηρήσει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα στην τουριστική αγορά. Στόχος της Ισπανίας ήταν να συνεχίσει να θεωρείται ένας από τους δημοφιλέστερους ταξιδιωτικούς προορισμούς, υιοθετώντας

`

εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες δημιουργούνται σύμφωνα με τις παγκόσμιες τάσεις στον τουριστικό τομέα, με απώτερο στόχο τη βιωσιμότητα, τη μείωση της εποχικότητας, την προσφορά διαφοροποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών και την αύξηση των εσόδων. Τέλος, δόθηκε έμφαση στην ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, του εκπαιδευτικού τουρισμού, του θρησκευτικού τουρισμού, του χειμερινού τουρισμού και του οικοτουρισμού. (Ministry of Economy, 2004), (Christou, 2012), (Wikipedia, 2024):

- ✓ Πολιτιστικός τουρισμός: Η Ισπανία είναι μια χώρα η οποία έχει δεχθεί επιρροές από διάφορους πολιτισμούς. Έχει στην κατοχή της μεγάλο αριθμό μνημείων και ιστορικών πόλεων, με αρκετές από αυτές να έχουν ανακηρυχθεί ως πόλεις παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.
- ✓ Εκπαιδευτικός τουρισμός: Η συγκεκριμένη χώρα θεωρείται δημοφιλής προορισμός για αρκετούς φοιτητές του εξωτερικού και διαθέτει αξιόλογα και φημισμένα πανεπιστήμια.
- ✓ Θρησκευτικός Τουρισμός: Η Ισπανία αποτελεί μια χώρα ιδιαίτερης σημασίας για τον καθολικισμό. Διαθέτει τα σημαντικότερα και τα πιο ιερά μέρη της καθολικής εκκλησίας όπως την πόλη Santiago de Compostela, στη Γαλικία και το μοναστήρι Santo Toribio de Liebana, στην Καμπανία που δέχονται πλήθος επισκεπτών και προσκυνητών από όλο τον κόσμο.
- ✓ Χειμερινός Τουρισμός: Η συγκεκριμένη χώρα είναι κατά κύριο λόγο ορεινή και διαθέτει αρκετές οροσειρές και δημοφιλή χιονοδρομικά κέντρα όπως το Baqueira-Beret και το σταθμό Sierra Nevada, που καθιστούν κατάλληλη την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής εναλλακτικού τουρισμού.
- ✓ Οικοτουρισμός: Η γεωγραφική θέση της χώρας, το κλίμα της και το πλήθος των οροσειρών και των ακτών της, έχουν συνθέσει ένα ποικιλόμορφο μέρος που ο κάθε επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει. Η Ισπανία επίσης έχει στην κατοχή της αρκετά εθνικά πάρκα και καταφύγια βιόσφαιρας.

3.3 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Σλοβενία

Σύμφωνα με το Ministry of Economy (2001) τα βασικότερα πλεονεκτήματα της χώρας αναφορικά με την ανάπτυξη του τουρισμού είναι η ποικιλομορφία και η ελκυστικότητα του φυσικού της περιβάλλοντος, τα αναλλοίωτα φυσικά τοπία και η απαράμιλλη ομορφιά τους,

`

οι διάσπαρτες και μικρού μεγέθους τουριστικές εγκαταστάσεις και η ανάπτυξη του τουρισμού με βάση τις τάσεις της τουριστικής αγοράς. Η συγκεκριμένη χώρα όμως παρουσίασε και αρκετά μειονεκτήματα όπως, τα μη ελκυστικά και χαμηλής ποιότητας τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, τα ελάχιστα τουριστικά αξιοθέατα που διαθέτει, η αδυναμία ανάπτυξης υποδομών και η ανεπαρκής προσφορά στον χειμερινό τουρισμό. Με την αναγνώριση τόσο των δυνατών όσο και των αδύναμων στοιχείων για την ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα, η Σλοβενία διαμόρφωσε τη στρατηγική της κατά την οποία θα εκμεταλλευόταν τους τουριστικούς προορισμούς της με το να προσφέρει πιο ποιοτικές και οργανωμένες υπηρεσίες και εξειδικευμένα τουριστικά προϊόντα κατά το πλαίσιο φιλικών προς το περιβάλλον πολιτικών, οι οποίες απευθύνονται στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Συνεπώς, η συγκεκριμένη χώρα έστρεψε το ενδιαφέρον της στην ανάπτυξη των παρακάτω εναλλακτικών μορφών τουρισμού: (Tezcan, 2004)

- ✓ Ιαματικός τουρισμός: Στόχος της Σλοβενίας ήταν ο ιαματικός τουρισμός να καταταχτεί ως η πιο επιτυχημένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα. Για αυτό το λόγο εκσυγχρόνισε όλες τις ιαματικές λουτροπόλεις της και δημιούργησε και νέες με σκοπό να προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών για όλο το χρόνο.
- ✓ Επιχειρηματικός τουρισμός: Ο επιχειρηματικός τουρισμός καταλαμβάνει σημαντικό μερίδιο στην τουριστική προσφορά της Σλοβενίας. Η τουριστική βιομηχανία της χώρας θεωρεί αυτή τη μορφή τουρισμού συμπληρωματική σε όλες τις υπόλοιπες εφόσον δε βασίζεται στην εποχικότητα.
- ✓ Οικοτουρισμός: Η Σλοβενία διαθέτει πλούσια φυσικά περιουσιακά στοιχεία όπως λίμνες, σπήλαια, ποτάμια, φαράγγια, φυσικές προστατευόμενες περιοχές και φυσικά θεματικά πάρκα.
- ✓ Πολιτιστικός Τουρισμός: Ο τουριστικός τομέας της Σλοβενίας έχει επικεντρωθεί στον εκσυγχρονισμό και τη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, με σκοπό την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.
- ✓ Παράκτιος Τουρισμός: ταυτόχρονα με την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού θα ενισχυθεί και ο παράκτιος τουρισμός της χώρας.

Σκοπός της ανάπτυξης των συγκεκριμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού αποτέλεσε η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου και η προσέλκυση ομάδων-στόχων επισκεπτών που θα αφορούν ολόκληρο το έτος. Τέλος, ο τουριστικός τομέας της Σλοβενίας θεωρήθηκε ως η

`

κυριότερη οικονομική δραστηριότητα στη χώρα και αυτό οφείλεται στη σημασία που δόθηκε στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών καθώς και στη βιώσιμη ανάπτυξη. (Christou, 2012).

3.4 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Κροατία

Σύμφωνα με την Grzinic (2007) η Κροατία διαθέτει φυσικά αξιοθέατα, πολυάριθμα νησιά και πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, τα οποία αποτελούν τους βασικότερους παράγοντες για την πρόοδο του τουρισμού στη συγκεκριμένη χώρα. Ήδη από τη δεκαετία του 1960 η ανάπτυξη του τουρισμού στη χώρα στηρίχθηκε στον ήλιο και τη θάλασσα και κατ'επέκταση στον μαζικό τουρισμό, παρόλο που η χώρα είχε αρκετές δυνατότητες για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Η εποχιακή δραστηριότητα που αποτέλεσε το βασικότερο μειονέκτημα του τουρισμού της Κροατίας καθώς και η ανάγκη για διαφοροποιημένα και πιο ανταγωνιστικά προϊόντα και υπηρεσίες οδήγησαν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα. Εν κατακλείδι, με βάση τους πόρους που διαθέτει η Κροατία μπορεί να αναπτύξει της παρακάτω μορφές εναλλακτικού τουρισμού:

- ✓ Τον πολιτιστικό τουρισμό: Εξαιτίας της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς που διαθέτει η χώρα συμπεριλαμβανομένων των μουσείων, των αρχαιολογικών χώρων και του πλούσιου αγροτικού πολιτισμού της.
- ✓ Τον οικοτουρισμό: Λόγω των πολυάριθμων φυσικών πόρων και του πλούσιου φυσικού περιβάλλοντος της χώρας.
- ✓ Τον τουρισμό υγείας: Η χώρα διαθέτει ποιοτικό φυσικό περιβάλλον, ιαματικά νερά, θάλασσα, φιλικό κλίμα που με συνδυασμό με την υγιεινή διατροφή είναι κατάλληλα για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού.
- ✓ Το γαστρονομικό τουρισμό: Εξαιτίας της μεγάλης ποικιλομορφίας της κροατικής κουζίνας, που συνδυάζει τη Μεσογειακή και τη Σλαβική διατροφή όπως και το γεγονός ότι κάθε περιοχή της χώρας διαθέτει τις δικές της παραδοσιακές συνταγές.
- ✓ Το Ναυτικό τουρισμό: Η Κροατία έχει στην κατοχή της πάνω από 50 Μαρίνες και περισσότερες από 320 εταιρείες ναύλωσης καθώς και αυξημένη ζήτηση στη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού τα τελευταία χρόνια.

`

3.5 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Γαλλία

Σύμφωνα με τον World Tourism Organization (UNWTO) η Γαλλία αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Εξαιτίας του τεράστιου όγκου επισκεπτών που δέχεται η χώρα, έχουν παρουσιαστεί σοβαρά προβλήματα όπως η καταστροφή του φυσικού της περιβάλλοντος, αδυναμία στη σωστή διαχείριση του πλήθους, και προβλήματα προσβασιμότητας και ασφάλειας. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με την κυβέρνηση της Γαλλίας το 80% των εισερχόμενων τουριστών επισκέπτονται μόνο το 20% της χώρας, γεγονός που οδήγησε την υπουργό τουρισμού της χώρας Olivia Gregoire στην εφαρμογή μιας νέας στρατηγικής, κατά την οποία θα προωθούνται μέρη της Γαλλίας που είναι λιγότερο γνωστά και τουριστικά αλλά εξίσου πλούσια σε ομορφιά με σκοπό να κατανέμονται ομαλά στη χώρα οι επισκέπτες. Επιπλέον, με βάση τη συγκεκριμένη στρατηγική θα τεθούν περιορισμοί στον αριθμό των ατόμων που θα δέχονται οι δημοφιλείς τουριστικές περιοχές. (Song, 2023). Κλείνοντας στην προσπάθεια για την καταπολέμηση του μαζικού τουρισμού στη χώρα έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο οινοτουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και ο ιαματικός τουρισμός.

3.6 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Τουρκία

Σύμφωνα με τον (Salih Ikiz, 2021) η Τουρκία αποτελεί τουριστικό προορισμό για αρκετούς επισκέπτες σε ετήσια βάση, που οι περισσότεροι από αυτούς κατατάσσονται στους μαζικούς επισκέπτες. Ως εκ τούτου, η παρουσία του μαζικού τουρισμού δημιουργεί στη χώρα προβλήματα οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής φύσεως, τα οποία μπορούν να καταπολεμηθούν με τη στροφή των επισκεπτών της χώρας στη βιωσιμότητα του τουρισμού και κατ’ επέκταση στον εναλλακτικό τουρισμό. Επιπρόσθετα, η χώρα διαθέτει πολυάριθμους πόρους τους οποίους μπορεί να εκμεταλλευθεί για την ανάπτυξη αρκετών εναλλακτικών μορφών τουρισμού που θα προσφέρουν στον επισκέπτη πιο ποιοτικές και διαφοροποιημένες εμπειρίες. Οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που είναι δυνατόν να αναπτυχθούν στην Τουρκία είναι:

`

- ✓ Ο αγροτικός τουρισμός: Η Τουρκία είναι μια χώρα όπου στο μεγαλύτερο μέρος της επιτρέπει στην ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής εναλλακτικού τουρισμού. Το συγκεκριμένο γεγονός οφείλεται στη γεωγραφική της ποικιλομορφία και στο σύνολο των διαθέσιμων πόρων της που επιτρέπουν στην ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού. Επιπρόσθετα, στην παρουσία του αγροτικού τουρισμού συμβάλλει η δράση Worldwide Opportunities on Organic Farms Turkey (WWOOF)[15], το οποίο είναι ένα παγκόσμιο κίνημα που στόχος του είναι να φέρει σε επαφή τους επισκέπτες με τους τοπικούς αγρότες, ώστε να μεταλαμπαδευτούν γνώσεις και πρακτικές αναφορικά με τον αγροτικό τομέα και να δημιουργηθεί μια κοινότητα με σεβασμό προς το περιβάλλον. Με βάση το συγκεκριμένο σχέδιο αρκετά αγροκτήματα της Τουρκίας φιλοξενούν επισκέπτες που ενδιαφέρονται για αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού.
- ✓ Ο γαστρονομικός τουρισμός: Η Τουρκία είναι μια χώρα η οποία μπορεί να στηρίξει τον γαστρονομικό τουρισμό εξαιτίας της πλούσιας γαστρονομικής κουλτούρας της. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο που αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους γαστρονομικούς προορισμούς. Οι επισκέπτες γαστρονομικού ενδιαφέροντος επιλέγουν να επισκεφτούν διάσημες περιοχές της Τουρκίας οι οποίες φημίζονται για την τοπική τους κουζίνα όπως η Άδανα, η Αντιόχεια, η Σανλιούρφα και η Σμύρνη.
- ✓ Ο πολιτιστικός τουρισμός: Η συγκεκριμένη χώρα κατέχει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά γεγονός που οφείλεται στο πλήθος των πολιτισμών που έζησαν στην Τουρκία και άφησαν πίσω τους σημαντικά πολιτιστικά στοιχεία που προσελκύουν αρκετούς επισκέπτες.
- ✓ Ο τουρισμός υγείας[16]: Η Τουρκία φημίζεται για τις παραδοσιακές αλλά και τις σύγχρονες πρακτικές ιατρικής περίθαλψης καθώς επίσης και για τις ιατρικές υπηρεσίες που παρέχει, όπως τις χειρουργικές επεμβάσεις προηγμένης τεχνολογίας και τις εναλλακτικές θεραπευτικές μεθόδους. Τέλος, η γεωγραφική της θέση επιτρέπει ευκολία στην πρόσβαση τόσο για επισκέπτες από την Ασία όσο και από την Ευρώπη οι οποίοι αποζητούν ιατρικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

[15] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: Ζήστε και μάθετε σε φιλικές προς το περιβάλλον φάρμες - WWOOF Turkey
[16] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: Turkey | Medical Tourism

`

- ✓ Ο Αθλητικός τουρισμός: Η πραγματοποίηση παγκόσμιων κυπέλλων, αθλητικών οργανώσεων, αθλητικών φεστιβάλ κ.α. συνεισφέρει στην προσέλκυση αρκετών αθλητικών ομάδων, αθλητικών οργανισμών και φιλάθλων στην Τουρκία.
- ✓ Ο θρησκευτικός τουρισμός: Η επιρροή από αρκετούς πολιτισμούς στη συγκεκριμένη χώρα άφησε το στίγμα της μέσω διαφόρων ιερών τόπων που είχαν δημιουργηθεί από τους συγκεκριμένους πολιτισμούς εντός της Τουρκίας και αποτελούν πολιτιστικά στοιχεία θρησκευτικού χαρακτήρα όπου δέχονται αρκετούς επισκέπτες από όλο τον κόσμο.
- ✓ Ο τουρισμός σπηλαίων: Η Τουρκία διαθέτει στην κατοχή της 40.000 σπήλαια με αρκετά από αυτά να προσφέρουν αρκετά οφέλη στην υγεία βάσει ερευνών όπως για παράδειγμα το σπήλαιο Damlates[17] όπου βάση μελετών οι επισκέψεις σε αυτό το σπήλαιο μπορεί να συμβάλλουν στη θεραπεία του άσματος, εξαιτίας των ειδικών συνθηκών αέρα που διαθέτει.
- ✓ Ο χειμερινός τουρισμός: Στην Τουρκία υπάρχουν πολυάριθμες εγκαταστάσεις χειμερινού τουρισμού οι οποίες είναι γνωστές παγκοσμίως και αποτελούν βασικό παράγοντα για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα.

3.7 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ιταλία

Με την πάροδο των χρόνων οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ιταλίας προσπαθούν να γίνουν όλο και πιο ελκυστικές παρά το γεγονός ότι δρουν κατά κύριο λόγο με βάση τα έσοδα. Η στρατηγική που ακολουθούν ώστε να αυξήσουν την τουριστική κατανάλωση αποτελείται από τη συσχέτιση της ζήτησης με την ελκυστικότητα της χώρας, με αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων μορφών τουρισμού, ώστε η χώρα να είναι σε θέση να καλύψει τις ανάγκες της αγοράς. (Golinelli & C.M., 2004). Εκτός τούτου, τα κυριότερα στοιχεία που διαμορφώνουν την ανταγωνιστική προσφορά της είναι η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της, οι πολυάριθμοι και ταυτόχρονα ελκυστικοί φυσικοί και περιβαλλοντικοί της πόροι, οι υποδομές της, οι παραθαλάσσιες περιοχές της και το ευνοϊκό της κλίμα. Παρ όλα αυτά,

[17] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: σπήλαιο Damlata (theculturetrip.com)

`

αρκετές περιοχές της Ιταλίας αντιμετωπίζουν προβλήματα αναφορικά με την κοινωνική ασφάλεια, τη ρύπανση, την έλλειψη οργάνωσης και τις υποανάπτυκτες και τυποποιημένες προσφερόμενες υπηρεσίες, γεγονός που στρέφει αρκετούς επισκέπτες στις ανταγωνιστικές χώρες και ταυτόχρονα οδηγεί την Ιταλία στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. (Trunfio, et al., 2006). Μερικές από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού[18] που μπορούν να αναπτυχθούν στη χώρα είναι οι εξής:

- ✓ Πολιτιστικός τουρισμός: Εξαιτίας της τεράστιας και αξιόλογης ιστορικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς της χώρας.
- ✓ Παράκτιος τουρισμός: Η Ιταλία διαθέτει περίπου 7.458 χλμ. ακτογραμμής, αρκετά νησιά και πολλές από τις ακτές της να φημίζονται σε όλο τον κόσμο.
- ✓ Χειμερινός τουρισμός: Η Ιταλία διαθέτει αρκετές ορεινές περιοχές που καλύπτουν περίπου το 35% της χώρας. Οι πιο γνωστές από αυτές είναι οι Άλπεις και τα Απέννινα όρη που προσφέρουν στους επισκέπτες πλήθος εγκαταστάσεων για την πραγματοποίηση χειμερινών σπορ καθώς και για διαμονή.
- ✓ Θρησκευτικός τουρισμός: Η Ιταλία έχει στην κατοχή της πολυάριθμες θρησκευτικές τοποθεσίες με την πιο γνωστή από αυτές τη Ρώμη, η οποία είναι έδρα της καθολικής εκκλησίας. Στη χώρα υπάρχουν επίσης αρκετοί ακόμη θρησκευτικοί τόποι που σχετίζονται με τον χριστιανισμό και προσελκύουν αρκετούς επισκέπτες.
- ✓ Οικοτουρισμός: Λόγω της πλούσιας φυσικής ομορφιάς της χώρας καθώς και των πολυάριθμων προστατευόμενων περιοχών της όπως τα φυσικά πάρκα, τα καταφύγια άγριας ζωής κ.α.
- ✓ Επιχειρηματικός τουρισμός: Απευθύνεται σε επισκέπτες οι οποίοι καταφθάνουν στη χώρα με σκοπό τη συμμετοχή τους σε εκδηλώσεις που αφορούν την παραγωγή και το εμπόριο, όπως για παράδειγμα την εβδομάδα μόδας στο Μιλάνο, τη διεθνής έκθεση μοτοσυκλέτας στο Μιλάνο, το Motor Show στην Μπολόνια κ.α. Όπου προσελκύουν αξιόλογο αριθμό επισκεπτών.
- ✓ Γαστρονομικός τουρισμός: Η χώρα διαθέτει πλούσια κουζίνα που χαρακτηρίζεται από την υψηλή ποιότητα και τη μεγάλη ποικιλία τροφίμων, με πολλά από αυτά να εξάγονται και να υιοθετούνται σε αρκετές χώρες του εξωτερικού. Το γεγονός αυτό είναι υπεύθυνο για την υψηλή δημοτικότητα της ιταλικής κουζίνας.

[18] Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα: Τουρισμός στην Ιταλία

`

- ✓ Οινοτουρισμός: Η Ιταλία βρίσκεται στην κορυφή της παγκόσμιας κατάταξης όσον αφορά τους προορισμούς οινοτουρισμού σύμφωνα με την πλατφόρμα στατιστικών STATISTA (2021). Η συγκεκριμένη χώρα διαθέτει πολυάριθμα οινοποιεία, αμπελώνες, κελάρια καθώς και πλούσια κουλτούρα όσον αφορά τον οίνοτουρισμο. Οι πιο δημοφιλείς περιοχές της που φημίζονται για την ποιότητα κρασιών τους καθώς και για τους επισκέπτες που δέχονται είναι η Τοσκάνη, ή Πιεμόντε, η Βενετία, η Σικελία και η Καμπανία.
- ✓ Αθλητικός τουρισμός: Η Ιταλία προσελκύει λάτρεις διαφόρων αθλημάτων οι οποίοι την επισκέπτονται ώστε να παρευρεθούν στις διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στη συγκεκριμένη χώρα.

3.8 Ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Κύπρο

Η Κύπρος διαθέτει σημαντικά στοιχεία που επιτρέπουν την ανάπτυξη του τουρισμού όπως το ευνοϊκό της κλίμα, ή μεγάλη ακτογραμμή της και η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της. Η μορφή τουρισμού που επικρατούσε στη συγκεκριμένη χώρα ήταν μαζικός τουρισμός, ο οποίος στόχευε κατά κύριο λόγο στις αγορές της βόρειας Ευρώπης και βασιζόταν στο μοντέλο τουρισμού των 3Ss. (Ioannides, 1992). Παρόλα αυτά, η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού επέφερε σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στη χώρα όπως για παράδειγμα την εποχικότητα, την άνιση τουριστική ανάπτυξη (μόνο σε κάποιες παραθαλάσσιες περιοχές) Sharpley (2002) και τη χαμηλή ποιότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες Archontides (2007). Κατά συνέπεια, ο τουρισμός της Κύπρου παρουσίασε μεγάλη πτώση από έτος 2001 και συνέχισε μια σταθερά μειωμένη πορεία μέχρι το 2009, όπου η πτώση αυτή αυξήθηκε δραματικά και άλλος ένας λόγος που συνέβαλλε σε αυτό το γεγονός ήταν η οικονομική κρίση που αντιμετώπιζε η χώρα. Η δραματική πτώση των τουριστικών αφίξεων καθώς και των εσόδων του νησιού είχε ως συνέπεια ο συγκεκριμένος προορισμός να παρουσιάσει μειωμένη ανταγωνιστικότητα σε σχέση με άλλους τουριστικούς προορισμούς. (Boukas & Ziakas, 2012). Για αυτό το λόγο το υπουργείο τουρισμού της Κύπρου εξέτασε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στη χώρα με σκοπό να εξισορροπηθούν τα προβλήματα που είχε επιφέρει ο μαζικός τουρισμός. (Archontides, 2007). Μερικές από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύχθηκαν στην Κύπρο είναι ο

`

πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός γκολφ, ο αγροτικός τουρισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

- ✓ Πολιτιστικός τουρισμός: Η Κύπρος είναι μια χώρα με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η οποία είναι καταλυτικής σημασίας για την προώθηση της ταυτότητας της χώρας στους ξένους επισκέπτες. (Boukas & Stylianou-Lambert, 2013).
- ✓ Τουρισμός γκολφ: Η συγκεκριμένη χώρα εστίασε στη συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού διότι το γκολφ αποτελεί μια τουριστική δραστηριότητα που στοχεύει σε επισκέπτες υψηλού εισοδήματος και κατ' επέκταση επιφέρει μεγαλύτερα έσοδα στον προορισμό. (Boukas & Ziakas, 2013).
- ✓ Αγροτικός τουρισμός: Οι αγροτικές περιοχές της Κύπρου διαθέτουν φυσική ομορφιά, παρθένο περιβάλλον και πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (OECD) καλύπτουν το 86% της χώρας καθώς και το 22,4% του συνολικού πληθυσμού, γεγονός που καθιστά κατάλληλη την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού στη χώρα. (OECD, 1994), (OECD, 2007), (Giannakis, 2018).
- ✓ Θρησκευτικός τουρισμός: Η Κύπρος χαρακτηρίζεται ως το 'νησί των Αγίων' και αποτελεί έναν δημοφιλή προορισμό για τους επισκέπτες θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Διαθέτει πληθώρα μνημείων χριστιανικής λατρείας, βυζαντινές εκκλησίες, παρεκκλήσια και μοναστήρια, όπως αυτά που βρίσκονται στην περιοχή «Τρόοδο» τα οποία είναι προστατευόμενα από την Εκπαιδευτική Επιστημονική και Πολιτιστική οργάνωση των Ηνωμένων Εθνών (UNESCO) ως παγκόσμια κληρονομιά. Τέλος, σε αρκετές περιοχές του νησιού υπάρχουν κτίρια και χώροι από διαφορετικές θρησκείες όπου οι τουρίστες μπορούν επίσης να επισκεφτούν. (Rothosthenous, 2013).

3.9 Επίλογος

Συμπερασματικά, ο μαζικός τουρισμός επιφέρει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό, πολιτιστικό και κοινωνικό περιβάλλον των Μεσογειακών χωρών, ενώ παράλληλα προκαλεί έντονες συγκεντρώσεις δραστηριοτήτων σε ορισμένες χρονικές περιόδους καθώς και σε συγκεκριμένες περιοχές. Προκειμένου λοιπόν οι μεσογειακές χώρες να μετριάσουν

`

και να καταπολεμήσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που έχει δημιουργήσει ο μαζικός τουρισμός, καθώς και να συμβαδίσουν με τη στροφή της τουριστικής αγοράς για υπεύθυνη διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας, θα πρέπει να στραφούν στον εναλλακτικό τουρισμό. Τέλος, εάν επιτευχθεί το συγκεκριμένο γεγονός θα συμβάλει στην τήρηση των στόχων της ατζέντας[19] 2030 του ΟΗΕ για βιώσιμη ανάπτυξη. (Apostolopoulos & Sönmez, 2000), (Interreg-Organization, 2019). Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα αναφερθούμε στις ξενοδοχειακές μονάδες καθώς και στην ανάπτυξή τους στις χώρες της Μεσογείου.

[19] Ατζέντα 2030 - Περιφερειακό Κέντρο Πληροφόρησης του ΟΗΕ - Greece (unric.org)

`

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ

4.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) οι ξενοδοχειακές μονάδες θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές για τον τουρισμό. Άλλωστε, μπορούν να θεωρηθούν ως τη βάση της βιομηχανίας του τουρισμού, για το λόγο του ότι ο ρόλος τους είναι θεμελιώδες στην τουριστική προσφορά. Αποτελούν τις τοποθεσίες όπου οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να διανυκτερεύσουν, να χαλαρώσουν και να ξεκουραστούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. (Poudel, 2013). Εκτός αυτού, οι τουρίστες μπορούν επίσης να απολαύσουν και άλλες υπηρεσίες και δραστηριότητες εντός των ξενοδοχειακών μονάδων όπως δραστηριότητες αναψυχής ευεξίας και γαστρονομίας. Επιπρόσθετα, οι ξενοδοχειακές μονάδες δημιουργούν κίνητρα για επενδύσεις, για απασχόληση και για καινοτομία στον τουρισμό. (Dimitrić, et al., 2019). Παρ όλα αυτά, η μη σωστή διαχείριση τους μπορεί να επιφέρει σημαντικά προβλήματα στο περιβάλλον, την κοινωνία και κατ' επέκταση στην ανταγωνιστικότητα της χώρας ως τουριστικό προορισμό. Απαιτείται λοιπόν υπεύθυνη διαχείριση και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Στο παρόν κεφάλαιο θα αναφερθούμε στις ξενοδοχειακές μονάδες και στην κατηγοριοποίηση τους και θα αναλύσουμε πως αναπτύχθηκαν με το πέρασμα των ετών στις Μεσογειακές χώρες, καθώς και το πως επηρεάστηκε η ανάπτυξη και τα έσοδά τους από την πανδημία του COVID-19.

4.2 Ορισμός και κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων

Οι ξενοδοχειακές μονάδες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση τις υπηρεσίες που παρέχουν, την τοποθεσία που βρίσκονται και ανάλογα με τις ομάδες στόχους που απευθύνονται. Σύμφωνα με τους Φιοράκη, et al. (2021) ξενοδοχειακές μονάδες θεωρούνται όλες επιχειρήσεις υπό τη μορφή τουριστικού καταλύματος και χωρίζονται σε:

I. **<u>Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:</u>**
   1) <u>Ξενοδοχεία:</u> Αποτελούνται από ένα κτίριο και είναι χτισμένα συνήθως στις πόλεις ή στην ύπαιθρο. Παρέχουν στον επισκέπτη υπηρεσίες διαμονής φαγητού και αναψυχής και διακρίνονται με βάση τις 5 κατηγορίες αστέρων.

`

2) Ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων: Διαμερίσματα που αποτελούνται από 2 ή περισσότερα δωμάτια με πλήρη εξοπλισμό και κουζίνα.
3) Ξενοδοχεία μικτού τύπου: Οι επιχειρήσεις αυτές διαθέτουν από 300 κλίνες και άνω, και ο πελάτης έχει την ευχέρεια να επιλέξει το δωμάτιο ή το διαμέρισμα που θα διαμείνει. Είναι ένας συνδυασμός των 2 παραπάνω κατηγοριών όπου προαναφέρθηκαν.
4) Μοτέλ (Motel): Ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις οι οποίες είναι κτισμένες σε κατοικημένες περιοχές καθώς και σε εθνικές οδούς. Στόχος τους είναι η εξυπηρέτηση πελατών που διαθέτουν οχήματα και για αυτό το λόγο διαθέτουν χώρους για στάθμευση, εφοδιασμό και για την επισκευή των οχημάτων.
5) Ορεινά ξενοδοχεία/χιονοδρομικά κέντρα: Βρίσκονται σε ορεινές περιοχές που διαθέτουν χιόνι και είναι ειδικά εξοπλισμένα για ακραίες καιρικές συνθήκες. Διαθέτουν επίσης χώρους για χειμερινά αθλήματα και για αναψυχή.
6) Ξενώνες: Εγκαταστάσεις όπου αρχικά δεν προοριζόταν για φιλοξενία αλλά τελικά εξυπηρετούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία και διαθέτουν δωμάτια.
7) Bungalows: Συγκροτήματα από ανεξάρτητα διαμερίσματα τα οποία έχουν στην κατοχή τους κεντρικό κτίριο για την προσφορά των υπηρεσιών καθώς και διάφορους κοινόχρηστους χώρους.

II. Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

1) Ενοικιαζόμενα δωμάτια: Δωμάτια τα οποία αποτελούν συνήθως μέρος της οικίας του ιδιοκτήτη, χαμηλού κόστους και με περιορισμένες προσφερόμενες υπηρεσίες.
2) Πανσιόν: Καταλύματα που προσφέρουν μόνο την υπηρεσία διαμονής με μερικά από αυτά να διαθέτουν και πρωινό.
3) Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping): Οργανωμένες τοποθεσίες όπου οι επισκέπτες μπορούν να διαμείνουν σε δικά τους τροχόσπιτα ή σκηνές.
4) Μετακινούμενα ξενοδοχεία: Κρουαζιερόπλοια, σιδηροδρομικές κλινάμαξες ή αεροσκάφη και λεωφορεία όταν πραγματοποιούνται μεγάλες αποστάσεις και μπορούν να παρέχουν ορισμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες.

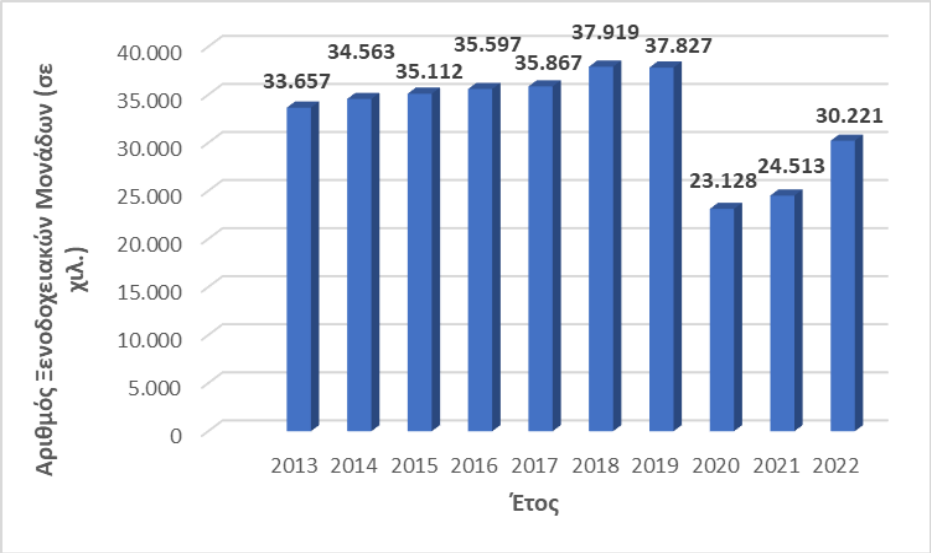
`

4.3 Αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων και το σύνολο των εσόδων τους

Στα παρακάτω διαγράμματα θα παρουσιαστούν ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων καθώς και τα έσοδα τους για την εκάστοτε μεσογειακή χώρα, από το έτος 2013 έως το έτος 2022. Τα συγκεκριμένα διαγράμματα δημιουργήθηκαν στο πρόγραμμα Microsoft Excel και τα δεδομένα αντλήθηκαν από τις πλατφόρμες Statista, Eurostat και UNWTO μέσα από διάφορες στατιστικές μελέτες. Επιπρόσθετα, τα δεδομένα αφορούν το σύνολο των ξενοδοχείων, των καταλυμάτων σύντομης διαμονής (ενοικιαζόμενων δωματίων) και των τουριστικών κατασκηνώσεων της κάθε χώρας. Οι Μεσογειακές χώρες που μελετήθηκαν είναι η Ελλάδα, η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Μάλτα, η Σλοβενία, η Κροατία και η Κύπρος. Τα έσοδα των ξενοδοχειακών μονάδων παρουσιάζονται σε δολάρια (ΗΠΑ).

- **Ελλάδα**

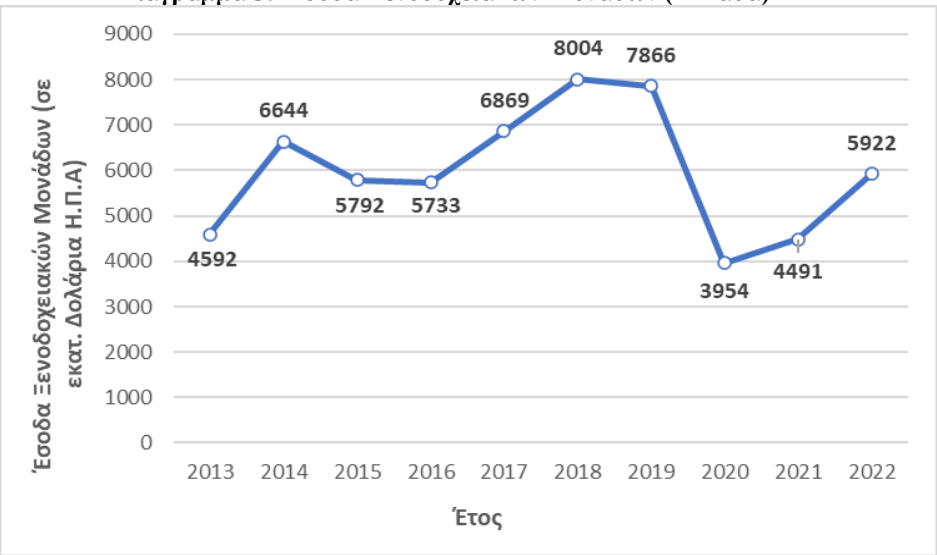
Διάγραμμα 2: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ελλάδα)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 3: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ελλάδα)

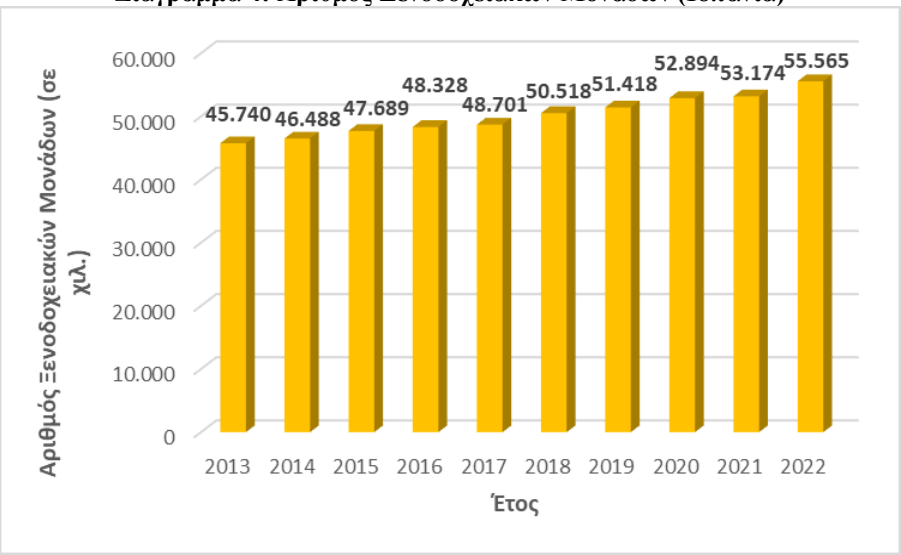


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Η Ελλάδα από το έτος 2013 έως και το έτος 2018 παρουσίασε αύξηση στον αριθμό των ξενοδοχειακών μονάδων της. Το 2018 ήταν η χρονιά με τα μεγαλύτερα νούμερά τόσο για τον αριθμό των τουριστικών καταλύματων της χώρας όσο και για τα έσοδα τους. Το 2020 και 2021 οι αριθμοί αυτοί μειώθηκαν δραματικά λόγω της πανδημίας του COVID-19 και το 2022 ο συγκεκριμένος κλάδος ανέκαμψε ξανά. Τα έσοδα από τις ξενοδοχειακές μονάδες προβλέπεται να ανέλθουν τα 7.221,47 εκατομμύρια (δολάρια ΗΠΑ) μέχρι το 2025.

- **Ισπανία**

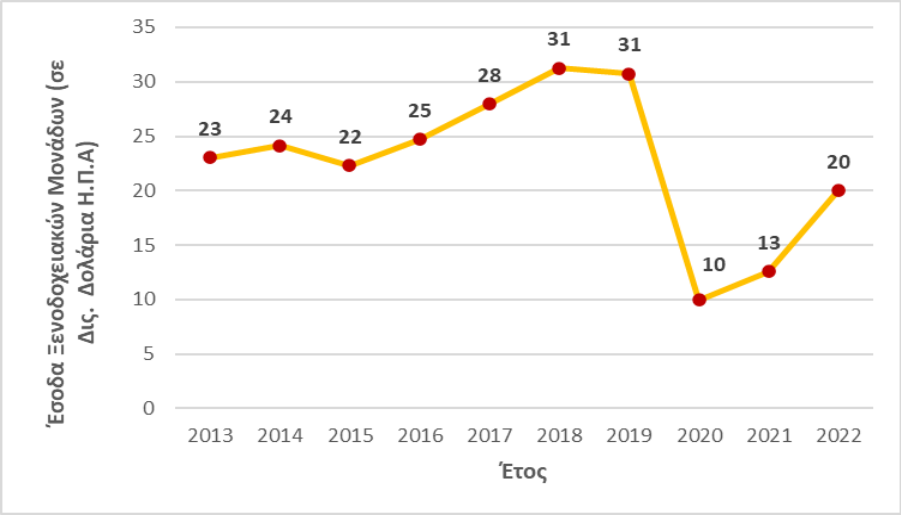
Διάγραμμα 4: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ισπανία)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 5: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ισπανία)

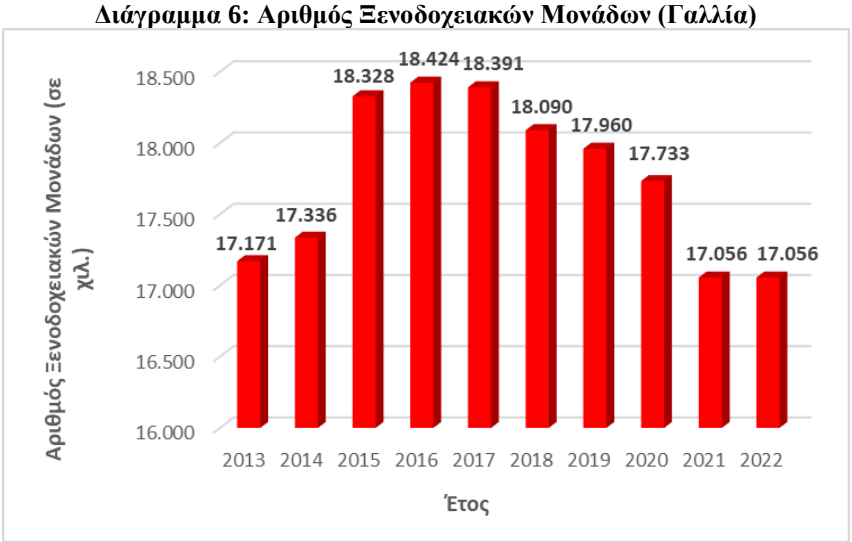


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Ο αριθμός των τουριστικών μονάδων της Ισπανίας αυξήθηκε κατά 2.391 μονάδες δηλαδή (+4,5%) το έτος 2021 συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Παρατηρείται επίσης ότι ο αριθμός των τουριστικών μονάδων αυξάνεται συνεχώς με το πέρασμα των χρόνων και η πανδημία του COVID-19 δεν επηρέασε την αύξηση αυτή στη συγκεκριμένη χώρα. Παρόλα αυτά, μειώθηκαν τα έσοδα που επέφερε ο συγκεκριμένος κλάδος το 2020. Από το έτος 2022 και μετά τα έσοδα των ξενοδοχειακών μονάδων παρουσίασαν αύξηση και προβλέπεται ότι το 2025 θα φτάσουν τα 28,19 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

- **Γαλλία**

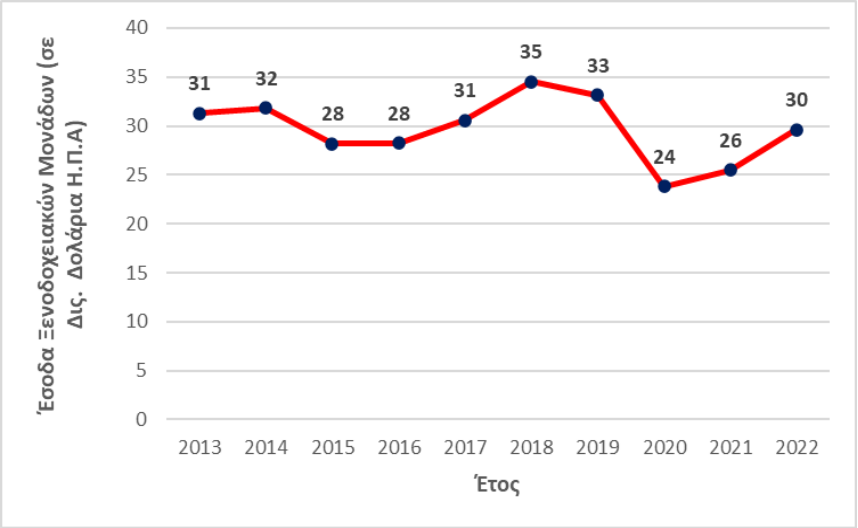
Διάγραμμα 6: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Γαλλία)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 7: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Γαλλία)

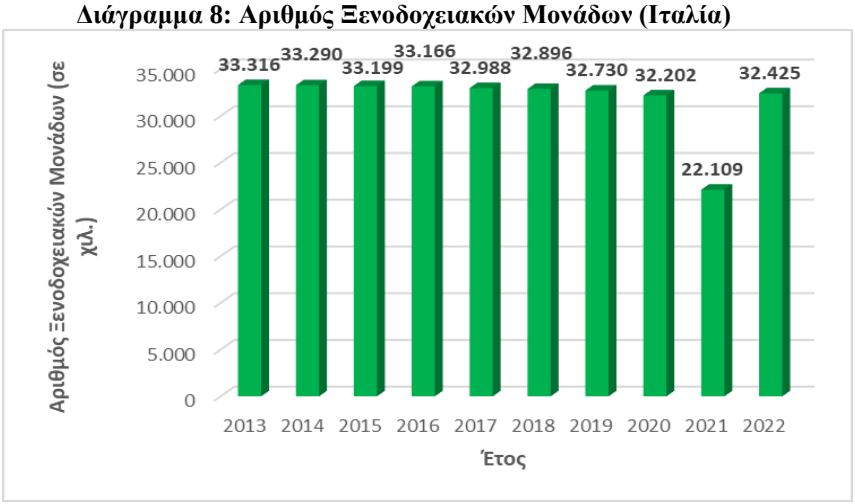


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Το σύνολο των εσόδων από τις ξενοδοχειακές μονάδες της Γαλλίας αυξήθηκε το έτος 2022 συγκριτικά με τα 2 προηγούμενα έτη, όπου είχε σημειωθεί πτώση εξαιτίας της πανδημίας του COVID-19. Παρόλα αυτά, παρέμεινε κάτω από τα προ της πανδημίας επίπεδα. Η χρονιά με τα περισσότερα έσοδα σε μειώθηκε το 2018 με συνολικά 35 δισ. δολάρια, ενώ η χρονιά με τα λιγότερα έσοδα ήταν το 2020 όπου μειώθηκαν στα 24 δισ. Επιπλέον, το 2019 παρατηρήθηκε πτώση στον αριθμό των ξενοδοχειακών μονάδων σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Το 2025 τα έσοδα του κλάδου προβλέπεται να φτάσουν περίπου στα 38 δισ. δολάρια ΗΠΑ.

- **Ιταλία**

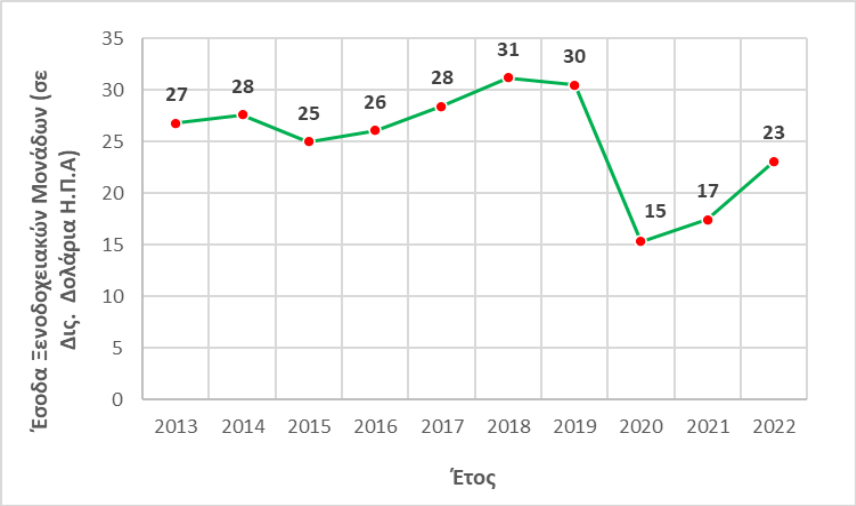
Διάγραμμα 8: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ιταλία)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 9: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Ιταλία)

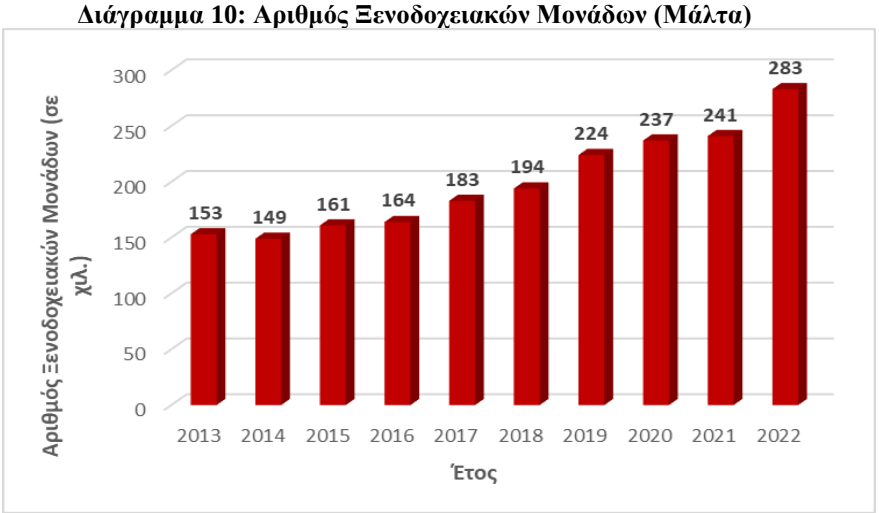


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Η Ιταλία από το έτος 2013 και μετά παρουσίασε πτώση στον αριθμό των ξενοδοχειακών της μονάδων, όπου από 33.316 όπου αριθμούνταν το 2013, έφτασαν στις 22.109 το έτος 2021 και σε αυτήν την πτώση συνέβαλε και η πανδημία COVID-19. Το 2022 παρατηρήθηκε άνοδος στον αριθμό αυτό φτάνοντας τις 32.425 ξενοδοχειακές μονάδες. Η χρονιά με τα περισσότερα έσοδα ήταν το 2018 με σύνολο εσόδων 31 δισ. δολάρια ενώ τα λιγότερα έσοδα εισπράχθηκαν το έτος 2020 συνολικά 15 δισ. δολάρια, εξαιτίας της πανδημίας. Το 2025 τα έσοδα του κλάδου προβλέπεται να φτάσουν τα 25,56 δισ. δολάρια ΗΠΑ δηλαδή 5,44 δισ. λιγότερα από το έτος 2018.

- **Μάλτα**

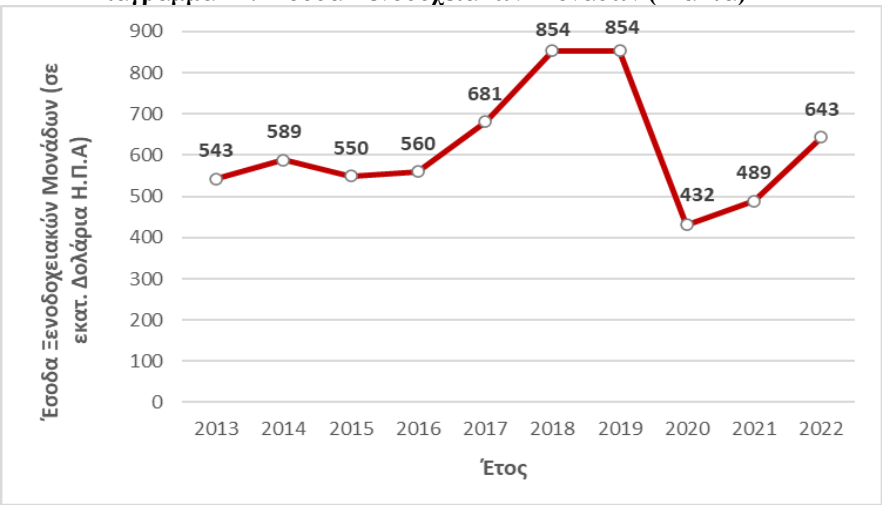
Διάγραμμα 10: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Μάλτα)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 11: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Μάλτα)

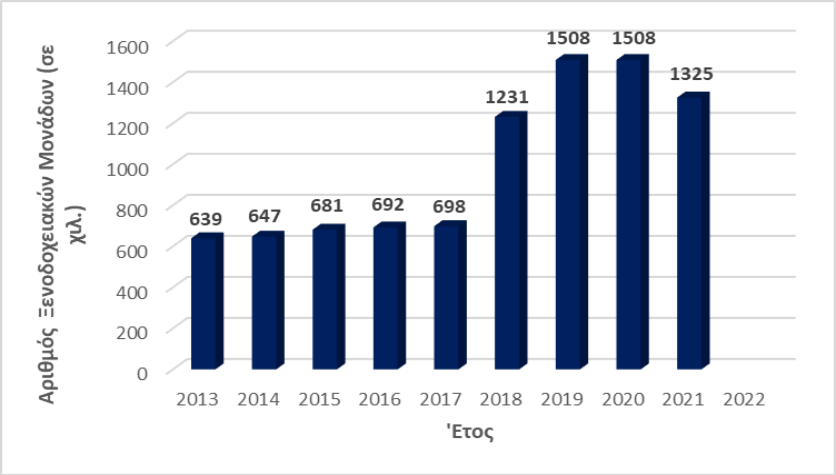


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Το 2022 αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων της Μάλτας αυξήθηκε κατά 17,4% συγκριτικά με το 2021 και ήταν χρονιά με τον μεγαλύτερο αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων που είχε σημειωθεί. Στη συγκεκριμένη χώρα δε μειώθηκε ο αριθμός των τουριστικών καταλυμάτων εξαιτίας της πανδημίας αντί αυτού αυξήθηκαν με τον πέρασμα των χρόνων από το 2015 και έπειτα. Δε συνέβη όμως το ίδιο και με τα έσοδα του κλάδου, όπου το 2020 σημειώθηκε ως χρονιά με τα λιγότερα έσοδα λόγο της πανδημίας. Το 2025 τα έσοδα από τις ξενοδοχειακές μονάδες της Μάλτας προβλέπεται να φτάσουν περίπου τα 903,45 εκατ. δολάρια ΗΠΑ.

- **Σλοβενία**

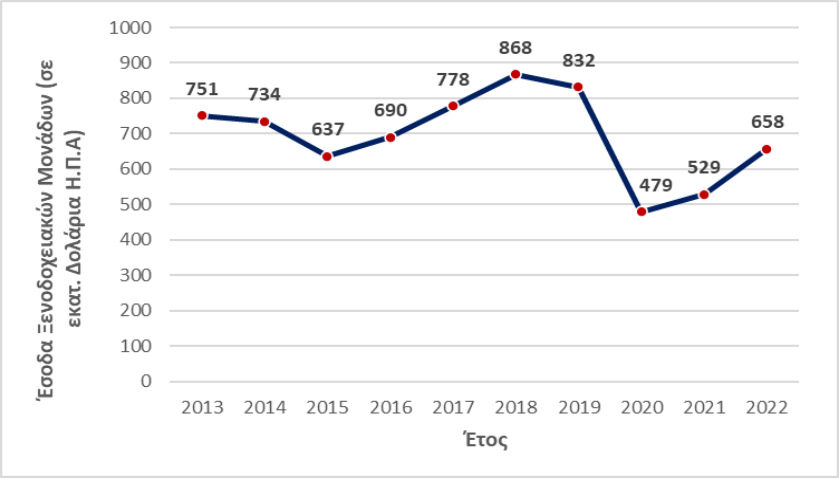
Διάγραμμα 12: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Σλοβενία)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 13: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Σλοβενία)

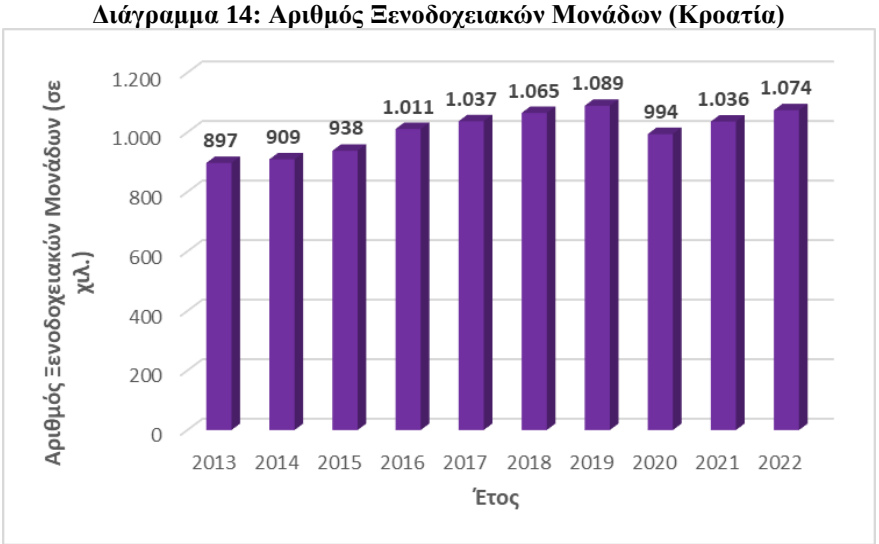


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Το 2019 και το 2020 ήταν χρονιές με το μεγαλύτερο αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων για τη Σλοβενία παρά την ύπαρξη της πανδημίας του Covid-19, ενώ το 2021 ο αριθμός αυτός παρουσίασε πτώση. Παρά το γεγονός ότι η πανδημία δεν επηρέασε τον αριθμό των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας, συνέβαλε στη μείωση των εσόδων τους για το έτος 2020 μειώνοντας τα στα 479 εκατ. δολάρια από τα 832 εκατ. όπου απαριθμούνταν το 2019. Προβλέπεται ότι το 2025 τα έσοδα του κλάδου θα φτάσουν περίπου τα 732,10 εκατ. δολάρια ΗΠΑ.

- **Κροατία**

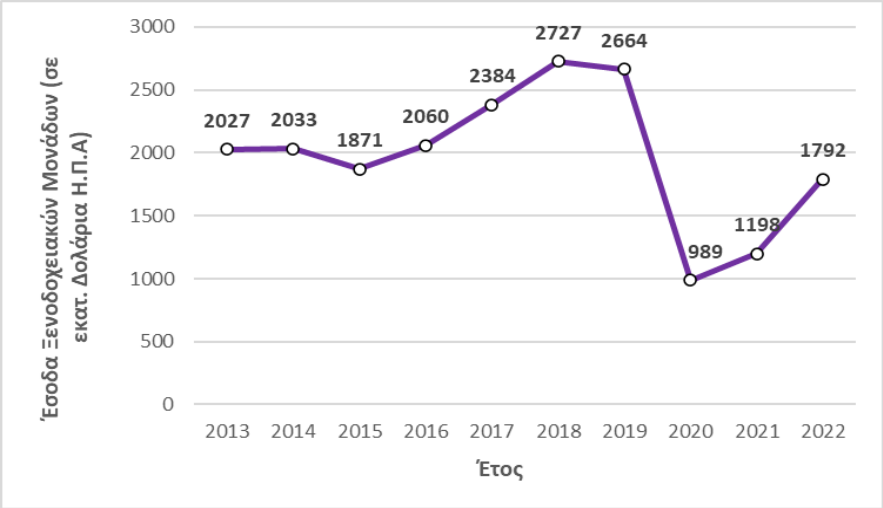
Διάγραμμα 14: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κροατία)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 15: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κροατία)

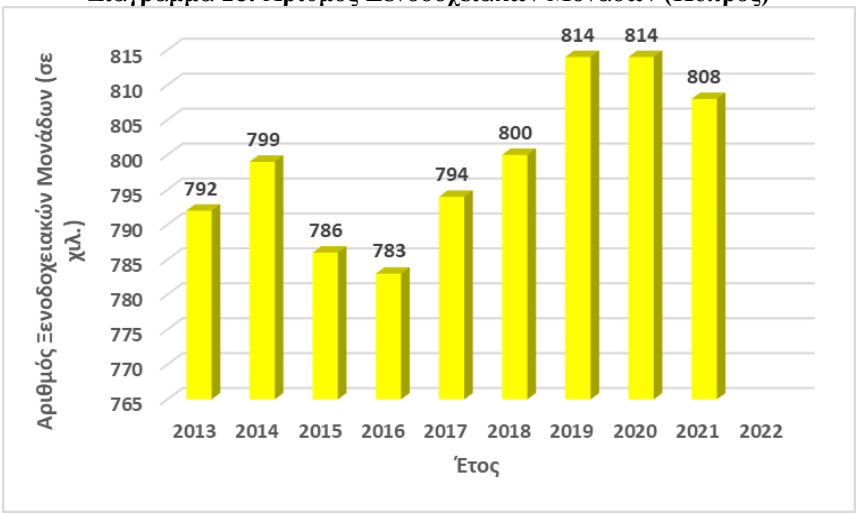


Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Το 2019 ήταν η χρονιά με τον μεγαλύτερο αριθμό τουριστικών μονάδων για την Κροατία όπου απαριθμούνταν στις 1.089. Το 2020 ο αριθμός αυτός μειώθηκε στις 994 ξενοδοχειακές μονάδες λόγω της πανδημίας του COVID-19. Το 2022 έφτασαν τις 1.074, δηλαδή αυξήθηκαν περίπου 4% συγκριτικά με το 2021. Η χρονιά με τα περισσότερα έσοδα για τον κλάδο ήταν το 2018 ενώ αυτή με τα λιγότερα σημειώθηκε το 2020. Το 2025 προβλέπεται ότι τα έσοδα από τις ξενοδοχειακές μονάδες της Κροατίας θα ανέλθουν περίπου στα 2.410,75 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

- **Κύπρος**

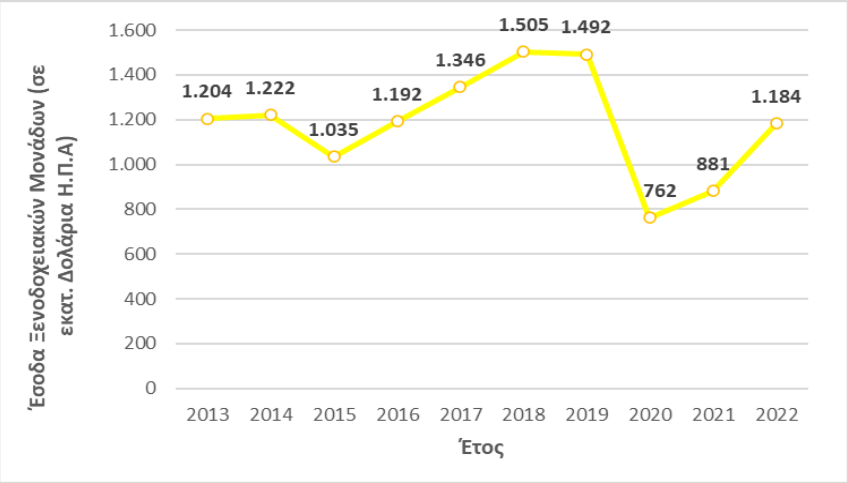
Διάγραμμα 16: Αριθμός Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κύπρος)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

`

Διάγραμμα 17: Έσοδα Ξενοδοχειακών Μονάδων (Κύπρος)



Πηγή: Statista, Eurostat, UNWTO

Οι χρονιές σύμφωνα με τις οποίες καταγράφηκαν οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες στην Κύπρο ήταν το 2019 και το 2020 και απαριθμούνταν στις 814. Από την άλλη πλευρά παρά την αύξηση των ξενοδοχειακών μονάδων, το 2020 σημειώθηκε ως χρονιά με τα λιγότερα έσοδα για το συγκεκριμένο κλάδο λόγω της πανδημίας COVID-19. Το έτος με τα περισσότερα έσοδα από τα τουριστικά καταλύματα ήταν το 2018 με σύνολο 1.505 εκατ. δολάρια ένα το 2025 προβλέπεται ότι τα συγκεκριμένα έσοδα θα φτάσουν τα 1.771,24 εκατ. δολάρια ΗΠΑ.

4.4 Επίλογος

Συμπερασματικά, το έτος 2018 ήταν χρονιά με τα περισσότερα έσοδα από τις ξενοδοχειακές μονάδες των Μεσογειακών χωρών. Η παρουσία όμως της πανδημίας του Covid-19 έφερε αντιμέτωπο τον ξενοδοχειακό κλάδο με μία πρωτόγνωρη κρίση που είχε ως αποτέλεσμα το κλείσιμο ή την υπολειτουργία αρκετών ξενοδοχειακών μονάδων και κατ' επέκταση τη μείωση των εσόδων του συγκεκριμένου κλάδου. Παρόλα αυτά αρκετές χώρες της Μεσογείου όπως η Ισπανία, η Μάλτα, η Σλοβενία και η Κύπρος παρά την εμφάνιση της πανδημίας κατάφεραν να αυξήσουν τον αριθμό των ξενοδοχειακών τους μονάδων χωρίς όμως να φέρει αποτέλεσμα αναφορικά με τη μείωση των εσόδων του κλάδου την περίοδο της πανδημίας. Με το πέρασμα των χρόνων ο ξενοδοχειακός κλάδος και τα έσοδα που επιφέρει ανακάμπτουν ξανά και τα επόμενα έτη προβλέπεται να ξεπεράσουν το ρεκόρ προηγούμενων ετών. Κλείνοντας, σύμφωνα με τους Pavlatos, et al. (2021), προκειμένου ο ξενοδοχειακός τομέας να ξεπεράσει το πλήγμα της πανδημίας θα πρέπει να δεχθεί βοήθεια από το κράτος,

`

να υιοθετήσει νέες τεχνικές μάρκετινγκ και να αποφευχθούν οι εκπτώσεις στις τιμές. Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στις αφίξεις των εισερχόμενων επισκεπτών καθώς και σε διάφορα μεγέθη εναλλακτικού τουρισμού που αφορούν τις χώρες της Μεσογείου.

`

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΓΕΘΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΜΕΣΟΓΕΙΟΥ

5.1 Εισαγωγή

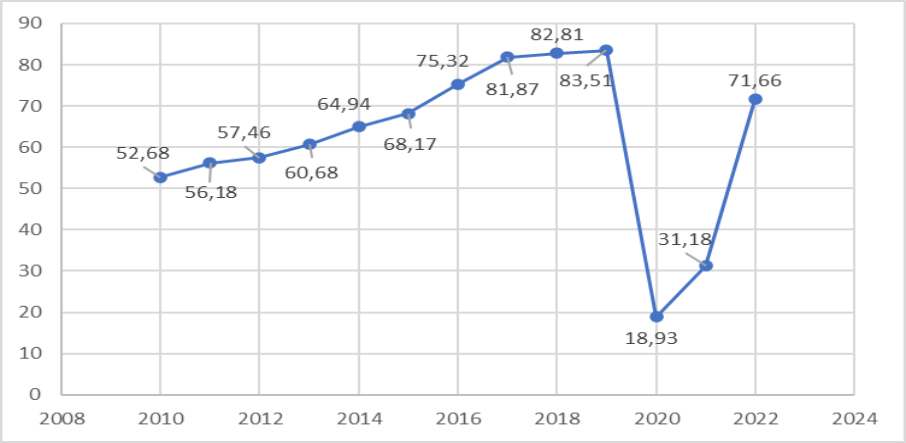
Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, στην πρώτη υποενότητα θα αναλυθούν στατιστικά δεδομένα που αφορούν τις χώρες της Μεσογείου και θα παρουσιαστούν τα σχετικά διαγράμματα, τα οποία αναφέρονται στις αφίξεις επισκεπτών από το 2010 έως το 2022 καθώς και στις ποσοστιαίες μεταβολές τους ανά έτος και για την κάθε χώρα ξεχωριστά. Τα δεδομένα προέρχονται από τη σελίδα «World Tourism Organization» (UNWTO), τα οποία χρησιμοποίησα ώστε να δημιουργήσω τα παρακάτω διαγράμματα μέσω του προγράμματος Microsoft Excel. Τα νούμερα των συγκεκριμένων διαγραμμάτων έχουν ως μονάδα μέτρησης το εκατομμύριο. Στην δεύτερη υποενότητα του κεφαλαίου θα παρουσιάσουμε τους κορυφαίους Μεσογειακούς προορισμούς για το έτος 2019 οι οποίοι αφορούν τις κατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού όπως ο Ναυτικός τουρισμός, ο Πολιτιστικός & Θρησκευτικός τουρισμός, ο Αστικός τουρισμός, ο Επιχειρηματικός τουρισμός καθώς και η κατηγορία ήλιος & θάλασσα, η οποία εντάσσεται στον μαζικό τουρισμό. Οι συγκεκριμένες μορφές τουρισμού επιλέχθηκαν διότι σύμφωνα με το εθνικό στρατηγικό σχέδιο τουρισμού της Ελλάδος αποτελούν τα κύρια τουριστικά προϊόντα του χαρτοφυλακίου της χώρας. Επιπρόσθετα, θα αναφερθούμε και στην διεθνή ζήτηση για την εκάστοτε μορφή τουρισμού και θα αναλύσουμε με βάση την κάθε κατηγορία τους κύριους Μεσογειακούς προορισμούς, οι οποίοι αποτελούν τους βασικότερους ανταγωνιστές της Ελλάδος. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν από τη μελέτη «Σχέδια δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα» του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) και μέσω του προγράμματος Microsoft Excel δημιούργησα τα σχετικά διαγράμματα.

`

5.2 Αφίξεις εισερχόμενων επισκεπτών στις χώρες της Μεσογείου

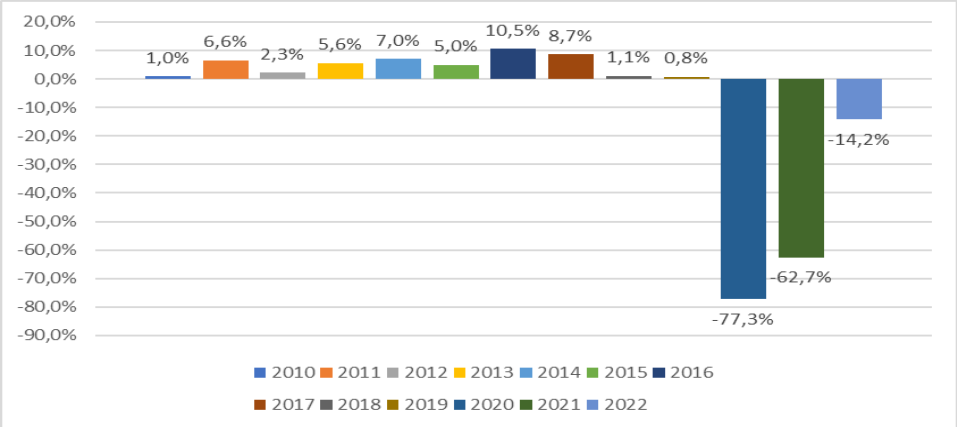
- **Ισπανία**

Διάγραμμα 18: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ισπανία)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 19: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ισπανία)



Πηγή: UNWTO

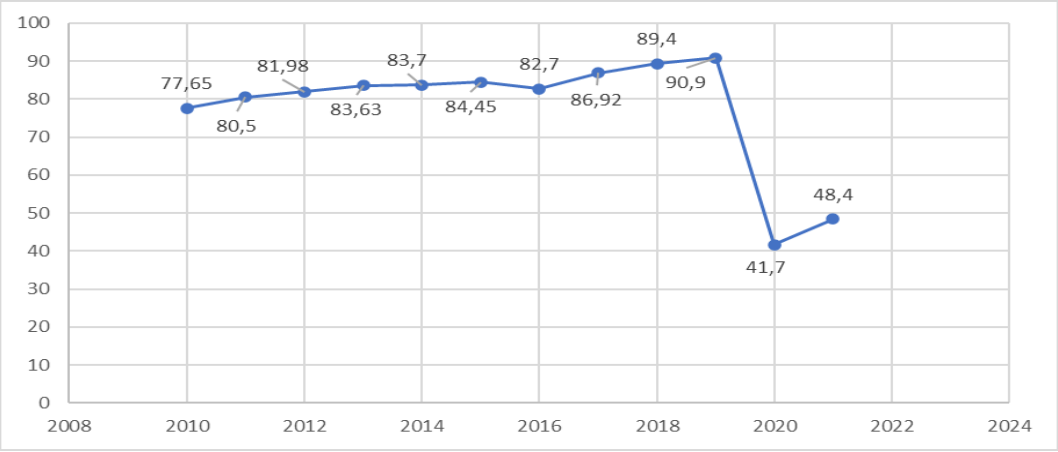
Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του (UNWTO) η Ισπανία παρουσίασε μια ανοδική αύξηση εισερχόμενων επισκεπτών από το **2010** έως και το **2019**, όπου το **2019** σημειώθηκε ως η χρονιά με τους περισσότερους επισκέπτες για την χώρα, φτάνοντας συνολικά στα **83,51** εκατ. Το **2020** παρατηρήθηκε μια σημαντική πτώση των αφίξεων, όπου μειώθηκαν **-77,3%** συγκριτικά με το 2019. Η συγκεκριμένη πτώση οφείλεται στην πανδημία του Covid-19. Το **2022** οι εισερχόμενοι επισκέπτες ανήλθαν στα **71,66** εκατ. καθώς υπήρξε ανάκαμψη του τουρισμού από την πανδημία. Στην προσπάθεια αυτής της ανάκαμψης ο Εθνικός Οργανισμός τουρισμού της Ισπανίας, δρομολόγησε μια καινούργια καμπάνια (travel safe) όπου έχει σαν

`

στόχο την πληροφόρηση των εν δυνάμει επισκεπτών αναφορικά με τις προϋποθέσεις για ένα ταξίδι με ασφάλεια. Τέλος, η συγκεκριμένη καμπάνια στοχεύει στην προσέλκυση επισκεπτών και στην επανάκτηση της εμπιστοσύνης τους προς τον τουριστικό τομέα.

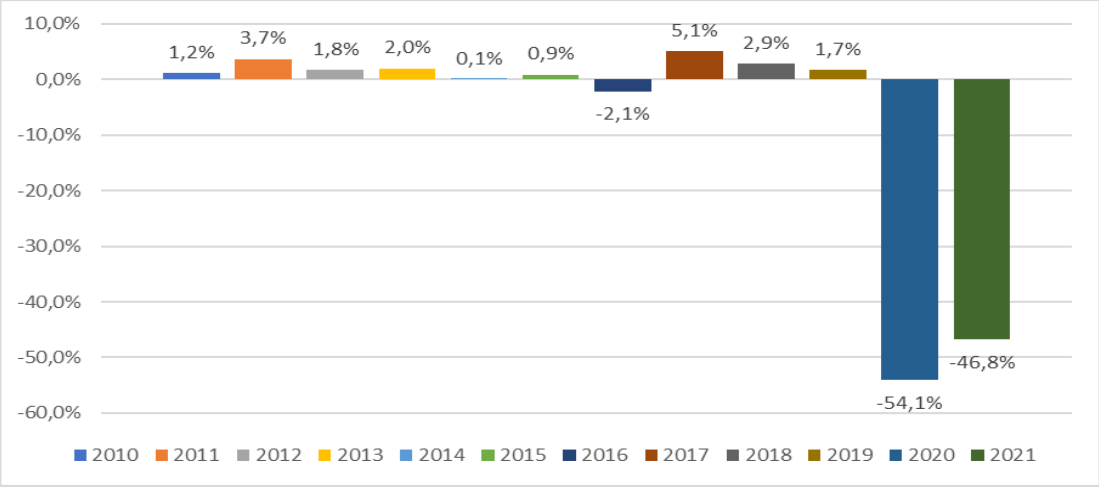
- **Γαλλία**

Διάγραμμα 20: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Γαλλία)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 21: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Γαλλία)



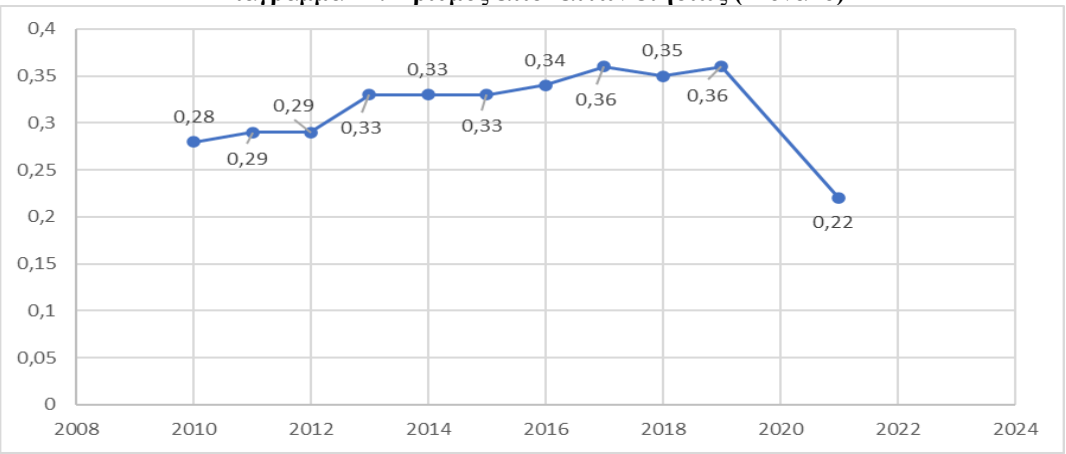
Πηγή: UNWTO

Η χώρα της Γαλλίας σημείωσε μια ανοδική πορεία αναφορικά με τον αριθμό των τουριστικών αφίξεων από το **2010** έως και το **2019**, εξαιρουμένου το **2016** όπου υπήρξε μια πτώση της τάξεως του **-2,1%**, λόγο των τρομοκρατικών επιθέσεων το διάστημα αυτό στη συγκεκριμένη χώρα. Η χρονιά ρεκόρ τουριστικής επισκεψιμότητας της Γαλλίας ήταν το **2019**, όπου οι επισκέπτες ανήλθαν στα **90,9** εκατ. Το **2020** οι τουριστικές αφίξεις της χώρας μειώθηκαν κατά **-54,1%** λόγω της πανδημίας του Covid-19, και το **2021** μειώθηκαν κατά **-46,8%**.

`

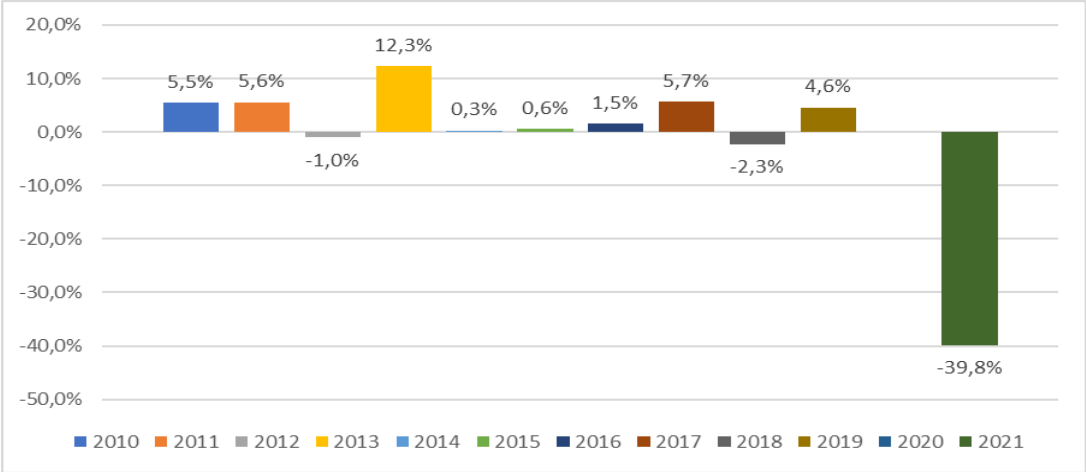
➢ Μονακό

Διάγραμμα 22: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μονακό)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 23: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μονακό)



Πηγή: UNWTO

Το Μονακό παρουσίασε αύξηση των εισερχόμενων ξένων επισκεπτών από το έτος **2010** έως το έτος **2019** εξαιρουμένου του **2012**, όπου υπήρξε ποσοστιαία μεταβολή **-1%** και του **2018** όπου η ποσοστιαία μεταβολή έφτασε το ποσοστό **-2,3%**. Η χρονιές με την υψηλότερη τουριστική επισκεψιμότητα ήταν το **2017** και το **2019** φτάνοντας τα 0,36 εκατ. επισκεπτών. Το **2021** λόγο της πανδημία του Covid-19 παρατηρήθηκε ποσοστιαία μείωση που έφτασε στο **-39,8%** και οι συνολικοί επισκέπτες μειώθηκαν στα **0,22** εκατ. τη συγκεκριμένη χρονιά.

`

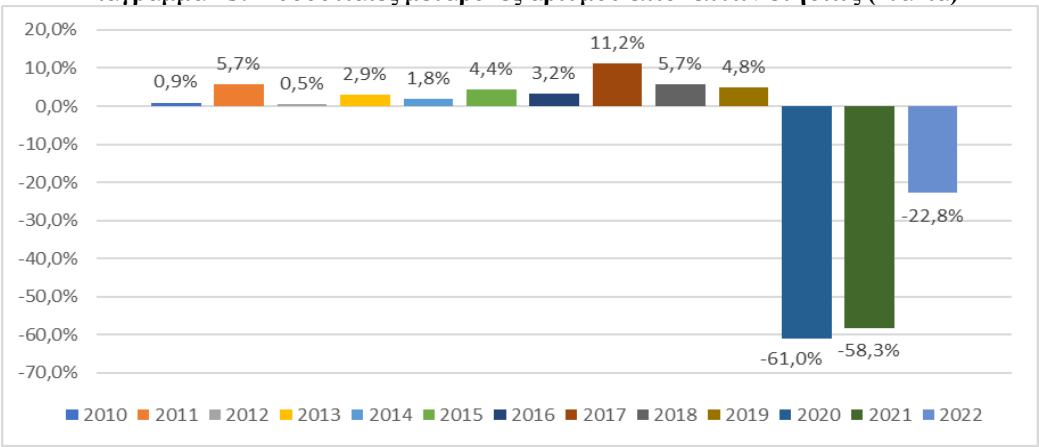
➢ Ιταλία

Διάγραμμα 24: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ιταλία)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 25: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ιταλία)



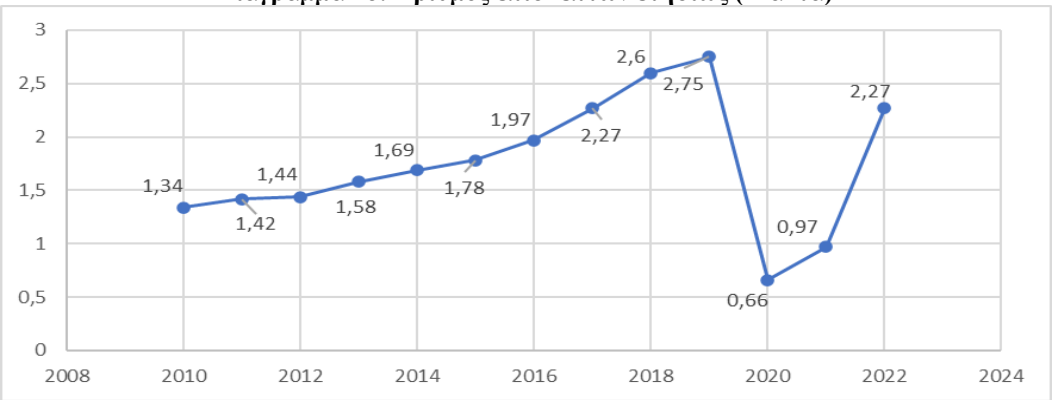
Πηγή: UNWTO

Η Ιταλία σημείωσε μια ανοδική πορεία τουριστικών αφίξεων από το **2010** έως το **2019**. Η χρονιά με τον μέγιστο αριθμό εισερχόμενων τουριστών υπήρξε το **2019**, όπου οι επισκέπτες έφτασαν τα **64,51** εκατ. Το **2020** η σημαντική πτώση επισκεπτών έφτασε το ποσοστό **-61%**, ενώ το **2021** το ποσοστό **-58,3%** λόγο της πανδημίας του Covid-19. Από την άλλη πλευρά το **2022** παρατηρήθηκε μια ανοδική αύξηση των εισερχόμενων επισκεπτών με ποσοστιαία μεταβολή **-22,8%** και με **49,81** εκατ. συνολικών αφίξεων στη χώρα.

`

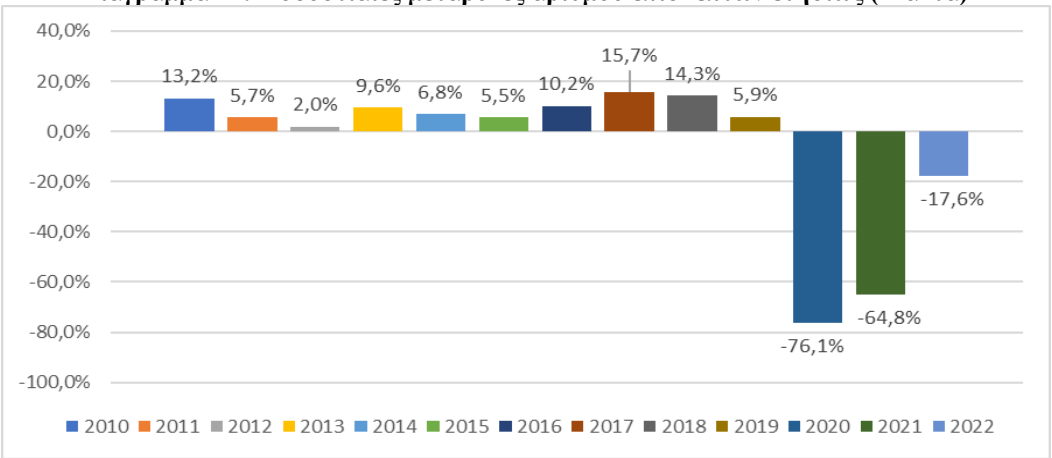
➢ **Μάλτα**

Διάγραμμα 26: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μάλτα)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 27: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μάλτα)



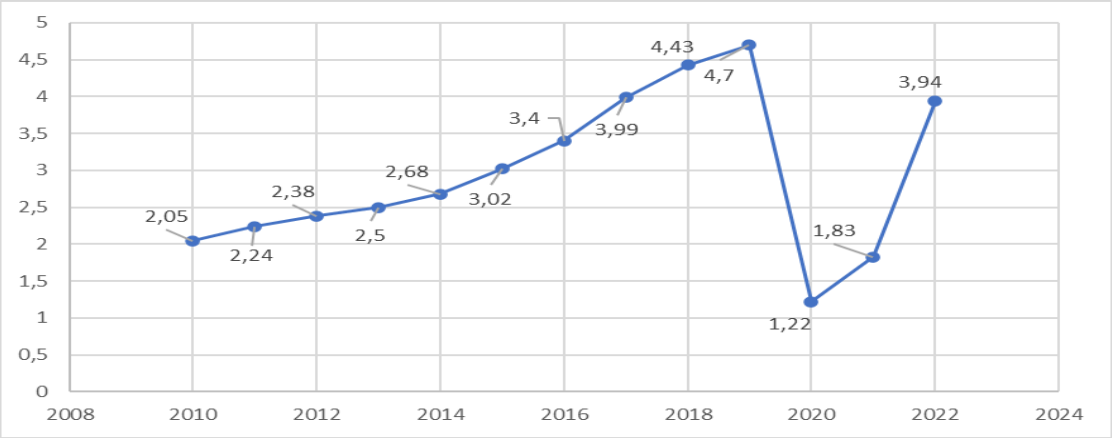
Πηγή: UNWTO

Η Μάλτα παρουσίασε αύξηση στον αριθμό των εισερχόμενων επισκεπτών της από το έτος **2010** έως το έτος **2019**, όπου ήταν και η χρονιά με τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών στη χώρα, δηλαδή συνολικά **2,75** εκατ. Το **2020** παρατηρήθηκε μία μείωση της τάξεως του **-76,1%,** ενώ το **2021** η μείωση έφτασε το ποσοστό των **-64,8%**, λόγο της πανδημίας του Covid-19. Το **2022** η ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος έφτασε στο **-17,6%** και οι επισκέπτες αυξήθηκαν συγκριτικά με τα δύο προηγούμενα έτη, φτάνοντας στα **2,27** εκατ., ένας αριθμός ο οποίος σχεδόν πλησιάζει τις αφίξεις του **2019**. Η Μάλτα σε μια προσπάθεια ανάκαμψης για τον τουρισμού, ακολουθεί ένα πλάνο που θα διαρκέσει δέκα έτη και έχει ως βάση του τρείς άξονες, την ανάκαμψη, την αναθεώρηση και τον επανασχεδιασμό.

`

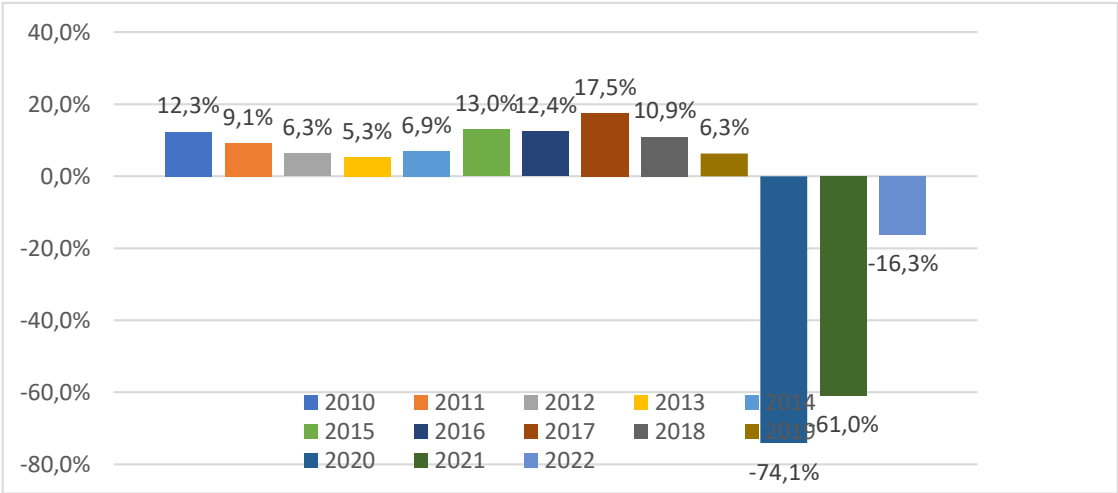
➢ **Σλοβενία**

Διάγραμμα 28:Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Σλοβενία)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 29: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Σλοβενία)



Πηγή: UNWTO

Η Σλοβενία ακολούθησε μια ανοδική πορεία αναφορικά με τον αριθμό των εισερχόμενων επισκεπτών από το **2010** έως το **2019**. Η χρονιά ρεκόρ για τη Σλοβενία υπήρξε το **2019** με **4,7** εκατ. επισκέπτες. Το **2020** όμως λόγο της πανδημίας του Covid-19 σημείωσε ποσοστιαία μεταβολή **-74,1%** σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Το **2021** η ποσοστιαία μεταβολή ισούταν με **-61%**, ενώ το **2022** με -1**6,3%,** και με σύνολο αφίξεων **3,94** εκατ. Προκειμένου η Σλοβενία να ανακάμψει ξανά στον τομέα του τουρισμού, θα εφαρμοστεί η ένδειξη του σήματος Green & Safe τόσο από τους φορείς τουριστικών υπηρεσιών όσο και από τους ταξιδιωτικούς προορισμούς. Αυτό συνεπάγεται με την τήρηση όλων των προδιαγραφών για την πραγματοποίηση ενός αξιόπιστου ταξιδιού. Κλείνοντας, η συγκεκριμένη χώρα έλαβε

`

κρατικές επιχορηγήσεις για την ανασυγκρότηση των εναέριων συνδέσεών της, του ύψους των 5 εκατ. Ευρώ.

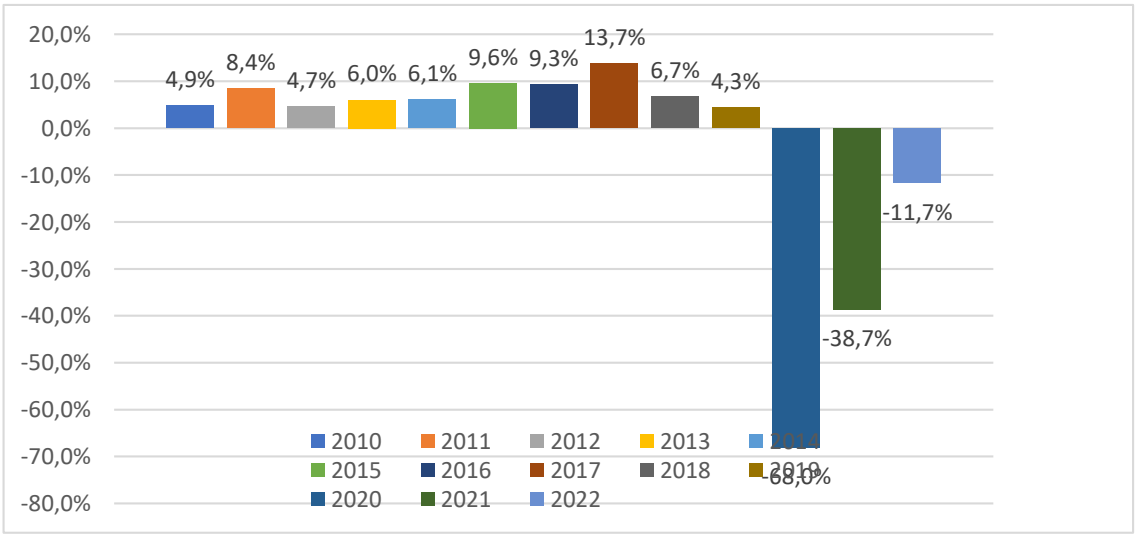
- **Κροατία**

Διάγραμμα 30: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Κροατία)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 31: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Κροατία)



Πηγή: UNWTO

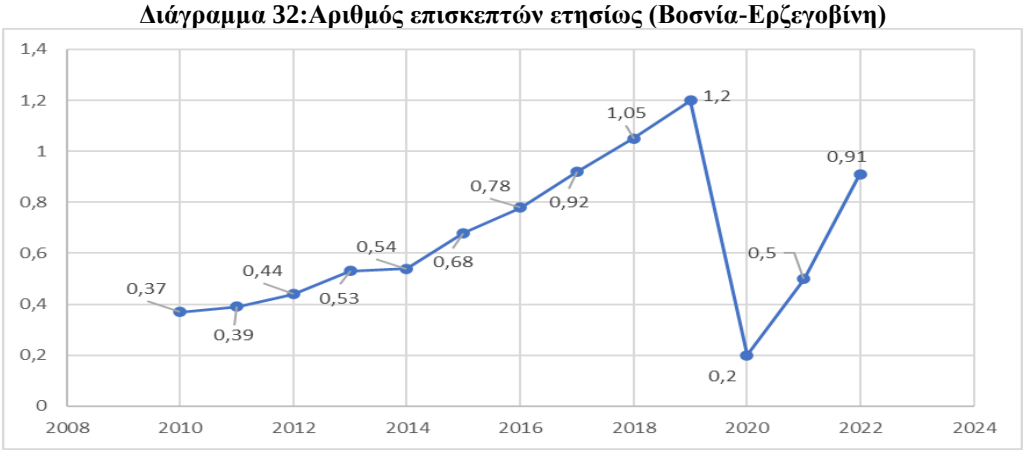
Οι αφίξεις επισκεπτών στην Κροατία αυξήθηκαν από το έτος **2010** έως το έτος **2019**, όπου σημειώθηκε ως η χρονιά με τις περισσότερες αφίξεις για την χώρα όπου έφτασαν συνολικά τα **17,35** εκατ. Το **2020** οι αφίξεις επισκεπτών μειώθηκαν στα **5,55** εκατ., δηλαδή με ποσοστιαία μεταβολή **-68%,** ενώ το **2021** ανήλθαν στα **10,64** εκατ. με ποσοστιαία μεταβολή

`

-38,7%, λόγο της πανδημίας του Covid-19. Το **2022** οι επισκέπτες έφτασαν τα **15,32** εκατ. και με ποσοστιαία μεταβολή **-11,7%.** Η κυβέρνηση της Κροατίας συνέταξε συγκεκριμένες οδηγίες προκειμένου να τις εφαρμόσουν διάφοροι τομείς, κατά τη διάρκεια της πανδημίας, ώστε οι επισκέπτες να μείνουν ασφαλείς. Τέλος, προκειμένου να ανακάμψουν οι τουριστικά υποβαθμισμένες περιοχές και η ενδοχώρα της Κροατίας, το κράτος απαίτησε τουριστικούς φόρους και όρισε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα για την καταβολή τους.

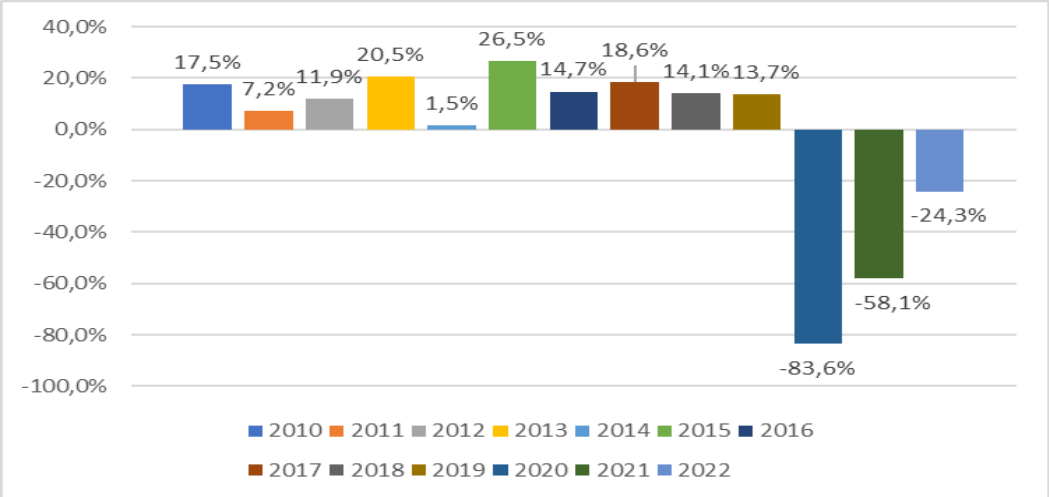
- **<u>Βοσνία-Ερζεγοβίνη</u>**

Διάγραμμα 32:Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Βοσνία-Ερζεγοβίνη)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 33: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Βοσνία-Ερζεγοβίνη)



Πηγή: UNWTO

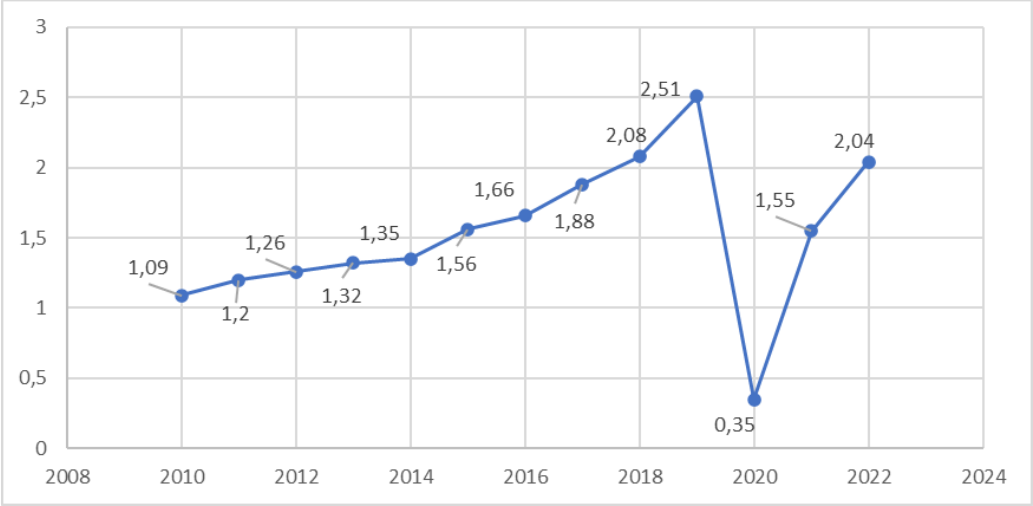
Η Βοσνία-Ερζεγοβίνη παρουσίασε άνοδο στην αύξηση εισερχόμενων επισκεπτών από το **2010** έως και το **2019**, όπου το **2019** σημειώθηκε ως η χρονιά με τους περισσότερους επισκέπτες, φτάνοντας συνολικά στα **1,2** εκατ. Το **2020** παρατηρήθηκε μια σημαντική πτώση

`

των αφίξεων, όπου μειώθηκαν **-83,6%** συγκριτικά με το **2019**. Την πτώση αυτή προκάλεσε η πανδημία του Covid-19 όπου και συνεχίστηκε και το **2021** με μία σχετική βελτίωση που προήλθε από την απόφαση της κυβέρνησης να ανοίξει τα σύνορα της χώρας για όλους τους τουρίστες που διέθεταν αρνητικό PCR test**.** Το **2022** οι εισερχόμενοι επισκέπτες ανήλθαν στα **0,91** εκατ. καθώς υπήρξε ανάκαμψη του τουρισμού από την πανδημία και η ποσοστιαία μεταβολή τη συγκεκριμένη χρονιά ισούταν με **-24,3%.**

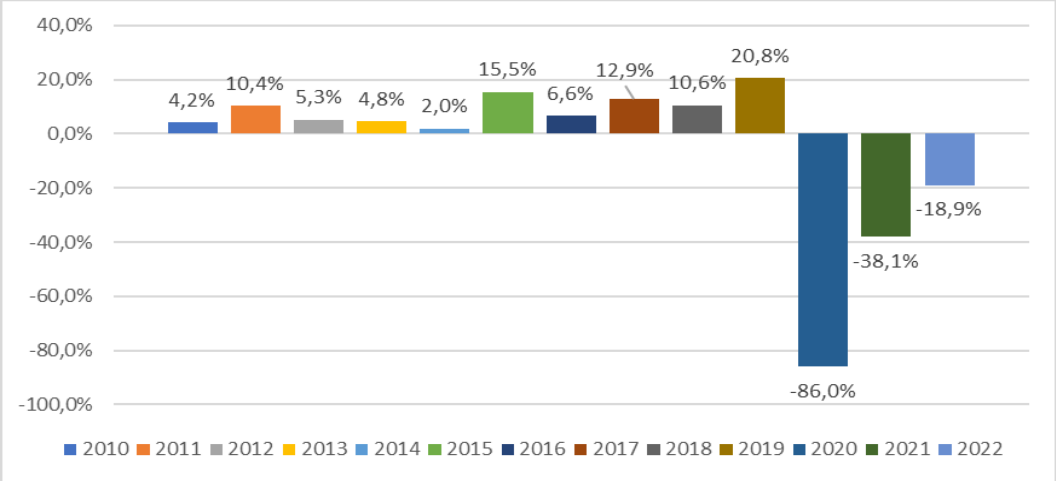
- **Μαυροβούνιο**

Διάγραμμα 34: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μαυροβούνιο)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 35: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μαυροβούνιο)



Πηγή: UNWTO

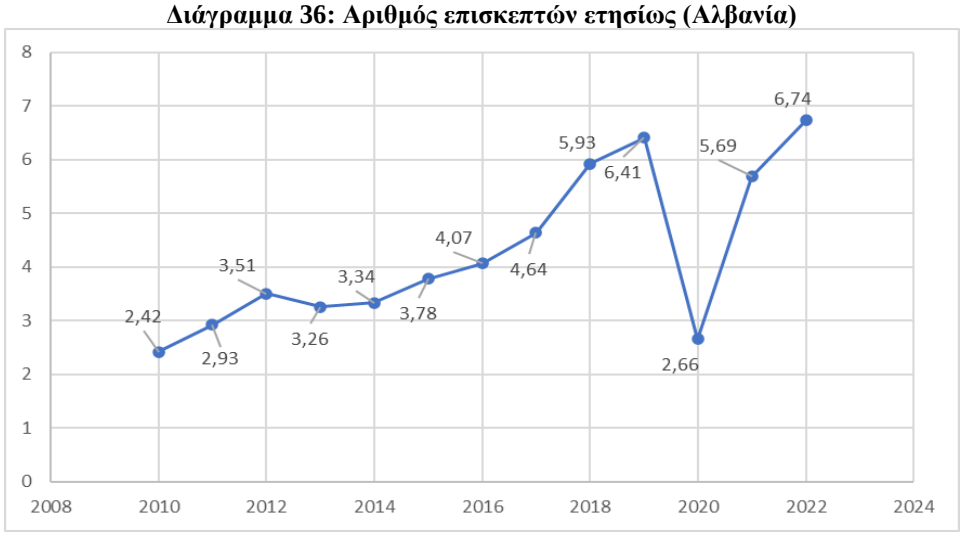
Το Μαυροβούνιο παρουσίασε αύξηση επισκεπτών από το **2010** έως και το **2019**. Η χρονιά ρεκόρ τουριστικής επισκεψιμότητας της συγκεκριμένης χώρας υπήρξε το **2019**, όπου οι

`

επισκέπτες ανήλθαν στα **2,51** εκατ. Το **2020** οι τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν κατά **-86%** λόγω της πανδημίας του Covid-19, και το **2021** η μείωση αυτή έφτασε στο **-38,1%.** Το **2022** οι αφίξεις έφτασαν στα **2,4** εκατ. πλησιάζοντας τις αφίξεις του **2019**. Επιπρόσθετα, από το **2021** και μετά το Μαυροβούνιο διέκοψε την υποχρεωτική χρήση των PCR test και την υποχρεωτική καραντίνα για τις χώρες με υψηλό κίνδυνο προκειμένου όλοι οι ταξιδιώτες να αντιμετωπίζονται ισότιμα και χωρίς περιορισμούς στη συγκεκριμένη χώρα.

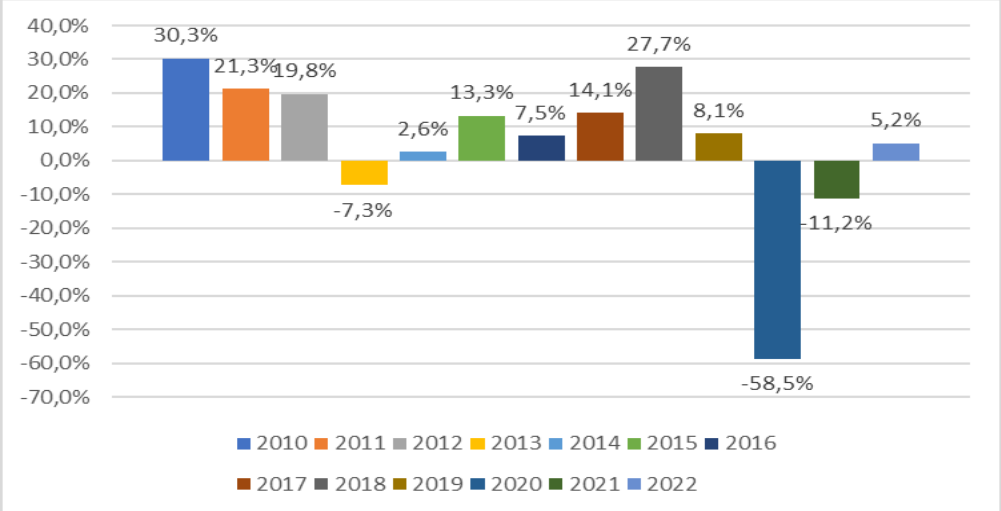
- **Αλβανία**

Διάγραμμα 36: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Αλβανία)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 37: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Αλβανία)



Πηγή: UNWTO

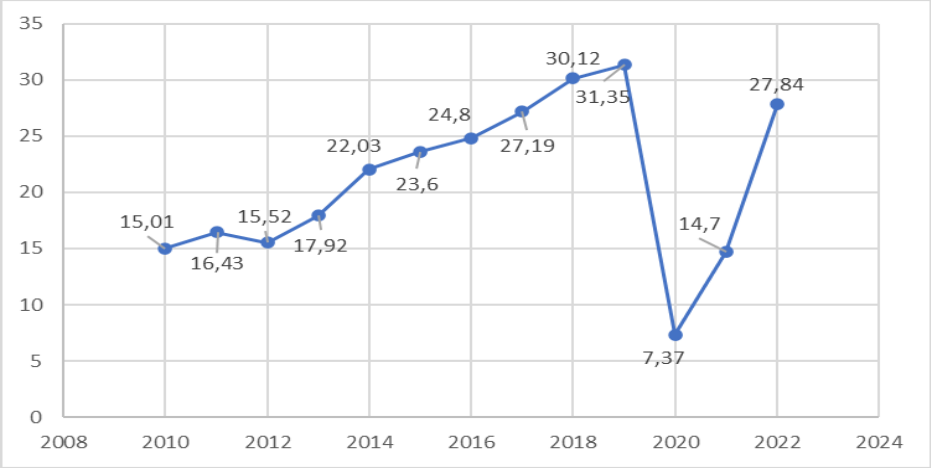
Η Αλβανία σημείωσε αύξηση τουριστικών αφίξεων από το **2010** έως και το **2019**, εξαιρουμένου το **2013** όπου υπήρξε μια πτώση της τάξεως του **-7,3%**. Το **2020** οι

`

τουριστικές αφίξεις της συγκεκριμένης χώρας μειώθηκαν κατά **-58,5%** λόγω της πανδημίας του Covid-19, και το **2021** η ποσοστιαία μεταβολή του αριθμού των επισκεπτών έφτασε στα **-11,2%.** Η χρονιά με την μέγιστη τουριστική επισκεψιμότητα ήταν το **2022** όπου οι συνολικές αφίξεις της τάξεως των **6,74** εκατ. σημείωσαν χρονιά ρεκόρ τουριστικής επισκεψιμότητας για τη συγκεκριμένη χώρα.

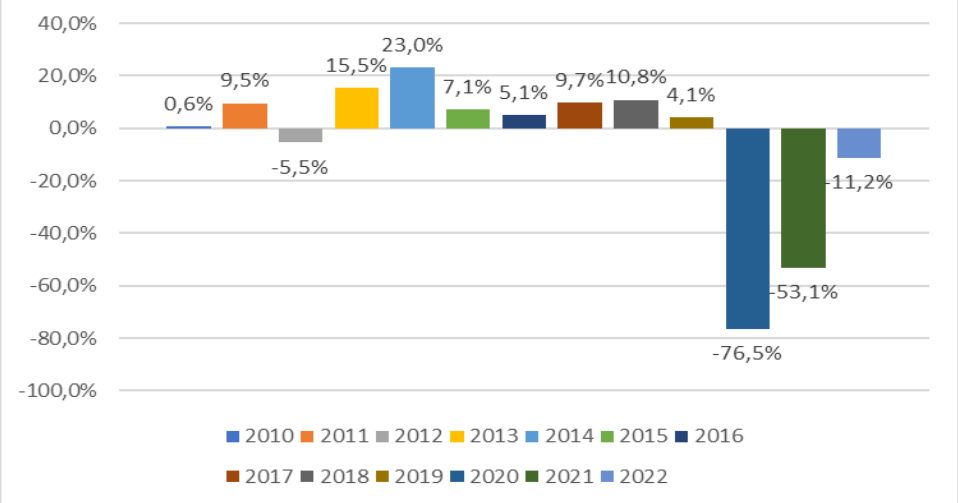
- **Ελλάδα**

Διάγραμμα 38: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ελλάδα)



Πηγή: UNWTO

Διάγραμμα 39: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ελλάδα)



Πηγή: UNWTO

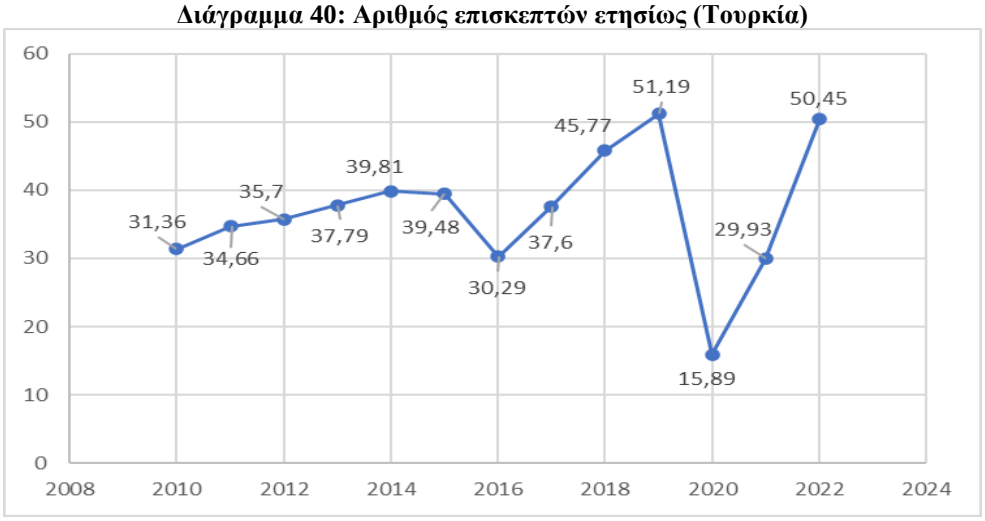
Η Ελλάδα το **2012** παρουσίασε πτώση των τουριστικών της αφίξεων κατά **-5,5%** σε σχέση με το **2011**, δηλαδή ο αριθμός των επισκεπτών μειώθηκε από **16,43** εκατ. σε **15,52** εκατ. Αυτή η πτώση οφείλετε στην επιρροή που υπέστη η χώρα μας από την οικονομική κρίση. Από την άλλη πλευρά από το **2012** έως το **2019** παρατηρείται μια ανοδική πορεία στην

`

τουριστική ζήτηση. Επιπλέον, το **2019** ήταν η χρονιά με τις περισσότερες τουριστικές αφίξεις, φτάνοντας τα **31,35** εκατ. επισκεπτών. Το **2020** παρατηρήθηκε σημαντική πτώση της τάξεως του **-76,5%,** λόγο της πανδημίας του Covid-19 και το **2021** η ποσοστιαία μεταβολή ισούταν με **-53,1%.** Η αύξηση της ποσοστιαίας μεταβολής οφείλεται στο ότι η Ελλάδα το **2021** άνοιξε τα σύνορα της για τους εμβολιασμένους τουρίστες και για όσους είχαν αναρρώσει από τον ιό και διέθεταν αρνητικό τεστ. Το **2022** η χώρα προσπαθεί να ανακάμψει ξανά μειώνοντας την ποσοστιαία μεταβολή στο **-11,2%** σε σχέση με το προηγούμενο έτος και οι επισκέπτες έφτασαν συνολικά τα **27,84** εκατ. Στην προσπάθεια αυτής της ανάκαμψης συνέβαλε και η εκστρατεία της Ελλάδος για τον τουρισμό, με όνομα «Ελλάδα. Πολλά περισσότερα από ένας προορισμός». Αυτό το βίντεο λίγων μόλις δευτερολέπτων δημιουργεί ποίκιλα συναισθήματα στον θεατή με το να προβάλλει τις διάφορες εμπειρίες που μπορεί να βιώσει και τα πολυάριθμα ελκυστικά θέλγητρα που μπορεί να επισκεφθεί σε αυτήν τη χώρα. Κλείνοντας, η συγκεκριμένη εκστρατεία δρομολογήθηκε από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) και από την εταιρεία Aegean Airlines.

- **<u>Τουρκία</u>**

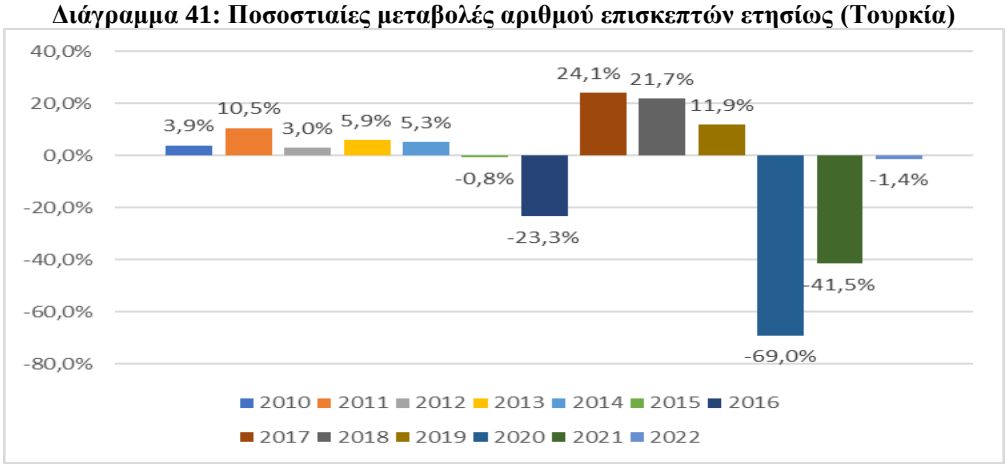
Διάγραμμα 40: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Τουρκία)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 41: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Τουρκία)

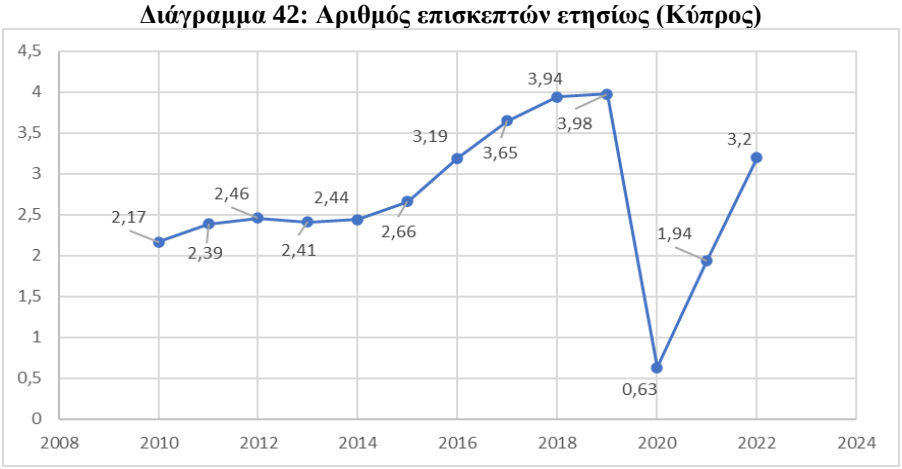


Πηγή: UNWTO

Η χώρα της Τουρκίας σημείωσε μια σταθερά ανοδική πορεία εισερχόμενων τουριστών από το **2010** έως το **2014**. Το **2015** εμφάνισε μείωση τουριστικής επισκεψιμότητας της τάξεως του **-0,8%,** για το λόγω του ότι υπήρξαν απώλειες Ρώσων επισκεπτών εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που αντιμετώπιζε η Ρωσία. Το **2016** η πτώση αυτή αυξάνεται φτάνοντας στο ποσοστό του **-23,3%**. Το γεγονός αυτό οφείλετε στις τρομοκρατικές επιθέσεις που έλαβαν τόπο εκείνη την χρονιά στην Τουρκία. Από το **2017** έως το **2019** ο τουρισμός της Τουρκίας ανακάμπτει ξανά φτάνοντας το **2019** στους **51,19** εκατ. επισκέπτες. Το **2020** λόγο της πανδημίας του Covid-19 υπήρξε μια σημαντική πτώση στο **-69%** ενώ το **2021** η πτώση έφτασε στο **-41,5%.** Το **2022** παρατηρήθηκε αρκετή βελτίωση στην τουριστική επισκεψιμότητα, διότι η Τουρκία κατάφερε να προσελκύσει **50,45** εκατ. επισκεπτών, φτάνοντας πολύ κοντά στον αριθμό επισκεπτών που είχε το **2019**.

- **<u>Κύπρος</u>**

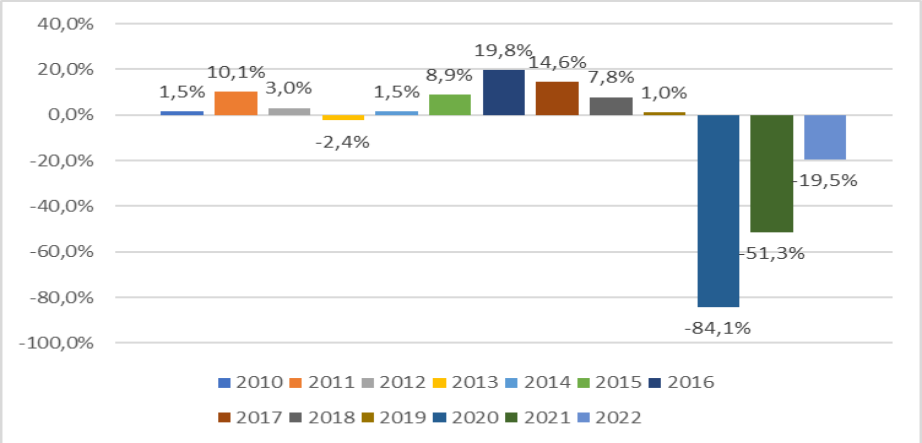
Διάγραμμα 42: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Κύπρος)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 43: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Κύπρος)



Πηγή: UNWTO

Η Κύπρος παρουσίασε αύξηση ξένων επισκεπτών από το **2010** έως και το **2019**, εξαιρουμένου το **2013** όπου υπήρξε μια πτώση της τάξεως του **-2,4%**, λόγο της οικονομική κρίσης που επηρέασε τη χώρα της Κύπρου, το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η χρονιά ρεκόρ τουριστικής επισκεψιμότητας σημειώθηκε το **2019**, όπου οι επισκέπτες ανήλθαν στα **3,98** εκατ. Το **2020** οι τουριστικές αφίξεις της μειώθηκαν κατά **-84,1%** λόγω της πανδημίας του Covid-19, και το **2021** η μείωση αυτή έφτασε στο **-51,3%,** διότι επιτράπηκε στους εμβολιασμένους επισκέπτες να εισέρχονται στη χώρα χωρίς να χρειάζεται η ένδειξη αρνητικού PCR test**.** Το **2022** οι επισκέπτες έφτασαν τα **3,2** εκατ. και η ποσοστιαία μεταβολή μειώθηκε στο **-19,5%** όπου σε αυτήν την βελτίωση συνέβαλλε η δρομολόγηση μιας σημαντικής ψηφιακής καμπάνιας για την προώθηση της χώρας**.**

- **<u>Συρία</u>**

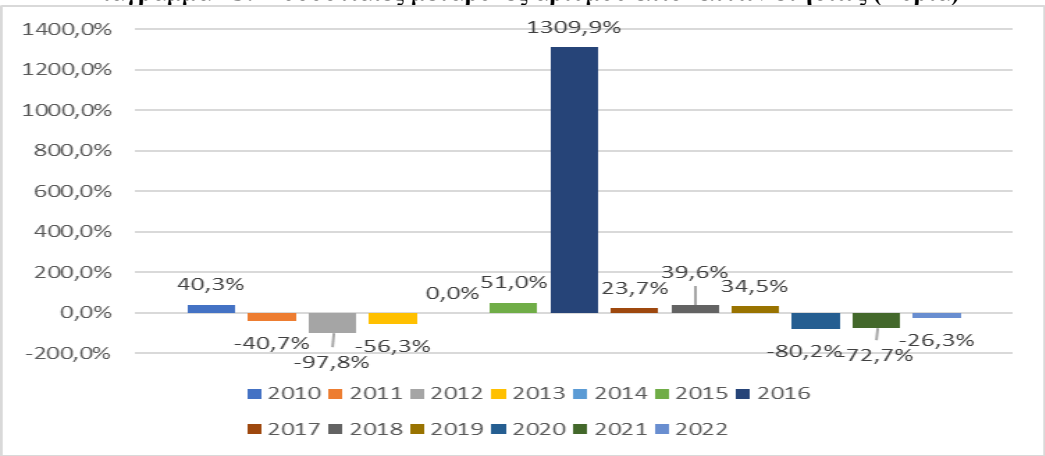
Διάγραμμα 44: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Συρία)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 45: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Συρία)

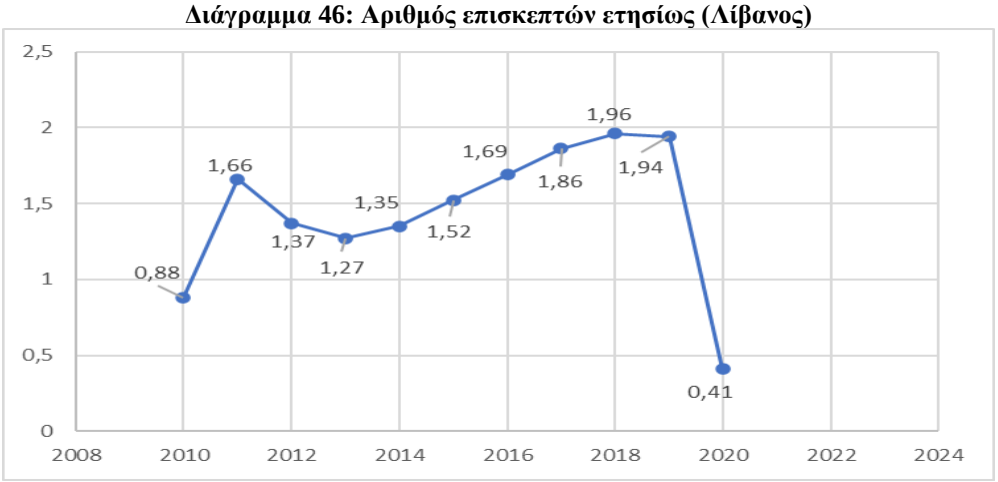


Πηγή: UNWTO

Το **2010** επισκέφθηκαν τη Συρία συνολικά **8,55** εκατ. τουρίστες. Από το **2011** και μετά ξεσπά εμφύλιος πόλεμος ο οποίος έχει μειώσει δραματικά την τουριστική επισκεψιμότητα της συγκεκριμένης χώρας. Το **2016** παρατηρείτε μια αύξηση της ποσοστιαίας μεταβολής του επισκεπτών σε σχέση με το **2015**, της τάξεως του **1309,9%.** Αυτό συνέβη λόγο της εκεχειρίας και κατάπαυσης πυρός εκείνη την περίοδο. Από το **2016** έως το **2019** παρατηρείτε μια μικρή ανοδική πορεία, η οποία αλλάζει ρότα το **2020** και το **2021**, όπου άλλος ένας λόγος είναι η πανδημία του Covid19. Το **2022** εμφάνισε μια μικρή βελτίωση φτάνοντας την ποσοστιαία μεταβολή αφίξεων επισκεπτών στο **-26,3%** και τον αριθμό των επισκεπτών στα **1,79** εκατ.

- **<u>Λίβανος</u>**

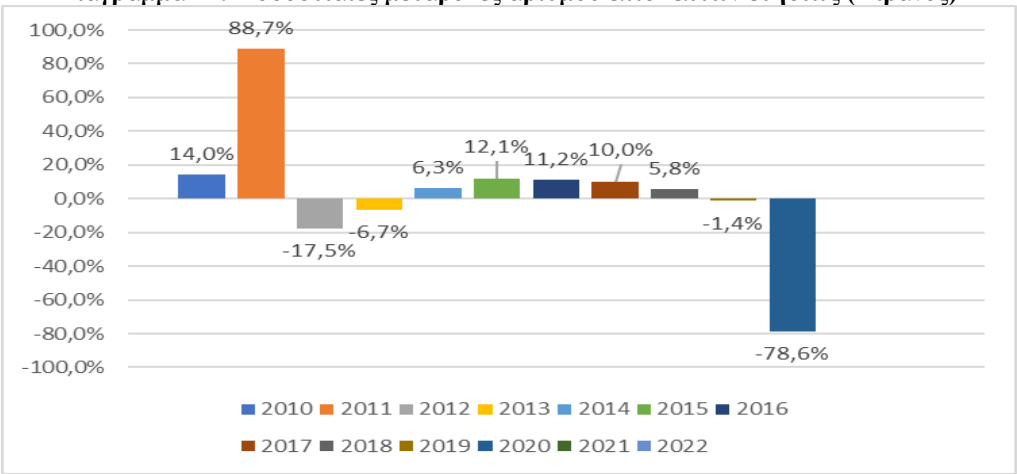
Διάγραμμα 46: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Λίβανος)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 47: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Λίβανος)

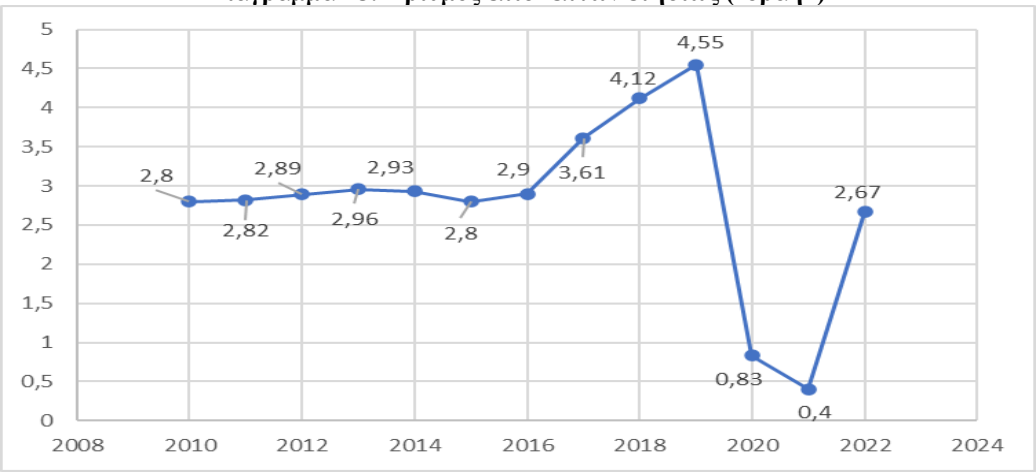


Πηγή: UNWTO

Από το **2010** έως το **2011** υπήρξε ανοδική αύξηση τουριστικών αφίξεων στο Λίβανο που έφτασε τα **1,66** εκατ. επισκεπτών. Το **2012** σημειώθηκε πτώση της τάξεως του **-17,5%,** λόγο τρομοκρατικής επίθεσης στη συγκεκριμένη χώρα. Από το **2014** έως το **2018** παρατηρείτε μια σχετική βελτίωση στην τουριστική κίνηση, ενώ το **2019** καταγράφετε μείωση **-1,4%** λόγο της οικονομικής κρίσεως που επικρατεί. Αυτή η μείωση κορυφώνεται το **2020** σε ποσοστό **-78,6%** χάρη της πανδημίας του Covid-19 και της επανεμφάνισης τρομοκρατικών επιθέσεων.

- **<u>Ισραήλ</u>**

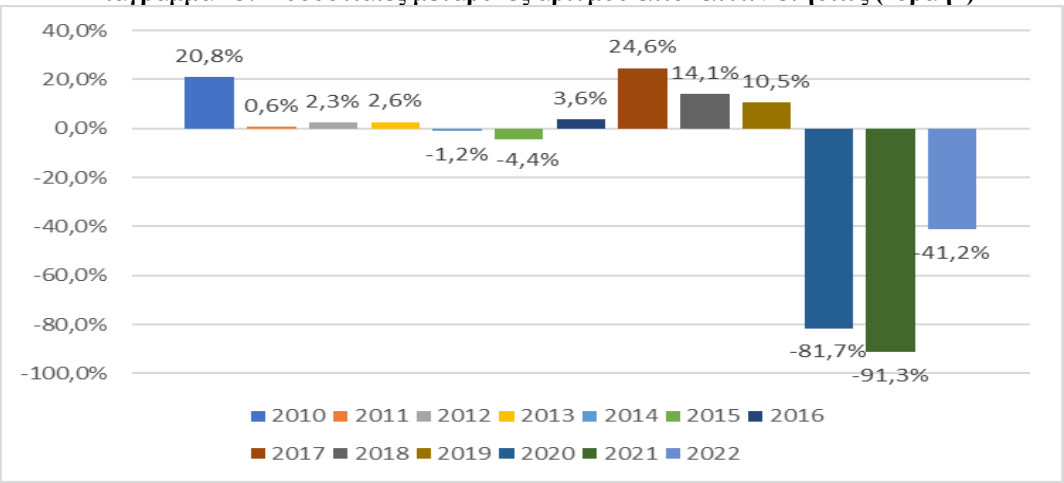
Διάγραμμα 48: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Ισραήλ)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 49: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Ισραήλ)



Πηγή: UNWTO

Το Ισραήλ από το **2010** έως το **2013** σημείωσε μια σταθερά ανοδική αύξηση του αριθμού τουριστών. Το **2014** υπήρξε μείωση της τάξεως του **-1,2%**, λόγο της επίθεσης του Ισραήλ εναντίον της Γάζας. Από το **2016** έως το **2019** παρουσιάστηκε ανοδική πορεία των τουριστικών αφίξεων της χώρας. Το **2020** και **2021** υπήρξε μια σημαντική μείωση επισκεπτών λόγο της πανδημίας του Covid-19. Το **2021** η ποσοστιαία μεταβολή ισούταν με **-91,3%** ενώ το **2022** με **-41,2%** και με συνολικούς επισκέπτες **2,67** εκατ. Το Υπουργείο Τουρισμού του Ισραήλ προώθησε αρκετά διαδικτυακά σεμινάρια με σκοπό την αναβάθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων, των πρακτορείων και γενικά του τουριστικού κλάδου. Επίσης, πραγματοποιήθηκαν διάφορες εκστρατείες με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών, κατά τις περιόδους όπου υπάρχει ασφάλεια στη χώρα ενώ παράλληλα ενισχύθηκε και η ψηφιακή δραστηριότητα της χώρας στο εξωτερικό.

- **<u>Παλαιστίνη</u>**

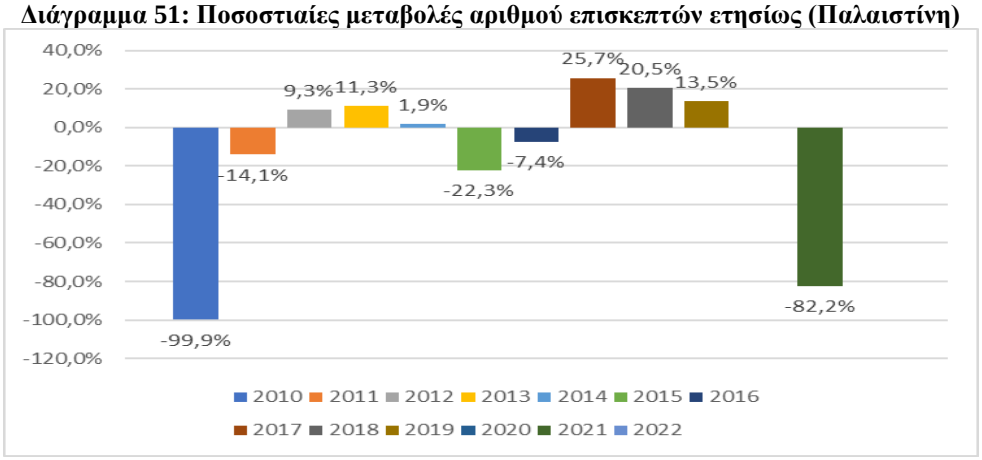
Διάγραμμα 50: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Παλαιστίνη)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 51: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Παλαιστίνη)

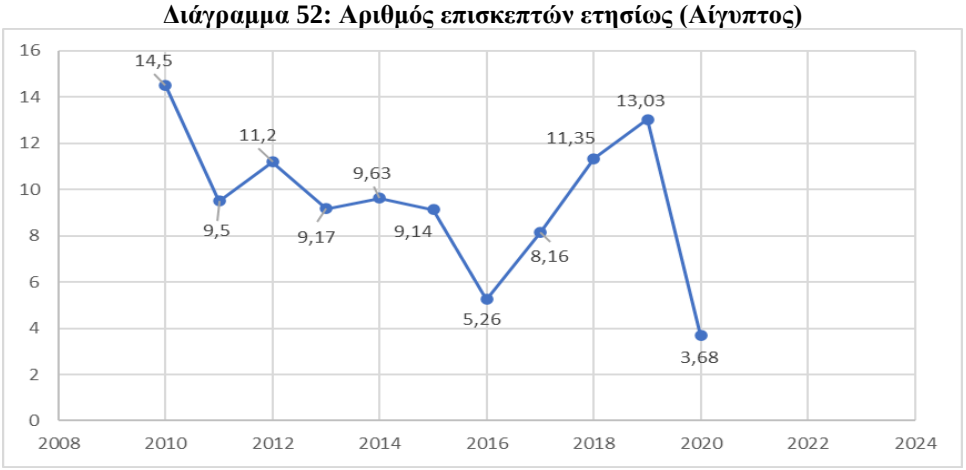


Πηγή: UNWTO

Η Παλαιστίνη από το **2011** έως το **2014** σημείωσε αύξηση στον αριθμό των επισκεπτών της. Το **2015** παρατηρήθηκε μείωση της τάξεως του **-22,3%,** ενώ από το **2016** έως το **2019** η τουριστική επισκεψιμότητα στη χώρα αυξήθηκε. Τέλος, το **2021** οι συνολικές αφίξεις μειώθηκαν κατά **-82,2%,** λόγο της πανδημίας του Covid-19.

- **<u>Αίγυπτος</u>**

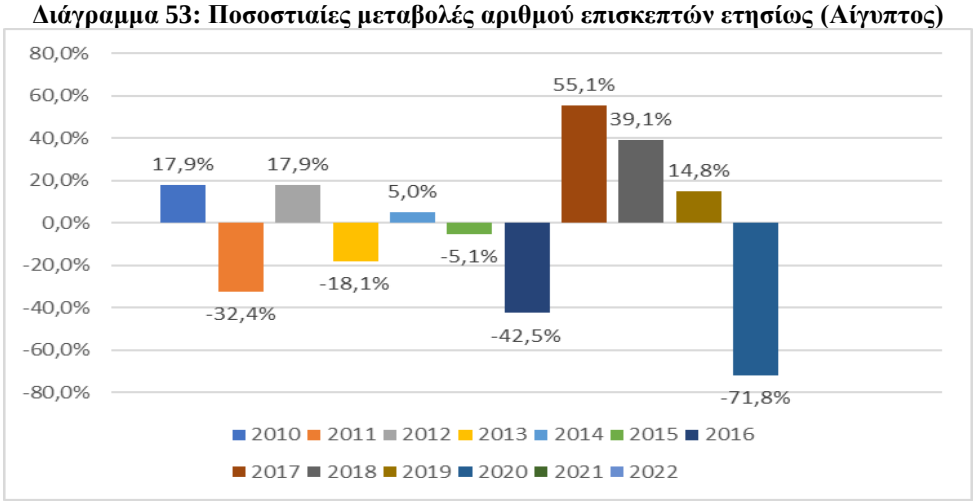
Διάγραμμα 52: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Αίγυπτος)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 53: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Αίγυπτος)



Πηγή: UNWTO

Η χώρα της Αιγύπτου παρουσίασε αυξομειώσεις στον αριθμό των εισερχόμενων επισκεπτών της με το πέρασμα των χρόνων. Το **2011** σημειώθηκε μείωση επισκεπτών **-32,4%** σε σχέση με το **2010** λόγο της Αιγυπτιακής επανάστασης. Το **2013** παρατηρείτε μείωση **-18,1%** σε σχέση με το **2012**, λόγο πραξικοπήματος, ενώ σημαντική ήταν και η πτώση των τουριστικών αφίξεων το **2016** λόγο τρομοκρατικών επιθέσεων, που έφτασε το ποσοστό του **-42,5%.** Τέλος, το **2020** εξαιτίας της πανδημίας του Covid-19 παρατηρήθηκε ποσοστιαία μεταβολή -**71,8%.**

- **<u>Τυνησία</u>**

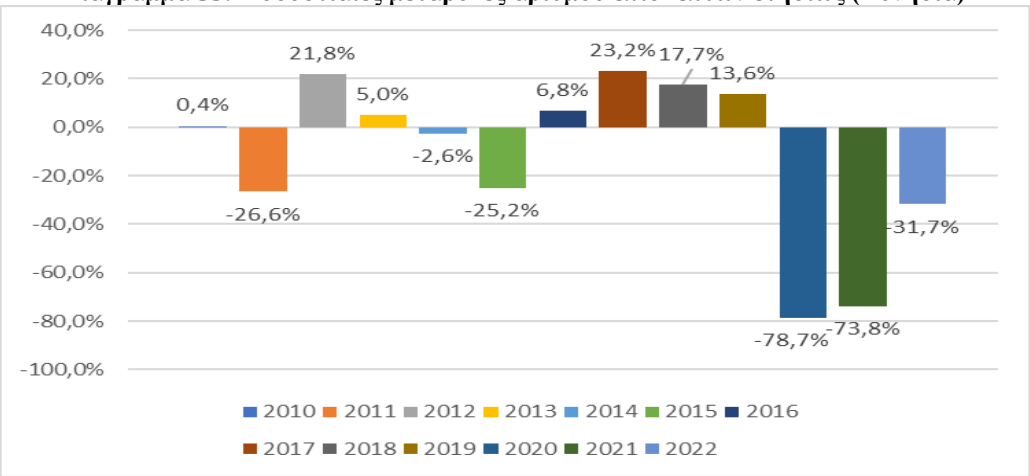
Διάγραμμα 54: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Τυνησία)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 55: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Τυνησία)



Πηγή: UNWTO

Το **2010** επισκέφθηκαν την Τυνησία **7,83** εκατ. επισκέπτες. Αυτός ο αριθμός επισκεπτών το **2011** μειώθηκε κατά **-26,6%** λόγο της επανάστασης όπου έγινε στη συγκεκριμένη χώρα εκείνη την περίοδο. Από το **2012** μέχρι το **2014** υπήρξε μια σχετική βελτίωση στην τουριστική επισκεψιμότητα η όποια δεν κράτησε για πολύ διότι το **2015,** λόγο των τρομοκρατικών επιθέσεων που έλαβαν μέρος στην Τυνησία υπήρξε μείωση της τάξεως του **-25,2%.** Από το **2016** έως το **2019** σημειώθηκε μια ανοδική πορεία στις τουριστικές αφίξεις της χώρας, με χρονιά ρεκόρ το **2019**, όπου ο αριθμός των επισκεπτών έφτασε τα **9,43** εκατ. Το **2020** παρατηρήθηκε μείωση της τάξεως του **-78,7%** λόγο της πανδημίας του Covid-19, ενώ το **2022** η Τυνησία κατάφερε να ανακάμψει, μειώνοντας την ποσοστιαία μεταβολή στο **-31,7%.**

- **<u>Αλγερία</u>**

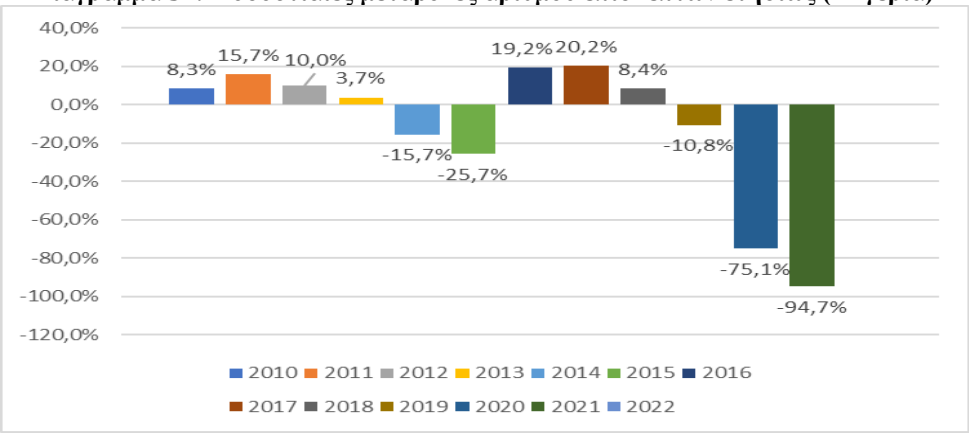
Διάγραμμα 56: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Αλγερία)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 57: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Αλγερία)

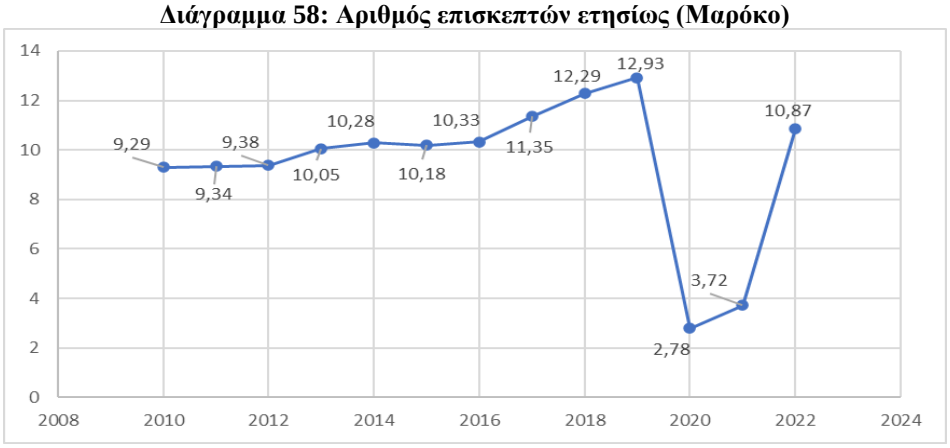


Πηγή: UNWTO

Η χώρα της Αλγερίας παρουσίασε αύξηση στον αριθμό των εισερχόμενων επισκεπτών από έτος **2010** έως και το έτος **2013**. Το **2014** υπήρξε μια πτώση στις τουριστικές αφίξεις της τάξεως του **-15,7%,** ενώ το **2015** μειώθηκαν σε ποσοστό **-25,7%.** Από το **2016** έως το **2018** παρατηρούμε μια σταθερά ανοδική πορεία στον αριθμό των επισκεπτών, ενώ το **2019** υπήρξε μείωση της τάξεως του **-10,8%.** Το **2020** οι τουριστικές αφίξεις της συγκεκριμένης χώρας μειώθηκαν κατά **-75,1%** λόγω της πανδημίας του Covid-19, και το **2021** η ποσοστιαία μεταβολή έφτασε στο **-94,7%,** φτάνοντας στο ελάχιστο την τουριστική επισκεψιμότητα της χώρας.

- **<u>Μαρόκο</u>**

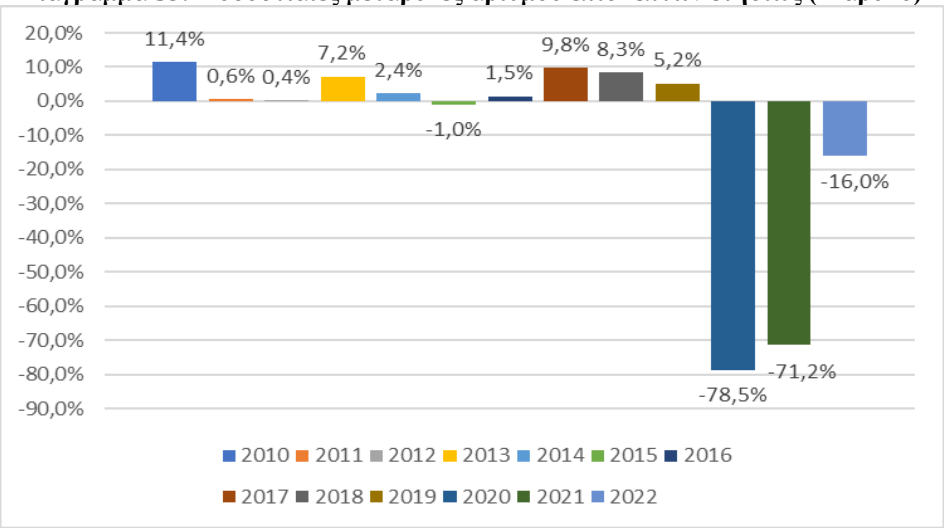
Διάγραμμα 58: Αριθμός επισκεπτών ετησίως (Μαρόκο)



Πηγή: UNWTO

`

Διάγραμμα 59: Ποσοστιαίες μεταβολές αριθμού επισκεπτών ετησίως (Μαρόκο)

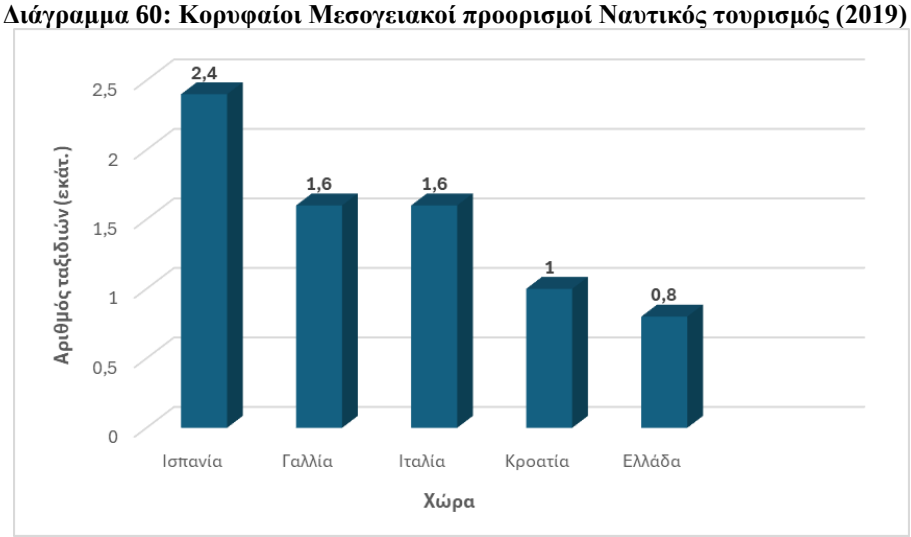


Πηγή: UNWTO

Το Μαρόκο σημείωσε αύξηση στον αριθμό των τουριστικών αφίξεων από το **2010** έως και το **2019**, εξαιρουμένου το **2015** όπου υπήρξε μια πτώση της τάξεως του **-1%**, λόγο των τρομοκρατικών επιθέσεων εκείνο το διάστημα σε γειτονικές χώρες, όπως την Τυνησία. Η χρονιά ρεκόρ τουριστικής επισκεψιμότητας του Μαρόκου ήταν το **2019**, όπου οι επισκέπτες ανήλθαν στα **12,93** εκατ. Το **2020** οι τουριστικές αφίξεις της συγκεκριμένης χώρας μειώθηκαν κατά **-78,5%** λόγω της πανδημίας του Covid-19, και το **2021** η μείωση επισκεψιμότητας έφτασε στο **-71,2%.** Το **2022** το Μαρόκο ανακάμπτει ξανά φτάνοντας την ποσοστιαία μεταβολή αριθμού επισκεπτών στο -1**6%.**

5.3 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Ναυτικού τουρισμού

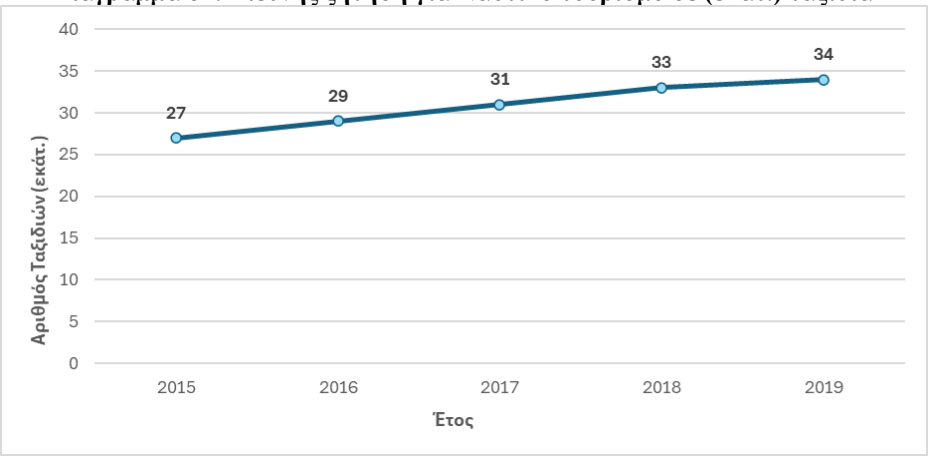
Διάγραμμα 60: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Ναυτικός τουρισμός (2019)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

`

Διάγραμμα 61: Διεθνής ζήτηση για Ναυτικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Ναυτικού τουρισμού για το έτος 2019 υπήρξαν Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, ή Κροατία καθώς και η Ελλάδα. Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Ισπανία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 2,4 εκατ. και ποσοστό 7% επί του συνόλου των ταξιδιών Ναυτικού τουρισμού που πραγματοποιήθηκαν σε διεθνές επίπεδο. Ακολουθεί ιία και Ιταλία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 1,6 εκατ. για την κάθε χώρα και με 4,9% και 4,8% ποσοστό επί του συνόλου αντίστοιχα, στην τέταρτη θέση βρίσκεται η Κροατία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 1 εκατ. και 3% ποσοστό επί του συνόλου, ενώ στην πέμπτη θέση βρίσκεται η Ελλάδα με 800.000 ταξίδια Ναυτικού τουρισμού και 2,3% ποσοστό επί του συνόλου. Ο Ναυτικός τουρισμός από το 2015 έως το 2019 έχει σημειώσει μια ανοδική πορεία. Από 27 εκατ. ταξιδιών που είχαν πραγματοποιηθεί το 2015 έφτασαν στα 34 εκατ. το έτος 2019. Από το 2019 μέχρι και το 2022 υπήρξε μείωση λόγω της πανδημίας του COVID-19 όμως στα επόμενα χρόνια η ζήτηση για Ναυτικό τουρισμό προβλέπεται να αυξηθεί καθώς αυξάνεται και ο αριθμός των ξένων επισκεπτών που δέχονται χώρες της Μεσογείου. Για παράδειγμα, αναφορικά με την κρουαζιέρα, η οποία αποτελεί μία από τις βασικές δραστηριότητες του Ναυτικού τουρισμού, σύμφωνα με στατιστικά δεδομένα από την πλατφόρμα STATISTA οι επιβάτες κρουαζιέρες από 29,7 εκατ. το έτος 2019 έφτασαν τα 31,5 εκατ. το έτος 2022 και μέχρι το 2027 προβλέπεται να φτάσουν τα 39,5 εκατ. σε παγκόσμιο επίπεδο.

5.3.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Ναυτικό τουρισμό

Οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος όσον αφορά το Ναυτικό τουρισμό είναι:

`

- **Ισπανία**

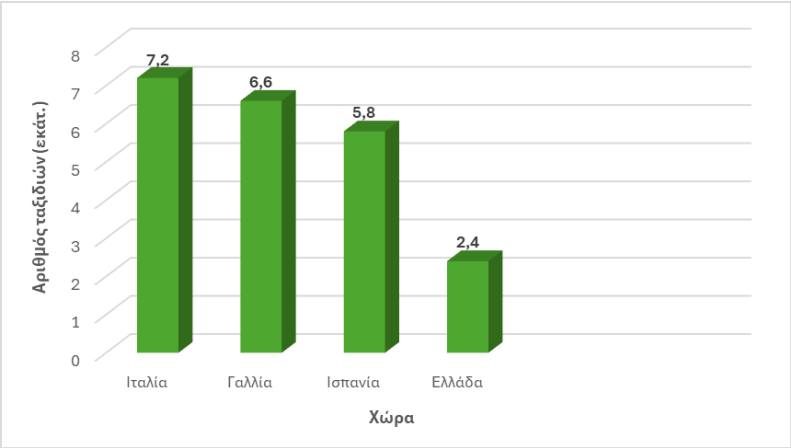
Παράκτια χώρα που έχει στην κατοχή της 7.880 χλμ. ακτογραμμής. Επιπλέον, η Ισπανία προσφέρει ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα λιμενικών υποδομών για σκάφη αναψυχής, με συνολική έκταση 350 μαρίνων και 125.000 θέσεων ελλιμενισμού, με 94 από τις μαρίνες να έχουν γαλάζια σημαία. Επίσης, η Ισπανική κυβέρνηση με σκοπό την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας του Ναυτικού τουρισμού έχει λάβει μέτρα όπως τη μείωση των τιμών για τη χρήση των λιμενικών υποδομών, τη φορολογία πλοίων καθώς και φορολογικό καθεστώς κρουαζιέρας. Τέλος, έχουν πραγματοποιηθεί πολλές επενδύσεις στην Ισπανία για τον κλάδο του Ναυτικού τουρισμού και αναμένονται να επενδυθούν και άλλα ποσά τα επόμενα χρόνια.

- **Κροατία**

Η συγκεκριμένη παραθαλάσσια χώρα διαθέτει 6.278 χλμ. ακτογραμμής και κατέχει περισσότερα από 1.244 νησιά, νησίδες και βραχονησίδες. Επίσης, διαθέτει 78 μαρίνες και 18.179 θέσεις ελλιμενισμού. Το στρατηγικό σχέδιο τουρισμού της χώρας θεωρεί τον Ναυτικό τουρισμό ως το κυριότερο προϊόν για την Κροατία και για αυτό το λόγο στοχεύει στη δημιουργία 15.000 νέων θέσεων ελλιμενισμού, κατασκευή μαρίνων για μεγάλα yacht με προσφορά όλο το χρόνο και κατασκευή νέων λιμανιών.

5.4 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Πολιτιστικού & Θρησκευτικού τουρισμού

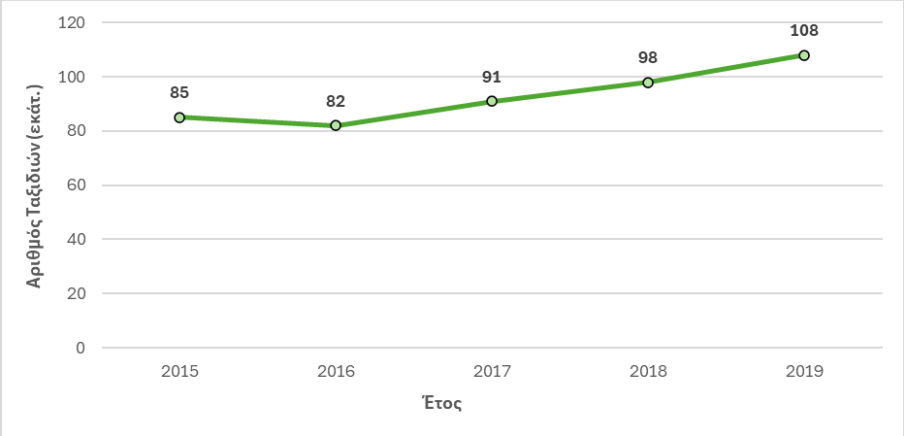
Διάγραμμα 62: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Πολιτιστικός & Θρησκευτικός τουρισμός (2019)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

`

Διάγραμμα 63: Διεθνής ζήτηση για Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Οι κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί όσον αφορά τον πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό για το έτος 2019 είναι η Ιταλία, η Γαλλία, Ισπανία και η Ελλάδα. Στην πρώτη θέση βρίσκεται Ιταλία με σύνολο 7,2 εκατ. ταξιδιών και 6,7% ποσοστό επί του συνόλου. Ακολουθούν η Γαλλία με 6,6 εκατ. ταξιδιών και 6,1% ποσοστό επί του συνόλου και η Ισπανία με 5,8 εκατ. σύνολο ταξιδιών και 5,4% ποσοστό επί του συνόλου. Στην τέταρτη θέση βρίσκεται η Ελλάδα με 2,4 εκατ. σύνολο ταξιδιών και 2,2% ποσοστό επί του συνόλου των ταξιδιών πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος σε διεθνές επίπεδο. Η παγκόσμια ζήτηση για τη συγκεκριμένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού παρουσίασε σημαντική αύξηση από το έτος 2015 έως το έτος 2017 όπου από 85 εκατ. ταξίδια που είχαν πραγματοποιηθεί το 2015 έφτασε στα 108 εκατ. ταξιδιών δηλαδή αυξήθηκε κατά 23 εκατ. ταξίδια. Από το έτος 2019 μέχρι το έτος 2022 το σύνολο των ταξιδιών της συγκεκριμένης κατηγορίας μειώθηκε λόγο την πανδημίας του Covid-19 αλλά αναμένεται να αυξηθούν σημαντικά τα επόμενα χρόνια. Για παράδειγμα, τα έσοδα από τον θρησκευτικό τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο το έτος 2022 απαριθμούνταν στα 13,7 δις. Δολάρια Η.Π.Α και προβλέπεται ότι το 2033 θα φτάσουν τα 40,92 δις. (STATISTA).

5.4.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό

Οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος όσον αφορά τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό είναι:

`

- **Ισπανία**

Η Ισπανία διαθέτει 42 μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς (UNESCO), 2 μικτά μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς και βιοποικιλότητας και 19 πολιτιστικές παραδόσεις που εντάσσονται στην άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Η χώρα θέτει τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό ως προτεραιότητα και η προώθηση γίνεται μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, των τουριστικών πρακτόρων και των εκδηλώσεων πολιτισμού. Ακόμα, πολύ σημαντικό είναι το γεγονός ότι έχουν πραγματοποιηθεί επενδύσεις ώστε άτομα με Ειδικές Ανάγκες να έχουν ευκολότερη πρόσβαση στους πολιτιστικούς και θρησκευτικούς χώρους. Τέλος, έχει δοθεί έμφαση στη δημιουργία πιο αναβαθμισμένων και εξειδικευμένων κτηρίων και στη χρήση εξοπλισμού υψηλής τεχνολογίας.

- **Ιταλία**

Η Ιταλία διαθέτει 50 μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς (UNESCO) καθώς και 12 μνημεία άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας. Η στρατηγική της χώρας που αφορά τον τουρισμό στοχεύει στην πλήρη αξιοποίηση και διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου με βιώσιμο και καινοτόμο τρόπο.

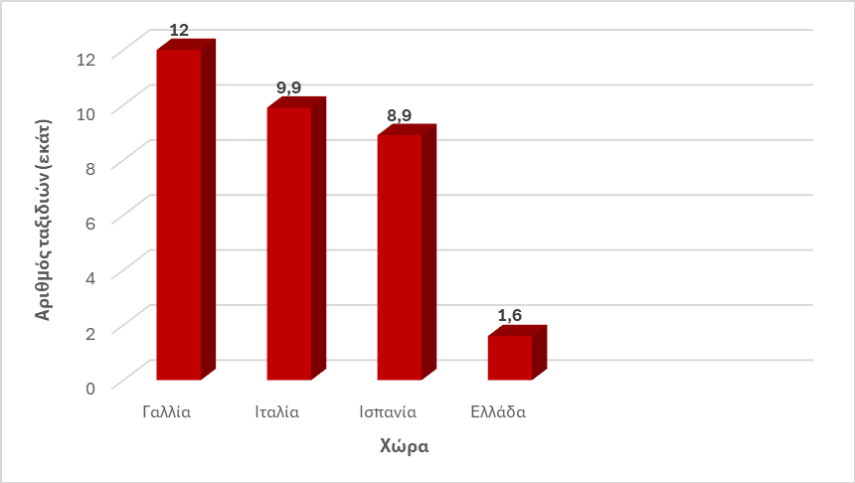
- **Γαλλία**

Η πολιτιστική πόροι της Γαλλίας αποτελούνται από 39 μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς (UNESCO), 1 μεικτό μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς και βιοποικιλότητας και 18 πολιτιστικές παραδόσεις άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο οργανισμός τουρισμού της Γαλλίας ακολουθεί τους εξής πυλώνες για την ανάπτυξη του πολιτισμού της χώρας: Βελτίωση του προσφερόμενου προϊόντος, διάδοση πληροφοριών και μελετών, εκπαίδευση των εργαζομένων του κλάδου και ψηφιακή προβολή και προώθηση.

`

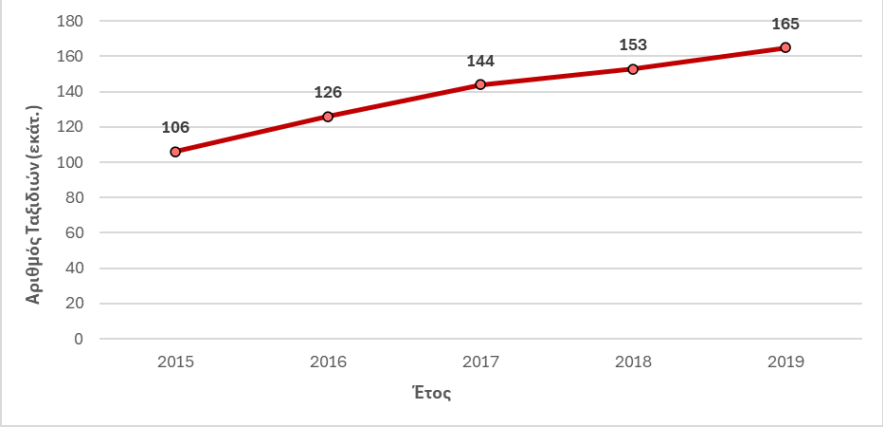
5.5 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Αστικού τουρισμού

Διάγραμμα 64: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Αστικός τουρισμός (2019)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Διάγραμμα 65: Διεθνής ζήτηση για Αστικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Οι χώρες της Μεσογείου με τον μεγαλύτερο αριθμό ταξιδιών που αφορούν τον Αστικό τουρισμό για το έτος 2019 είναι η Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία και η Ελλάδα. Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Γαλλία με 12 εκατ. συνολικό αριθμό ταξιδιών και 7,3% ποσοστό επί του σύνολο των ταξιδιών Αστικού τουρισμού που πραγματοποιήθηκαν σε διεθνές επίπεδο. Ακολουθεί η Ιταλία με 9,9 εκατ. ταξιδιών και 6% ποσοστό επί του συνόλου και η Ισπανία με 8,9 εκατ. και 5,4% ποσοστό επί του συνόλου. Στην τέταρτη θέση βρίσκεται η Ελλάδα με συνολικό αριθμό ταξιδιών 1,6 εκατ. και 1% ποσοστό επί του συνόλου. Η διεθνής ζήτηση για Αστικό τουρισμό

`

έχει αυξηθεί από το έτος 2015 έως το έτος 2019 όπου από 106 εκατ. το 2015 έφτασαν τα 165 εκατ. ταξιδιών της συγκεκριμένης κατηγορίας δηλαδή αυξήθηκαν κατά 59 εκατ. Σύμφωνα με μελέτη του World Travel Monitor της IPK International σχετικά με τις παγκόσμιες ταξιδιωτικές τάσεις κατά το έτος της πανδημίας και τις ταξιδιωτικές προθέσεις για το 2021, τα ταξίδια που αφορούσαν τον Αστικό τουρισμό μειώθηκαν πάνω από 75% την περίοδο της πανδημίας του Covid-19, ενώ κατά το έτος 2021 κατατάχθηκαν στη δεύτερη θέση ανάμεσα στις πιο δημοφιλείς μορφές διακοπών, και σημείωσαν σημαντική άνοδο συγκριτικά με τα προ πανδημίας επίπεδα. (ITB Berlin & IPK, 2021).

5.5.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Αστικό τουρισμό

Οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος όσον αφορά τον Αστικό τουρισμό είναι:

- **Γαλλία**

Η Γαλλία έχει προωθήσει μια καμπάνια μάρκετινγκ με σκοπό την προώθηση της χώρας και την κατανομή των ξένων επισκεπτών στο σύνολο της. Επιπλέον, έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές επενδύσεις σχετικά με τη βελτίωση των υποδομών και την προσβασιμότητα των πόλεων. Ακόμα, οι επισκέπτες της Γαλλίας έχουν την ευχέρεια να αγοράσουν μια κάρτα η οποία ονομάζεται city pass ή city card προκειμένου να μπορούν να εξερευνήσουν με περισσότερη ευκολία την πόλη που θα επισκεφθούν. Η συγκεκριμένη κάρτα προσφέρει ευκολία στην πρόσβαση στα αξιοθέατα των πόλεων και υπηρεσίες ξεναγήσεων, εκδρομών, δραστηριοτήτων και ειδικών προσφορών.

- **Ιταλία**

Ο Αστικός τουρισμός αλληλεξαρτάται από τα ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα των πόλεων, οπότε η Ιταλία βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση όσον αφορά τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού εφόσον διαθέτει πολυάριθμα πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία. Αναφορικά με το τουριστικό στρατηγικό σχέδιο της χώρας, η βιωσιμότητα στον αστικό τουρισμό καλύπτει την ποιότητα των υπηρεσιών, την αποτελεσματικότητα μεταφορών και την ανάδειξη του πολιτισμού, των φυσικών στοιχείων και της γαστρονομίας του τόπου. Τέλος, η χώρα προσπαθεί να βρει λύσεις για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού στις πιο πολυσύχναστες πόλεις της.

- **Ισπανία**

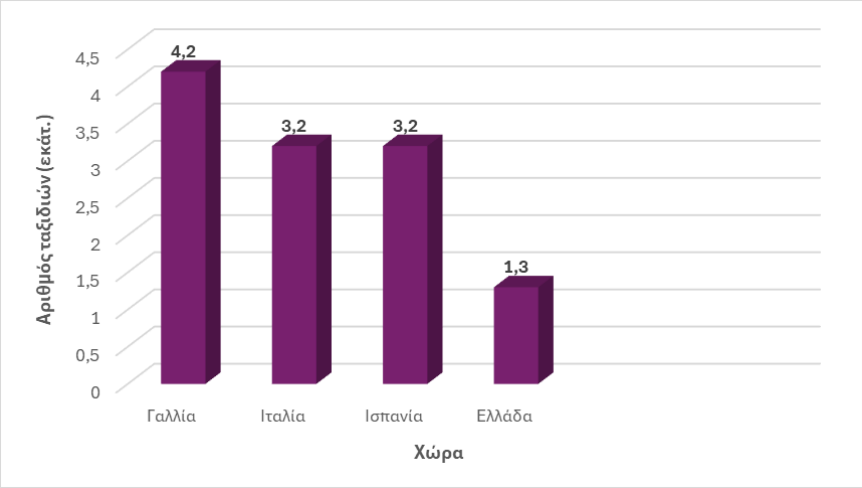
Ο Αστικός τουρισμός είναι δημοφιλής μορφή τουρισμού στη χώρα και καλύπτει το 25% του συνόλου των διακοπών. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην πλεονεκτική θέση της χώρας όσον

`

αφορά το πλήθος των μνημείων και των αξιοθέατων πολιτιστικής κληρονομιάς που διαθέτει. Αναφορικά με το στρατηγικό σχέδιο της χώρας σημαντικό ρόλο για τον Αστικό τουρισμό έχει καινοτομία και βιωσιμότητα. Τέλος, η χώρα πραγματοποιεί ενέργειας για τη μείωση του υπερτουρισμού στις ιδιαίτερα δημοφιλείς πόλεις της.

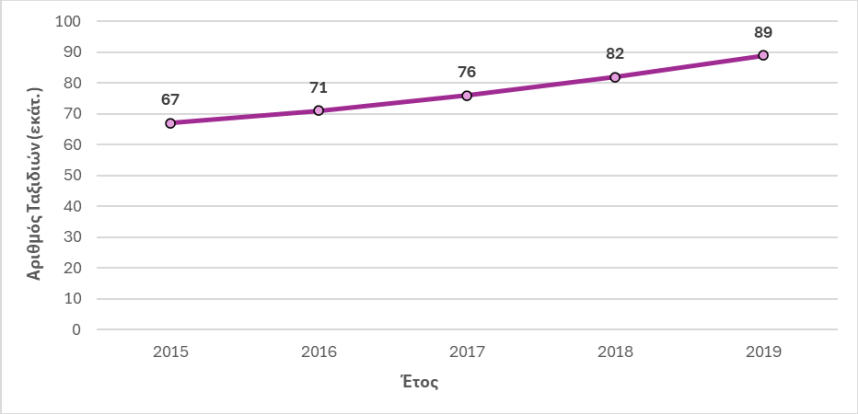
5.6 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Επιχειρηματικού τουρισμού

Διάγραμμα 66: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Επιχειρηματικός τουρισμός (2019)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Διάγραμμα 67: Διεθνής ζήτηση για Επιχειρηματικό τουρισμό σε (εκατ.) ταξίδια



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί Επιχειρηματικού τουρισμού για το έτος 2019 ήταν η Γαλλία, η Ιταλία, η Ισπανία και η Ελλάδα. Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Γαλλία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 4,2 εκατ. και 4,7% επί του συνόλου των ταξιδιών Επιχειρηματικού

`

τουρισμού που πραγματοποιήθηκαν σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακολουθούν η Ιταλία και η Ισπανία με 3,2 εκατ. ταξιδιών και 3,6% ποσοστό επί του συνόλου για την κάθε χώρα και στην τέταρτη θέση βρίσκεται η Ελλάδα με σύνολο ταξιδιών που αφορούν τον Επιχειρηματικό τουρισμό 1,3 εκατ. και 1,4% ποσοστό επί του συνόλου. Η διεθνής ζήτηση για Επιχειρηματικό τουρισμό παρουσίασε μια ανοδική πορεία από το έτος 2015 μέχρι το έτος 2019, όπου από 67 εκατ. ταξιδιών αυξήθηκαν στα 89 εκατ. Σύμφωνα με σχετικό άρθρο του BBC ο Επιχειρηματικός τουρισμός σημείωσε σημαντική πτώση την περίοδο της πανδημίας του COVID-19, καθώς τα επαγγελματικά ταξίδια αντικαταστάθηκαν από τις βιντεοκλήσεις και τις Τηλεδιασκέψεις. Το έτος 2022 αυξήθηκαν ραγδαία και σύμφωνα με την εταιρεία διαχείρισης ταξιδιών TripActions οι κρατήσεις για Επιχειρηματικό τουρισμό μόνο το πρώτο τρίμηνο του 2022 ξεπέρασαν περισσότερο από τις μισές κρατήσεις που είχαν πραγματοποιηθεί όλο το έτος 2021, με συνολική αύξηση 875% από το μήνα Μάρτιο του 2021 μέχρι το μήνα Μάρτιο του 2022. (Galloway, 2022).

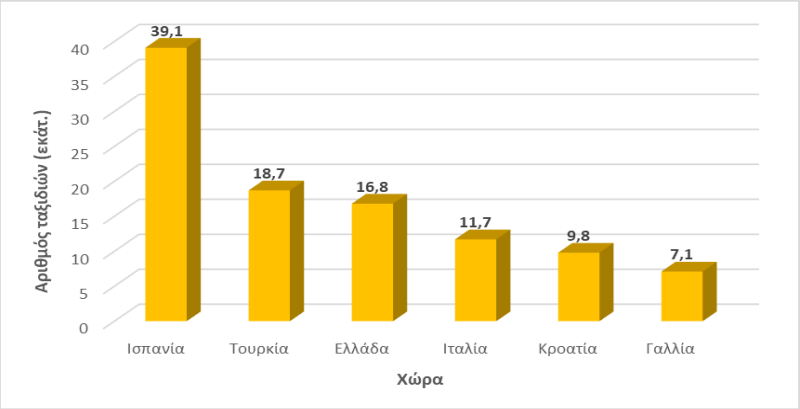
5.6.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Επιχειρηματικό τουρισμό

Οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος όσον αφορά τον Επιχειρηματικό τουρισμό είναι η Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία οι οποίες έχουν επικεντρωθεί στη βελτίωση των υποδομών διοργάνωσης συνεδρίων, εκθέσεων και εκδηλώσεων καθώς επίσης και στην υιοθέτηση και ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων και τεχνολογιών αναφορικά με τον κλάδο. Επιπρόσθετα, έχουν στοχεύσει σε πιο βελτιωμένες και συντονισμένες συνεργασίες με τις επιχειρήσεις του κλάδου καθώς και με τους κρατικούς περιφερειακούς και τοπικούς φορείς για την ανάπτυξη του Επαγγελματικού τουρισμού.

`

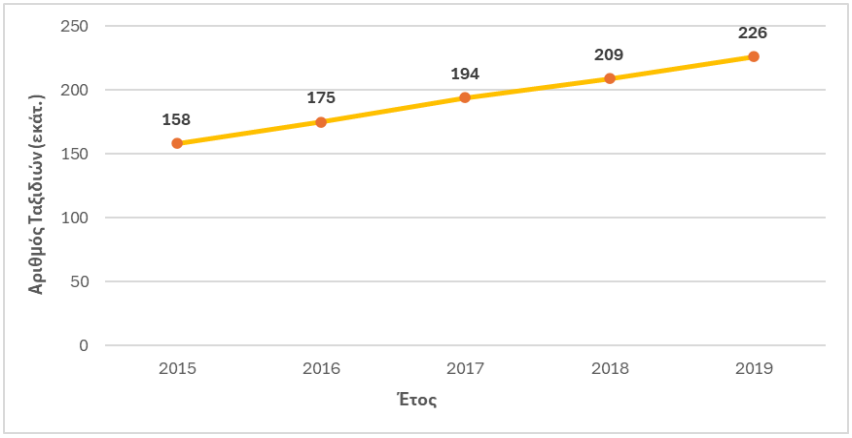
5.7 Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί αναφορικά με το προϊόν ήλιος & θάλασσα

Διάγραμμα 68: Κορυφαίοι Μεσογειακοί προορισμοί για το προϊόν ήλιος & θάλασσα (2019)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Διάγραμμα 69: Διεθνής ζήτηση για το προϊόν ήλιος & θάλασσα σε (εκατ.)



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Οι κορυφαίοι προορισμοί της Μεσογείου για το προϊόν ήλιος & θάλασσα το έτος 2019 ήταν η Ισπανία, η Τουρκία, η Ελλάδα, η Ιταλία, η Κροατία και η Γαλλία. Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Ισπανία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 39,1 εκατ. και ποσοστό 17,3% επί του συνόλου. Ακολουθεί η Τουρκία με 18,7 εκατ. ταξιδιών και ποσοστό επί του συνόλου 8,3%. Στην τρίτη θέση βρίσκεται η Ελλάδα με συνολικό αριθμό ταξιδιών που αφορούν τον ήλιο και τη θάλασσα 16,8 εκατ. και 7,4% ποσοστό επί του συνόλου των ταξιδιών της συγκεκριμένης κατηγορίας που πραγματοποιήθηκαν σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακολουθεί η Ιταλία με σύνολο ταξιδιών 11,7 εκατ. και 5,2% ποσοστό επί του συνόλου και η Κροατία με σύνολο ταξιδιών 9,8 εκατ. και 4,3% ποσοστό επί του συνόλου. Στην τελευταία θέση βρίσκεται η Γαλλία με

`

συνολικό αριθμό ταξιδιών 7,1 εκατ. και 3,1% ποσοστό επί του συνόλου των ταξιδιών. Η διεθνής ζήτηση για τα ταξίδια που αφορούν τον ήλιο και τη θάλασσα από το έτος 2015 έως το έτος 2019 σημείωσαν ανοδική πορεία και από 158 εκατ. που απαριθμούνταν το έτος 2015 έφτασαν τα 226 εκατ. το 2019, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 68 εκατ. Παρόλο, που η κατηγορία τουρισμού ήλιος & θάλασσα είναι μεγαλύτερη κατηγορία τουρισμού παγκοσμίως υπέστη σημαντική μείωση κατά την περίοδο της πανδημίας του COVID-19. Τα επόμενα χρόνια προβλέπεται βελτίωση καθώς αυξάνεται ο αριθμός των ταξιδιών που πραγματοποιούνται από τους επισκέπτες που προτιμούν τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού.

5.7.1 Βασικοί ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με το προϊόν τουρισμού ήλιος & θάλασσα

Οι κύριες ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδος όσον αφορά το τουριστικό προϊόν ήλιος & θάλασσα είναι:

- **Ισπανία**

Η Ισπανία στοχεύει στο συνδυασμό του τουριστικού προϊόντος ήλιος & θάλασσα με κύρια συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα όπως ο πολιτιστικός & θρησκευτικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός και ο γαστρονομικός τουρισμός. Επιπρόσθετα, στοχεύει στην προσέλκυση των κατάλληλων αγορών-στόχων πελατών και έχει επικεντρωθεί στη μείωση της εποχικότητας μέσω της διαφοροποίησης του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος και μέσω της προσέγγισης διαφορετικών αγορών-στόχων υψηλού εισοδήματος. Με βάση το στρατηγικό σχέδιο της χώρας θα πραγματοποιηθούν σημαντικές επενδύσεις για τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού τα επόμενα χρόνια και θα αφορούν τη βελτίωση των υποδομών, την ασφάλεια, τον τομέα υγείας και τις μεταφορές. Τέλος, η Ισπανία βρίσκεται στην κορυφή όσον αφορά το σύνολο των παραλιών της με γαλάζια σημαία, οι οποίες απαριθμούνται στις 589, δηλαδή κατέχουν το 15% των συνόλου παγκοσμίως, γεγονός που καθιστά τη συγκεκριμένη χώρα κορυφαίο προορισμό όσον αφορά το τουριστικό προϊόν ήλιος & θάλασσα.

- **Τουρκία**

Τα τελευταία έτη η Τουρκία έχει καταταχθεί ανάμεσα στους κορυφαίους προορισμούς όσον αφορά το τουριστικό προϊόν ήλιος & θάλασσα. Το γεγονός αυτό οφείλεται στις ανταγωνιστικές τιμές και τις μεγάλες ποικιλίες επιλογών που διαθέτει για τους ξένους επισκέπτες. Στόχος της Τουρκίας είναι η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος ήλιος &

`

θάλασσα μέσω της σύνδεσης του με τα ιστορικά, πολιτιστικά και γαστρονομικά στοιχεία της χώρας. Επιπρόσθετα, η Τουρκία στοχεύει στη μείωση της εποχικότητας, στην ενίσχυση των υφιστάμενων αγορών-στόχων και στην προσέγγιση νέων αναδυόμενων αγορών. Το στρατηγικό σχέδιο της χώρας αποσκοπεί στις βιώσιμες και φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος, στις περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις των ξενοδοχειακών μονάδων και στην υλοποίηση επενδύσεων στις υπάρχουσες παραθαλάσσιες τουριστικές υποδομές.

- **Κροατία**

Η συγκεκριμένη χώρα κατάφερε τα τελευταία χρόνια να ενισχύσει τη θέση της αναφορικά με το τουριστικό προϊόν ήλιος & θάλασσα. Βασικοί στόχοι της είναι η προώθηση ενός βιώσιμου και υπεύθυνου μοντέλο ανάπτυξης δίνοντας έμφαση στην ποιότητα και την προστιθέμενη αξία, η διαφοροποίηση του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος και η σύνδεση του με τουριστικά προϊόντα όπως ο γαστρονομικός τουρισμός, ο ναυτικός τουρισμός κ.α. Τέλος, η χώρα στοχεύει στην επέκταση της τουριστικής της περιόδου με σκοπό την μείωση της εποχικότητας.

5.8 Συμπεράσματα

- ✓ Το έτος 2019 σημειώθηκε ως η χρονιά ρεκόρ αναφορικά με τον αριθμό εισερχόμενων επισκεπτών που δέχθηκαν οι περισσότερες από τις χώρες της Μεσογείου εξαιρουμένων της Αλβανίας, της Συρίας, της Αιγύπτου, του Λιβάνου και της Αλγερίας.
- ✓ Οι συνολικές αφίξεις εισερχόμενων επισκεπτών στις χώρες της Μεσογείου το έτος 2019 έφτασαν τα 408,08 εκατ.
- ✓ Ανάμεσα στις Μεσογειακές χώρες, η χώρα με τις περισσότερες αφίξεις εισερχόμενων επισκεπτών το έτος 2019 υπήρξε η Γαλλία με σύνολο 90,9 εκατ. τουριστικών αφίξεων. Στη δεύτερη θέση βρέθηκε η Ισπανία με σύνολο τουριστικών αφίξεων 83,51 εκατ. Στην τρίτη θέση ακολουθεί η Ιταλία με 64,51 εκατ. και στην τέταρτη η Τουρκία με 51,19 εκατ. Η Ελλάδα βρέθηκε στην πέμπτη θέση με συνολικό αριθμό εισερχόμενων επισκεπτών 31,35 εκατ. για το συγκεκριμένο έτος.
- ✓ Το έτος 2020 εξαιτίας της πανδημίας του COVID-19 οι αφίξεις εισερχόμενων επισκεπτών στις Μεσογειακές χώρες μειώθηκαν δραματικά. Η μεγαλύτερη ποσοστιαία μεταβολή τουριστικών αφίξεων παρατηρείται από το Μαυροβούνιο όπου

`

έφτασε στο μείον 86%. Η Ελλάδα βρίσκεται στην ενδέκατη θέση σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου αναφορικά με το μέγεθος της ποσοστιαίας μεταβολής τουριστικών αφίξεων το έτος 2020 όπου έφτασε στο μείον 76,5%.

- ✓ Εκτός από την πανδημία του COVID-19, όπου επέφερε σημαντικές μειώσεις στον αριθμό των ξένων επισκεπτών που δέχθηκαν οι χώρες της Μεσογείου, συμβάντα όπως τρομοκρατικές επιθέσεις, πόλεμοι και οικονομική κρίση μπορούν να επιφέρουν σημαντικές πτώσεις στον τουρισμό.
- ✓ Προκειμένου, οι χώρες της Μεσογείου να φέρουν την ανάκαμψη στον τομέα του τουρισμού μετά από την πανδημία του COVID-19 δρομολόγησαν διάφορες εκστρατείες και καμπάνιες, συνέταξαν συγκεκριμένες οδηγίες που έπρεπε να ακολουθούν οι ξένοι επισκέπτες σχετικά με την ασφάλεια τους και πραγματοποίησαν σημαντικές επενδύσεις στον συγκεκριμένο τομέα. Το αποτέλεσμα ήταν ότι μετά την λήξη της πανδημίας κατάφεραν να αυξήσουν σημαντικά τον αριθμό των ξένων επισκεπτών και τα επόμενα χρόνια προβλέπεται να ξεπεράσουν το ρεκόρ των τουριστικών αφίξεων του 2019.
- ✓ Κορυφαίος Μεσογειακός προορισμός αναφορικά με τον Ναυτικό τουρισμό για το έτος 2019 υπήρξε η Ισπανία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 2,4 εκατ. και 7% ποσοστό επί του συνόλου των διεθνή ταξιδιών Ναυτικού τουρισμού που πραγματοποιήθηκαν. Η Ελλάδα κατατάχθηκε στην πέμπτη θέση ανάμεσα στους πιο κορυφαίους προορισμός της Μεσογείου για Ναυτικού τουρισμού με συνολικό αριθμό ταξιδιών 800.000 και 2,3% ποσοστό επί του συνόλου.
- ✓ Οι Μεσογειακές χώρες που αποτελούν τους κύριους ανταγωνιστές της Ελλάδος όσον αφορά το Ναυτικό τουρισμό είναι η Ισπανία και η Κροατία. Οι συγκεκριμένες χώρες έχουν εστιάσει στη δημιουργία νέων λιμενικών υποδομών καθώς και στην αναβάθμιση των ήδη υπαρχόντων. Επιπλέον, στοχεύουν στην παροχή πιο αναβαθμισμένων υπηρεσιών στους επισκέπτες με σκοπό τη βελτίωση της εμπειρίας τους και την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των αναγκών τους.
- ✓ Κορυφαίος Μεσογειακός προορισμός Πολιτιστικού & Θρησκευτικού τουρισμού για το έτος 2019 υπήρξε η Ιταλία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 7,2 εκατ. και 6,7% ποσοστό επί του συνόλου των ταξιδιών της συγκεκριμένης κατηγορίας που πραγματοποιήθηκαν σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Ελλάδα βρέθηκε στην τέταρτη θέση με

`

σύνολο ταξιδιών πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος 2,4 εκατ. και 2,2% ποσοστό επί του συνόλου.

- ✓ Οι Μεσογειακές χώρες που αποτελούν τους κύριους ανταγωνιστές της Ελλάδας όσον αφορά τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό τουρισμό είναι η Ισπανία η Ιταλία και η Γαλλία. Οι συγκεκριμένες χώρες έχουν δώσει έμφαση στην προβολή και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς τους μέσα από σύγχρονες πλατφόρμες πληροφόρησης και ψηφιακά μέσα. Επιπρόσθετα, έχουν πραγματοποιήσει προσπάθειες για την αναβάθμιση των πολιτιστικών και θρησκευτικών υποδομών τους καθώς και τη βελτίωση των υπηρεσιών που αφορούν το συγκεκριμένο προϊόν.
- ✓ Κορυφαίος Μεσογειακός προορισμός Αστικού τουρισμού για το έτος 2019 υπήρξε η Γαλλία με συνολικό αριθμό ταξιδιών 12 εκατ. και 7,3% ποσοστό επί το σύνολο των διεθνή ταξιδιών Αστικού τουρισμού. Η Ελλάδα βρέθηκε στην τέταρτη θέση όσον αφορά τους κορυφαίους προορισμούς Αστικού τουρισμού της Μεσογείου με σύνολο ταξιδιών 1,6 εκατ. και 1% ποσοστό επί του συνόλου.
- ✓ Οι Μεσογειακές χώρες που αποτελούν τους κύριους ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Αστικό τουρισμό είναι η Γαλλία η Ιταλία και η Ισπανία. Οι συγκεκριμένες χώρες στοχεύουν στη βιωσιμότητα, την καινοτομία και την ευκολότερη προσβασιμότητα των πόλεων. Επιπρόσθετα, οι συγκεκριμένες χώρες έχουν εστιάσει και στην ανάδειξη των λιγότερων δημοφιλή πόλεων στους ξένους επισκέπτες ώστε να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο του υπερτουρισμού.
- ✓ Κορυφαίος Μεσογειακούς προορισμούς Επιχειρηματικού τουρισμού το έτος 2019 υπήρξε η Γαλλία με συνολικό αριθμό ταξιδιών που αφορούν τον Επιχειρηματικό τουρισμό 4,2 εκατ. και ποσοστό 4,7% επί του συνόλου των ταξιδιών της συγκεκριμένης κατηγορίας που πραγματοποιήθηκαν σε διεθνές επίπεδο. Η Ελλάδα βρέθηκε στην τέταρτη θέση με συνολικό αριθμό ταξιδιών 1,3 εκατ. και 1,4% ποσοστό επί του συνόλου των διεθνή ταξιδιών Επιχειρηματικού τουρισμού.
- ✓ Οι Μεσογειακές χώρες που αποτελούν τους κύριους ανταγωνιστές της Ελλάδος αναφορικά με τον Επιχειρηματικό τουρισμό είναι η Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία. Οι συγκεκριμένες χώρες έχουν εστιάσει στη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών τους που αφορούν τα συνέδρια, τις εκθέσεις και τις εκδηλώσεις δίνοντας περισσότερη έμφαση στην καινοτομία την τεχνολογία και τον αποτελεσματικό συντονισμό.

`

- ✓ Κορυφαίος Μεσογειακός προορισμός για το προϊόν ήλιος & θάλασσα το έτος δύο 2019 υπήρξε Ισπανία με 39,1 εκατ. συνολικό αριθμό ταξιδιών και 17,3% ποσοστό επί του συνόλου. Η Ελλάδα κατατάχθηκε στην τρίτη θέση με συνολικό αριθμό ταξιδιών που αφορούν τον ήλιο και τη θάλασσα 16,8 εκατ. και 7,4% ποσοστό επί του συνόλου των ταξιδιών της συγκεκριμένης κατηγορίας που πραγματοποιήθηκαν σε διεθνές επίπεδο.
- ✓ Οι Μεσογειακές χώρες που αποτελούν τους κύριους ανταγωνιστές της Ελλάδος για το τουριστικό προϊόν ήλιος & θάλασσα είναι η Ισπανία, η Τουρκία και η Κροατία. Οι συγκεκριμένες χώρας στην προσπάθεια τους για διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του συγκεκριμένου προϊόντος επιδιώκουν στον συνδυασμό του με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Στόχος τους η μείωση της εποχικότητας, η υιοθέτηση βιώσιμων και υπεύθυνων πρακτικών και η προσέλκυση συγκεκριμένων αγορών-στόχων μέσω της χρήσης πιο σύγχρονων ψηφιακών μέσων.
- ✓ Η Ελλάδα προκειμένου να αντιμετωπίσει τους ανταγωνιστές της θα πρέπει να πραγματοποιήσει επενδύσεις για τη βελτίωση και αναβάθμιση των υποδομών της που αφορούν τον τουρισμό (ξενοδοχειακές, λιμενικές, αστικές, πολιτιστικές & θρησκευτικές υποδομές κ.α.) μέσω καινοτόμων τρόπων και μέσω της χρήσης της τεχνολογίας. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους επισκέπτες, πράγμα που μπορεί να επιτευχθεί μέσω της σχετικής εκπαίδευσης των εμπλεκόμενων εργαζομένων. Ακόμα, μπορούν να δρομολογηθούν καμπάνιες με στόχο την ανάδειξη της χώρας σε συγκεκριμένες κατηγορίες επισκεπτών εναλλακτικού τουρισμού ώστε να ελαττωθεί ο μαζικός τουρισμός και το πλήθος των αρνητικών επιπτώσεων που επιφέρει. Τέλος, η Ελλάδα θα πρέπει να στοχεύσει στη μείωση της εποχικότητας και στην ανάδειξη των λιγότερο δημοφιλή προορισμών της, ώστε να μειωθεί το φαινόμενο του υπερτουρισμού και κατανέμονται οι ξένοι επισκέπτες με ομαλό τρόπο στη χώρα.
- ✓ Η διεθνής ζήτηση για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προαναφέρθηκαν αυξήθηκε από το έτος 2015 έως το έτος 2019. Από το έτος 2020 και έπειτα παρουσιάστηκε μείωση λόγω της πανδημίας του COVID-19, όμως σύμφωνα με αρκετές προβλέψεις τα ταξίδια που αφορούν τον εναλλακτικό τουρισμό θα αυξηθούν τα επόμενα χρόνια. Το ίδιο συνέβη και για την κατηγορία μαζικού τουρισμού ήλιος &

`

θάλασσα όπου παρά το γεγονός ότι αποτελεί το μεγαλύτερο τουριστικό προϊόν παρουσίασε σημαντική μείωση μετά τον ερχομό της πανδημίας.

- ✓ Το προϊόν ήλιος & θάλασσα όπως όλες τις μορφές του μαζικού τουρισμού επιφέρει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις όπως μόλυνση του περιβάλλοντος, αλλοίωση των παράκτιων οικοσυστημάτων, έντονη εποχικότητα και δημιουργία του φαινομένου του υπερτουρισμού. Θα πρέπει λοιπόν οι χώρες της Μεσογείου να εστιάσουν περισσότερο σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού ώστε να μειώσουν τον αριθμό των μαζικών επισκεπτών που δέχονται και να αποφύγουν τις αρνητικές συνέπειες. Εξάλλου διαθέτουν όλα τα απαραίτητα στοιχεία για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού.
- ✓ Η Ελλάδα είναι μια χώρα με τεράστιες δυνατότητες και προοπτικές όσον αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό. Η ποικιλομορφία των τοπίων της, η πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της καθώς και το ευνοϊκό κλίμα της είναι μόνο μερικά από το πλήθος των στοιχείων που διαθέτει για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα η Ελλάδα θα πρέπει να επενδύσει περισσότερο στον Πολιτιστικό τουρισμό καθώς και στον Αγροτουρισμό. Οι συγκεκριμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού επιλέχθηκαν διότι όσον αφορά τον Πολιτιστικό τουρισμό, όποιο μέρος της χώρας και αν επιλέξει να επισκεφθεί κανείς θα μπορέσει να συναντήσει μοναδικά πολιτιστικά στοιχεία όπως η ελληνική παράδοση, η μουσική του κάθε τόπου, οι παραδοσιακοί χοροί τα ήθη και τα έθιμα καθώς και η ελληνική κουλτούρα. Πέρα όμως αυτού, είναι πολύ σημαντικό ο ξένος επισκέπτης να καταφέρει να ενσαρκώσει και να ταυτιστεί με τον πολιτισμό του τόπου που επισκέπτεται. Επίσης, η ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να ενισχύσει την οικονομία των περισσότερων περιοχών της χώρας και να συμβάλλει στη διατήρηση και αναβίωση της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς με την προϋπόθεση όμως να μη χαθεί η αυθεντικότητα της και να μην αποτελέσει προϊόν εμπορευματοποίησης. Όσον αφορά τον Αγροτουρισμό η Ελλάδα έχει αρκετές δυνατότητες σχετικά με την ανάπτυξή του. Διαθέτει αρκετές αγροτικές περιοχές με πολυετές παράδοση στη γεωργία και την κτηνοτροφία. Ακόμα, ο αγροτικός τομέας της Ελλάδος χρειάζεται οικονομική ενίσχυση και προώθηση ώστε να μην εκλείψει με τον πέρασμα των χρόνων όποτε ο συνδυασμός του με τον

τουρισμό θα ήταν μια καλή ευκαιρία για την ανάπτυξη του και την ενίσχυση της οικονομίας των αγροτικών περιοχών.

- ✓ Η ανάπτυξη των παραπάνω μορφών εναλλακτικού τουρισμού θα μπορούσε να επιτευχθεί με τη βοήθεια της ελληνικής κυβέρνησης, η οποία θα πρέπει να παρέχει οικονομικά κίνητρα και επιδοτήσεις με σκοπό την ανέγερση εγκαταστάσεων και επιχειρήσεων που θα αφορούν τον εναλλακτικό τουρισμό. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα ισχυρό σχέδιο μάρκετινγκ ώστε η χώρα να προωθηθεί ως εναλλακτικός προορισμός στους ξένους επισκέπτες. Τέλος, αρκετά σημαντική είναι η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση τόσο τοπικών φορέων και της τοπικής κοινωνίας όσο και των επιχειρηματιών και εργαζομένων που ασχολούνται με τον τουριστικό τομέα σχετικά με την αειφόρο ανάπτυξη, με την προστασία του περιβάλλοντος καθώς και τη διαφύλαξη του πολιτισμού της χώρας.
- ✓ Οι δράσεις που θα μπορούσαν να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες στην Ελλάδα αναφορικά με τον Πολιτιστικό τουρισμό θα μπορούσε να είναι η διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων από τους τοπικούς φορείς όπως φεστιβάλ παραδοσιακής μουσικής και χορού ή φεστιβάλ παραδοσιακής τέχνης που θα απευθύνονται στους ξένους επισκέπτες. Επιπρόσθετα, θα μπορούσαν να ιδρυθούν ειδικά εκπαιδευτικά κέντρα και εργαστήρια στη χώρα, όπου μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων θα δίνεται η ευκαιρία στους τουρίστες να μάθουν περισσότερα για την ιστορία και τον πολιτισμό της χώρας. Σημαντικό επίσης θα ήταν εάν ο κάθε δήμος δημιουργούσε ηλεκτρονικές εφαρμογές οι οποίες θα βελτίωναν και θα ενίσχυαν την εμπειρία των επισκεπτών μέσω ηλεκτρονικών ξεναγήσεων, ηλεκτρονικών οδηγών και χαρτών που θα αφορούν τα αξιοθέατα και τα μνημεία της κάθε περιοχής.
- ✓ Οι δράσεις που θα μπορούσαν να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες στην Ελλάδα αναφορικά με τον Αγροτουρισμό θα μπορούσε να είναι η οργάνωση διάφορων εκδηλώσεων όπως τις γιορτές αγροτικών τροφίμων καθώς και η διοργάνωση εκδρομών σε αγροτικές περιοχές. Επίσης, θα μπορούσαν να προωθούνται εκπαιδευτικά προγράμματα στους ξένους επισκέπτες που θα αφορούν την ενασχόληση με τη γεωργία, την κτηνοτροφία καθώς και τη μαγειρική με τα τοπικά προϊόντα. Τέλος, σημαντική θα ήταν η ύπαρξη οικονομικών πακέτων που θα αφορούν τον Αγροτουρισμό καθώς και η προώθηση της συγκεκριμένης μορφής διακοπών μέσω του διαδικτύου.

`

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού κρίνεται σημαντική καθώς μπορεί να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη και στη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων που επιφέρει ο μαζικός τουρισμός. Οι χώρες της Μεσογείου διαθέτουν όλους τους απαραίτητους πόρους για την ανάπτυξή του, παρόλα αυτά το μεγαλύτερο μέρος ξένων επισκεπτών που δέχονται αφορά τον μαζικό τουρισμό.

Οι χώρες αυτές θα πρέπει να πραγματοποιήσουν διάφορες ενέργειες όπως τη βελτίωση των τουριστικών τους υποδομών, την ανάπτυξη επιχειρήσεων που θα αφορούν τον εναλλακτικό τουρισμό (οινοποιεία, εργαστήρια λαϊκής τέχνης, μουσεία κ.α.) και την πραγματοποίηση κρατικών επενδύσεων αναφορικά με την εκπαίδευση τόσο των επιχειρηματιών όσο και των εργαζομένων που εμπλέκονται με τον εναλλακτικό τουρισμό. Ακόμα, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν επενδύσεις αναφορικά με την προώθηση και τη διαφήμιση των εναλλακτικών-προορισμών.

Εν κατακλείδι, η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού κρίνεται απαραίτητη για τη διαφύλαξη των πόρων του κάθε προορισμού καθώς και για το σύνολο των διαφοροποιημένων εμπειριών που μπορεί να αποκομίσει ο κάθε επισκέπτης που πραγματοποιεί ένα τέτοιου είδους ταξίδι. Με άλλα λόγια, ο τουρισμός δε θα έπρεπε να συνεπάγεται με την εκμετάλλευση και την καταπάτηση των τουριστικών προορισμών αντίθετα θα έπρεπε να χαρακτηρίζεται από τον σεβασμό, την υπευθυνότητα, τη σωστή διαχείριση και τη διάδοση των στοιχείων που καθορίζουν τον κάθε τόπο.

`

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Agarwal, S., 2002. Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, pp. 25-55.

Alneng, V., 2002. The modern does not cater for natives. Travel ethnography and the conventions of form. *Tourist Studies*, pp. 119-142.

Andriotis, K., 2003. Coastal resorts morphology: The Cretan experience. *Tourism Recreation Research*, pp. 67-76.

Andriotis, K., 2006. Host, guests, politics and coastal resorts morphological change in Crete. *Annals of Tourism Research*, pp. 1079-1098.

Andriotis, K., 2013. *PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM (ICOT 2013).* limassol, Cyprus: s.n.

Apostolopoulos, Y. & Sönmez, S., 2000. New Directions in Mediterranean Tourism: Restructuring and Cooperative Marketing in the Era of Globalization. *Thunderbird International Business Review*, pp. 381-392.

Archontides, Y., 2007. *Review of Cypriot Tourism: Through a Series of Articles. Interviews and Speeches.* Athens: Livani.

Avgerinou, S., Toufengopoulou, A. & Spyropoulos, I., 2016. BASIC QUESTIONS OF ECOTOURISM IN GREECE: DEMAND AND SUPPLY, MANAGEMENT BODIES, ENTERPRISES. *TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM*, pp. 133-156.

Boukas, N. & Stylianou-Lambert, T., 2013. Cultural tourism and sustainable development: strategies for the sustainable management of museums in Cyprus. *Conference: International Conference on Tourism (ICOT 2013) - Trends, Impacts and Policies on Sustainable Tourism Development.*

Boukas, N. & Ziakas, V., 2012. Impacts of the Global Economic Crisis on Cyprus Tourism and Policy Responses. *International Journal of Tourism Research*, pp. 329-345.

`

Boukas, N. & Ziakas, V., 2013. Golf tourist motivation and sustainable development: a marketing management approach for promoting responsible golf tourism in Cyprus. *Conference: International Conference on Tourism (ICOT 2013) - Trends, Impacts and Policies on Sustainable Tourism Development.*

Buchalis, D., 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, pp. 97-116.

Burkart, J. & Medlik, S., 1974. *Tourism: Past, Present and Future.* London: Heinemann.

Burns, P. & Holden, A., 1995. *Tourism : a new perspective.* London: Prentice Hall.

Butler, R., 1980. The concept of a tourism area cycle of evolution. *Canadian Geographer*, p. 5–12.

Butler, R. W., 1980. The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, pp. 5-12.

Cazes, G., 1989. Alternative toourism: Reflections on an ambiguous concept. *Towards Appropriate Tourism: The case of Developing Countries*, pp. 117-126.

Christou, L., 2012. Is it possible to combine mass tourism with alternative forms of tourism: the case of Spain, Greece, Slovenia and Croatia. *Journal of Business Administration Online*.

Cohen, E., 1972. Towards a sociology of international tourism. Social Research. pp. 164-182.

Cohen, E., 1989. "Alternative tourism"- A critique. *Towards Appropriate Tourism: The case of Developing Countries*, pp. 127-142.

Coles, T., Timothy, D. D. & Hall, C. M., 2004. Tourism, mobility, and global communities: New approaches to theorising tourism and tourist spaces. Στο: w. F. Theobald, επιμ. *Global tourism.* Oxford: s.n., pp. 463-481.

Davison, R., 1996. The impacts of tourism. *In Tourism Destinations (R. Davison and Maitland, eds)*, p. 18–45.

Dernoi, L., 1981. Alternative tourism: Towards a new style in North-South relations. *Tourism Management*, pp. 253-264.

Dimitrić, M., Tomas Žiković, I. & Arbula Blecich, A., 2019. Profitability determinants of hotel companies in selected Mediterranean countries. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, pp. 1977-1993.

Doxey, G., 1975. A Cauzation Theory of Visitor-Residents Irritants, Methodology and Research Inferences. The impact of Tourism. *Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Assotiation*, pp. 195-198.

`

Fink, C., 1970. *Der Massentourismus.* Berne: Verlag Paul Haupt.

Framke, W., 2002. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, pp. 92-108.

Galloway, L., 2022. Five places business travel has changed post-pandemic. *BBC*.

Giannakis, E., 2018. THE ECONOMIC ROLE OF TOURISM IN THE RURAL AREAS OF CYPRUS.

Gibson, H. & Yiannakis, A., 2002. Tourist roles. Needs and the lifecourse. Annals of Tourism Research. *Annals of Tourism Research,* 29(2), pp. 358-383.

Golinelli & C.M., 2004. *Le potenzialita` del turismo nel rilancio dei consumi interni, Il rilancio dei consumi in Italia.* Milano: in Ravazzoni, R.

Gousiou, A., Spilanis, I. & Kizos, T., 2001. Is agrotourism "agro" or tourism: Evidence from agrotourist holdings in Lesvos, Greece. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, pp. 6-23.

Grzinic, J., 2007. STRATEGY OF TOURISM IN CROATIA FOR COMPETING ON THE EUROPEAN TOURISM MARKET. *Management – Marketing - Tourism* .

Gunn, C. A., 1988. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases.* Washington: Taylor & Francis.

Hall, M. & Weiler, B., 1992. Introduction. What's special about special interest tourism?. In: *Special Interest Tourism.* London: John Wiley & Sons, pp. 1-14.

Haywood, K., 1986. “Can Tourist-area Life Cycle Be Made Operational?”. *Tourism Management,* 7(3), pp. 154-67.

Haywood, K., 1988. Responsible and responsive tourism planning in the community. *Tourism Management*, pp. 105-116.

Himmetoglu, B., 1992. What is soft tourism? Proceedings of the International Conference on Architecture of Soft Tourism.

Holden, A., 2000. *Environment and Tourism.* London: Routledge.

Hunter, C. & Green, H., 1995. *Tourism and the Environment: A Sustainable Relationship?.* London: Routledge.

Hunziker, W. & Krapf, K., 1942. *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre [The Outline of General Tourism Science]*. Zürich: Polygraphischer Verlag.

`

Inskeep, E., 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach.* New York: Van Nostrand Reinhold.

Interreg-Organization, 2019. *PROMOTING ALTERNATIVE TOURISM MODELS TO REDUCE PRESSURES IN THE MEDITERRANEAN REGION.* s.l.:s.n.

Ioannides, D., 1992. Tourism development agents: The Cypriot resort cycle. *Annals of Tourism Research*, pp. 711-731.

ITB Berlin & IPK, I., 2021. Global travel trends: ITB Berlin & IPK International. After dramatic slump, high chances for a fast recovery of tourism industry. *ITB BERLIN*.

Jafari, J., 1990. Editor's page. *Annals of Tourism Research*.

Jarviluoma, J., 1992. Alternative tourism and the evolution of tourist areas. *Tourism Management*, Volume 13, pp. 118-120.

Joshke, H., 1954. *Beitrag zur Theoretischen Analyse des Fremdenverkehsangebots.* Munchen: Deutsches Wirtschftswissenschaftliches Institut fur Fremdenverkehr and der Universitat Munchen.

Laarman, J. & Durst, P., 1987. *Nature Travel and Tropical Forests.* s.l.:Southeastern Center for Forest Economics Research.

Larsen, J., Urry, J. & Axhausen, K. W., 2007. "Networks and Tourism". *Annals of Tourism Research*, pp. 244-62.

Leiper, N., 1979. The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. In: *The framework of tourism Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry.* s.l.:Elsevier, pp. 390-407.

Lew, A. A., 1987. "A Framework of Tourist Attraction Research". *Annals of Tourism Research*, pp. 553-575.

Lickorish, L., 1991. *Developing Tourism Destinations: Policies and Perspectives.* London: Longman.

Lickorish, L. J. & Jenkins, C. L., 1997. *An Introduction to Tourism.* s.l.:Butterworth-Heinemann.

Mader, V., 1988. Tourism and environment. *Annals of Tourism Research*, pp. 274-276.

Maroudas, L. & Tsartas, P., 2005. ALTERNATIVE TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT IN GREECE: MANAGEMENT AND POLICY ISSUES. *Journal of Management Sciences and Regional Development*, July, pp. 57-83.

`

Mason, P., 1995. *Tourism : environment and development perspectives.* Godalming: World Wide Fund for Nature.

Mason, P., 2008. *Tourism Impacts, Planning and Management.* Amsterdam: Butterworth Heinemann.

McCabe, S., 2005. 'Who is a tourist?' A critical review. April, pp. 85-106.

Medlik, S. & Middleton, V. T. C., 1973. "Product Formulation in Tourism.". In: *Tourism and Marketing.* Bern: AIEST.

Miller, M. & Auyong, J., 1998. Remarks on tourism terminologies: Anti-tourism, mass tourism, and alternative tourism. *1996 World Congress on Coastal and Marine Tourism: Experiences in Management and Development.*

Mor, M., Dalyot, S. & Ram, Y., 2023. Who is a tourist? Classifying international urban tourists using machine learning. *Tourism Management*, April.

Oppermann, M., 1996. Rural tourism in southern Germany. *Annals of Tourism Research*, pp. 86-102.

Paschinger, E., Poulios, I. & Plimakis, S., 2017. ASSISTANCE TO DEVELOP RELIGIOUS / PILGRIMAGE TOURISM IN GREECE. *TECHNICAL ASSISTANCE ACTION TO SUPPORT TOURISM PLANNING AND POLICY FOR THE PROMOTION OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN GREECE*.

Pavlatos, O., Kostakis, H. & Digkas, D., 2021. Crisis management in the Greek hotel industry in response to COVID-19 pandemic. *Anatolia*, pp. 80-92.

Pearce, D. G., 1989. *Tourist Development.* 2nd ed. New York: Longman.

Poon, A., 1993. *Tourism, Technology and Competitive Strategies.* s.l.:CABI.

Porras, G., 2000. Do countries that promote tourism fare better than those that do not?. *The Second Tourism Summit*, December.

Poudel, S., 2013. THE INFLUENCE OF THE ACCOMMODATION SECTOR ON TOURISM DEVELOPMENT AND ITS SUSTAINABILITYCase Study: Strand Camping, Larsmo (Thesis).

Ritchie, B. & Zins, M., 1978. Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. *Annals of Tourism Research*, pp. 252-267.

Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I., 2000. "The Competitive Destination: A Sustainability Perspective.". *Tourism Management,* 21(1), pp. 1-7.

`

Romeril, M., 1994. *Alternative tourism: the real tourism alternative?.* Chichester: John Wiley & Sons.

Rothosthenous, N., 2013. MARKET RESEARCH FOR THE DEVELOPMENT OF THE RELIGIOUS AND PILGRIMAGE TOURISM IN CYPRUS.

Rukije, I., Zejnedije, A. & Zija, Z., 2018. Perspectives for the Devlopment of Alternative Kinds of Tourism in the Polog Valley. *Journal of Natural Sciencies and Mathematics of UT*, pp. 130-136.

Ryan, C., 1997. *The Tourist Experience.* London: Cassell.

Saila, S. & Mika, K., 2010. Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*, pp. 133-143.

Salih Ikiz, A., 2021. *Tourism in Turkey A Comprehensive Overview and Analysis for Sustainable Alternative Tourism.* s.l.:Apple Academic Press.

Sharpley, R., 2002. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, pp. 233-244.

Sherman, P. & Dixon, J., 1991. The economics of nature tourism: Determining if it pays. *Nature Tourism: Managing for the Environment.*

Smith, S. L. D., 1989. *Tourism analysis: a handbook.* New York: John Wiley & sons.

Song, V., 2023. Escape the crowds: hidden alternatives to France's over-touristed spots. *Lonely Planet*, June.

Stavrinoudis, T., Tsartas, P. & Chatzidakis, G., 2012. Study of the major supply factors and business choices affecting the growth rate of wine tourism in Greece. *Current Issues in Tourism*, September, pp. 627-647.

Tezcan, B., 2004. DEVELOPING ALTERNATIVE MODES OF TOURISM. *A THESIS SUBMITTED TO THE GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES OF MIDDLE EAST TECHNICAL UNIVERSITY* .

Triarchi, E. & Karamanis, K., 2016. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background.

Triarchi, E. & Karamanis, K., 2016. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background".

Trunfio, M., Petruzzellis, L. & Nigro, C., 2006. Tour operators and alternative tourism in Italy. Exploiting niche markets to increase international competitiveness. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, pp. 426-438.

`

Tsartas, P., 1998. *Gre'ce: De tourisme de masse au tourisme alternatif.* Paris: L' Harmuttan.

Tsartas, P., Manaloglou, E. & Markou, A., 2001. Domestic Tourism in Greece and Special Interest Destinations: The Role of Alternative Forms of Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, pp. 35-42.

UNWTO, 2002. *Long-term Prospects: Tourism 2020 Vision.* s.l.:s.n.

UNWTO, 2019. *Tourism Definitions.* Madrid: World Tourism Organization (UNWTO).

Velissariou, E. & Vasilaki, E., 2014. LOCAL GASTRONOMY AND TOURIST BEHAVIOR RESEARCH ON DOMESTIC TOURISM IN GREECE. *4th International Conference on Tourism & Hospitality Management*, June.

Viheimiina, V., 2013. Rethinking Mass Tourism. *Tourist Studies*, December, pp. 268-286.

Wall, G., 1997. Rethinking impacts of tourism. *In Tourism Development (C. Cooper, B. Archer, and S. Wanhill, eds)*, p. 1–10.

Wall, G., 1997. Sustainable tourism - Unsustainable development. In: S. Wahab & J. J. Pigram, eds. *Tourism Development and Growth - The Challenge of Sustainability*. London: Routledge, pp. 33-49.

Weaver, D. B., 1991. Alternative to mass tourism in Dominica. *Annals of Tourism Research*, pp. 414-432.

Williams, S., 1998. *Tourism Geography*. London: Routledge.

Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Ανδριώτης, Κ., 2008. *ΑΕΙΦΟΡΙΑ και ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ(Αγροτουρισμός, Ορεινός Τουρισμός, Οικοτουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμος).* Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Ανδριώτης, Κ. Β., 2005. Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού. Στο: *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός.* s.l.:Εκδόσεις Σταμούλη, pp. 119-162.

Βαγγέλας, Γ. & Πάλλης, Θ., 2021. Διαμόρφωση στρατηγικής ανάπτυξης τουριστικών λιμένων. *ΔΙΑΝΕΟΣΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ*, Νοέμβριος.

Βελέντζα, Α., 2021. *Η τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή της Μεσογείου – Προτάσεις για την ανάκαμψη στη μετά-covid εποχή.* s.l.:s.n.

Διονυσοπούλου, Π., 2006. *Διεθνείς Φορείς στον τουρισμό. ΕΣΔΔ,* Αθήνα: s.n.

Ηγουμενάκης, Ν. Γ., 2007. *Τουριστική Οικονομία.* Γ΄ επιμ. Αθήνα: Interbooks.

`

Καφούρος, Β., 2015. *ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.* ΑΘΗΝΑ: Κεντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνων Αμερικής.

Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π., 2001. *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον.* Αθήνα: Κριτική.

Λόρεντς, Κ., 1979. *Τα 8 Θανάσιμα Αμαρτήματα του Πολιτισμού μας.* Αθήνα: ΘΥΜΑΡΙ.

Μοίρα, Π. & Δρίβας, Π., 2017. Ορεινός τουρισμός στην Ελλάδα: Δυνατότητες και προοπτικές. *e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας*.

Μωυσιάδη, Θ., 2015. *Υφιστάμενη κατάσταση και προοπτικές του Ναυτικού Τουρισμού - Προτάσεις πολιτικής,* s.l.: INSETE.

Παιτσίνης, Κ., Υφαντίδου, Γ. & Γεωργία, 2015. Τουριστική Τυπολογία. Στο: *Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.* s.l.:Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις, pp. 55-57.

Παρασκευαΐδης, Π., 2007. Στασεις του Εντόπιου Κοινωνικού Συνόλου στις Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης: Η Περίπτωση του Δημοτικού Διαμερίσματος Κάτω Βέρμιου. *Μεταπτυχιακή Διατριβή. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.*

Τσάρτας, Π., 1996. *Τουρίστες, Ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό.* Αθήνα: Εξάντας.

Φιοράκη, Μ., Δρόσου, Μ. & Θεοδώρου, Α., 2021. *Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων.* s.l.:ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.

Γ. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Define Business Terms. [Online]
Available at: https://www.definebusinessterms.com/el/τουριστική-ιστορία/

Eurostat, 2024. *Eurostat.* [Online]
Available at: https://ec.europa.eu/eurostat
[Accessed 2024].

Ministry-of-Economy, 2001. *Government of the Republic Of Slovene. Strategy Of Slovene Tourism In The 2002-2006.* [Online].

`

Ministry-of-Economy, 2004. *General Directorate for Commerce and Investment.Tourism.* [Online]
Available at: http://www.investinspain.org/tourisment.htm
[Accessed 2023].

OECD, 1994. *Creating Rural Indicators for Shaping Territorial Policy.* s.l.:Organisation for Economic Co-operation and Development.

OECD, 2007. *OECD Regions at a Glance 2007.* s.l.:Organization for Economic Co-operation and Development.

STATISTA, 2021. *STATISTA.* [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://www.statista.com/
Statista, 2024. *Statista.* [Online]
Available at: https://www.statista.com/
[Accessed 2024].

UNWTO World Tourism Organization. [Online]
Available at: https://www.unwto.org/
[Accessed 2023].

Wikipedia, 2024. *Tourism in Spain*, s.l.: s.n.

Καραμπουρνιώτης, Α., 2018. *Ποια είναι όλα τα είδη τουρισμού και ποιές οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού, ΠΑΣΚΕΔΙ.* [Ηλεκτρονικό]
Available at:
https://www.paskedi.gr/poia_einai_ola_ta_eidh_toyrismoy_kai_poies_oi_morfes_enallaktikoy_toyrismoy/

SETE, 2009. *SETE.gr.* [Ηλεκτρονικό]
Available at:
https://sete.gr/_fileuploads/basic_tourism_terminology/OrismoiStatistikonTourismou.pdf
[Πρόσβαση 25 May 2023].

`

Υπουργέιο-Τουρισμού, *Υπουργέιο Τουρισμού- Ministry of Tourism.* [Ηλεκτρονικό] Available at: https://mintour.gov.gr/ependyseis/espa/epiteliki-domi-espa-ypoyrgeioy-toyrismoy/programma-enallaktikos-toyrismos/ [Πρόσβαση 3 Νοέμβριος 2023].