

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά  
Τεχνολογικού Τομέα

Τμήματος: λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

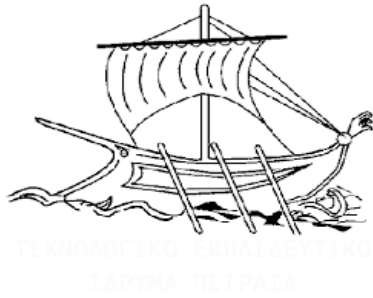
# ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΙΜΠΡΙΞΗ ΕΛΕΝΗ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΚΩΤΣΑΚΗ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΑΜ: 14829

ΑΘΗΝΑ, ΦΛΕΒΑΡΗΣ 2016



**Technological Educational Institute Of Piraeus  
Technological Sector**

**Section Accounting and Finance**

**THESIS  
EUROPEAN MARKET TOURIST SERVICES AND  
METHODS OF ATTRACTING TOURISTS IN  
GREECE**



**SUPERVISING PROFESSOR : IMPRIXI HELLEN**

**STUDENT : KOTSAKI KONSTANTINA AM: 14829**

**ATHENS, FEBRUARY 2016**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός είναι ένα πολυσύνθετο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο, το οποίο τις τελευταίες δεκαετίες αναπτύχθηκε ραγδαία σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ανάπτυξη του είναι αποτέλεσμα μιας σειράς παραγόντων που επηρέασαν τις δυτικές κυρίως κοινωνίες ( Δημήτρης Γ.Λαγός, Τουριστική Οικονομική).

Ο κλάδος του τουρισμού έχει διεπιστημονικό χαρακτήρα, χάρις στο γεγονός ότι σχετίζεται με διάφορες άλλες επιστήμες όπως η κοινωνιολογία, ψυχολογία, ανθρωπολογία, πολιτική καθώς και το τουριστικό μάρκετινγκ. Συνεπώς, ο προσδιορισμός της τουριστικής ζήτησης δεν είναι τίποτα άλλο παρά μία αρκετά πολύπλοκη υπόθεση. Για την όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερη προσέγγιση της παίζει τόσο ο καθορισμός των τουριστικών κινήτρων και επιθυμιών όσο και οι παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά του τουρίστα ως καταναλωτή τουριστικού προϊόντος.

Όσον αφορά την Ελληνική επικράτεια ο τουρισμός αντιπροσωπεύει άνω του 18% του εθνικού ακαθάριστου εισοδήματος, πράγμα που απεικονίζει τη ζωτική σημασία του στον τομέα της εθνικής οικονομίας. Ακόμα, λόγω της ανυπέβλητης φυσικής ομορφιάς και πολιτισμικού κληροδοτήματος η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης εκατομμυρίων τουριστών ετησίως, κατατάσσοντάς την στην 15<sup>η</sup> θέση της παγκόσμιας λίστας προσέλευσης τουριστών σύμφωνα με στοιχεία που δημοσίευσε παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού (UNTO).

Οι ευρωπαϊκές χώρες από την άλλη, αντιπροσωπεύουν το 40% των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων με κύριους πόλους την Ισπανία, την Ιταλία και την Γαλλία. Η ευρωπαϊκή τουριστική πολιτική εγγύται στην διαφύλαξη των φυσικών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών κάθε τουριστικού θέλγητρου καθώς και στην προώθηση και βελτίωση του ευρωπαϊκού τουριστικού προϊόντος.

Συμπερασματικά, κρίνεται αναγκαίο να τονισθεί πως τρόποι προσέλκυσης τουριστών υπάρχουν πολλοί και ανά τόπο εξειδικευμένοι αλλά χρειάζεται την απαραίτητη μέριμνα της πολιτείας και των κρατικών φορέων τουρισμού για την ανάπτυξή και προβολή τους. Η χώρα μας είναι προικισμένη με προτερήματα που την κάνουν μοναδική, τα οποία εάν αξιοποιηθούν στο επαρκών θα επιφέρουν στην τοπική οικονομία αλματώδης ανάκαμψη.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1.1 Ορισμός τουρισμού.....	7
1.2 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού.....	7
1.3 Το προφίλ του σύγχρονου τουρισμού.....	8
1.4 Λόγοι ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου.....	9
1.5 Διακρίσεις τουρισμού.....	9
1.6 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	12
1.7 Επιδράσεις τουρισμού.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	
2.1 Ορισμός τουρίστα.....	15
2.3 Τυπολογίες τουριστών .....	16
2.4 Χαρακτηριστικά των τουριστών.....	16
2.5 Κίνητρα τουριστών.....	17
2.6 Τουριστικό προϊόν.....	18
2.7 Κατάλυμα.....	19
2.8 Μεταφορές.....	20
2,9 Τουριστικό πακέτο.....	20
2.10 Τουριστικό κύκλωμα.....	21
2.11 Τουριστική ζήτηση.....	22
2.12 Συμπεριφορά του τουρίστα σαν καταναλωτή.....	24
2.13 Τουριστικές ανάγκες – επιθυμίες.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ	
3.1 Τουρισμός στην Ευρώπη.....	28
3.2 Ευρωπαϊκή τουριστική στρατηγική.....	28

3.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα (Ιανουάριος- Δεκέμβρης 2009-2014).....	29
3.4 Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός.....	29
3.4.1 Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας έναντι των άλλων χωρών.....	30
3.5 Αειφόρος Τουριστική ανάπτυξη.....	31
3.6 Φορείς τουρισμού.....	31
3.7 Εθνική στρατηγική για την τουριστική ανάπτυξη.....	32
3.8 Στρατηγικές ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	33
3.8.1 Αγροτουρισμός.....	33
3.8.2 Οικοτουρισμός.....	33
3.8.3 Χιονοδρομικός.....	33
3.8.4 Ορεινός/ορειβατικός.....	35
3.8.5 Ιαματικός τουρισμός.....	35
3.8.6 Πολιτισμικός τουρισμός.....	38
3.8.7 Θρησκευτικός τουρισμός.....	39
3.8.8 Θαλάσσιος τουρισμός.....	41
3.8.9 Γαστρονομικός τουρισμός.....	42
3.8.10 Οινoturισμός.....	43
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	47
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	48

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα βασικό πυλώνα οικονομικής ανάπτυξης σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ανάπτυξη του τουρισμού από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου πολέμου και μετά υπήρξε θεαματική καθώς σήμερα αποτελεί τη μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο , την τουριστική βιομηχανία, χωρίς αυτό να σημαίνει πως παραγκωνίζει τις υπόλοιπες οικονομικές δραστηριότητες όπως τη γεωργία την ναυτιλία ) ή ότι θεωρείται η λύση των οικονομικών προβλημάτων μιας χώρας. Οι επιδράσεις του τουρισμού αφορούν τόσο οικονομικούς όσο και κοινωνικοπολιτικούς παράγοντες και περιβαλλοντολογικούς.

Η Ελλάδα, πόλος έλξης εκατομμυρίων τουριστών ετησίως, παρουσιάζει πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλες χώρες και δικαίως χαρακτηρίζεται ως η βασίλισσα της μεσογείου γεωγραφικής της θέσης, οι κλιματικές της συνθήκες ,η μορφολογία το εδάφους ,η πολιτιστικής της κληρονομία αποτελούν μόνο κάποιες από τα υπεροχές της χώρας μας.

Σκοπός της εργασίας είναι η ανάλυση του τουριστικού φαινομένου τόσο στην Ελλάδα όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο και με την επικουρική βοήθεια πινάκων και σχεδιαγραμμάτων ώστε να γίνει ευκολότερη η κατανόησή τους από τον αναγνώστη.

Αρχικά, θα γίνει εκτενής αναφορά στην ιστορική αναδρομή και ορολογία του τουρισμού ,τις θετικές αλλά και τις αρνητικές επιδράσεις του καθώς και στη συμβολή του στο ΑΕΠ της χώρας. Ύστερα, θα επικεντρωθούμε στην Ελλάδα ως χώρα υποδοχής τουριστών και τα βασικά κίνητρα που τοποθετούν τη χώρα στη λίστα με τις “ top” προτιμήσεις τους.

Τέλος, θα γίνει εκτενή αναφορά στους τρόπους προσέλκυσης τουριστών ώστε να υπάρξει αειφόρος ανάπτυξη στην πατρίδα μας, αναλύοντας σε βάθος τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τις ευεργετικές ιδιότητές τους στην εθνική ανάπτυξη. Έπειτα θα τοποθετηθούν τα πολύτιμα συμπεράσματα που προκύπτουν από την υπάρχουσα εργασία καθώς και η σημασία της στην μελέτη του ελληνικού τουρισμού.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

## 1.1 Ορισμός Του Τουρισμού

Εάν ανατρέξει κανείς σε κάποια βιβλιογραφία για τον καθορισμό της έννοιας του τουρισμού θα διαπιστώσει ότι υπάρχει μια ευρύς γκάμα από ορισμούς, η πιο επικρατέστερη από τις οποίες είναι σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Επιστημόνων Τουρισμού, (International Association of Scientific ExpertsonTourism - AIEST) τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή στον προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα. Ο όρος τουρισμός έχει αγγλική προέλευση από τον αντίστοιχο αγγλικό όρο «touring» που προέρχεται από την γαλλική λέξη «tour» που σημαίνει γύρος περιοδεία, ταξίδι.

## 1.2 Ιστορική Αναδρομή

Ο τουρισμός χρονολογείται από τις αρχές του 18<sup>ου</sup> και κυρίως τον 19<sup>ο</sup> αιώνα. Ωστόσο αυτή η έννοια προϋπήρχε από την αρχαιότητα όπου ομάδες ανθρώπων μετακινούνταν σε διαφορετικό μέρος από αυτό του τόπου κατοικίας τους λόγω θρησκευτικών, αθλητικών, εμπορικών ή για λόγους υγείας. Τα 7 θαύματα του κόσμου καθώς και η έμφυτη τάση του ανθρώπου για δίψα για μόρφωση και διεύρυνση των πνευματικών τους οριζόντων αποτέλεσαν τα πρώτα κίνητρα για μετακίνηση.

Στην αρχαία Ελλάδα το αίσθημα της ξενίας ήταν πολύ αναπτυγμένο και παρατηρείται έντονα από πηγές αρχαίων συγγραφέων στα ταξίδια τους. Ο Ηρόδοτος για παράδειγμα ταξίδεψε τόσο σε ελληνικές όσο και σε ξένες πόλεις όπως η Σικελία και η Αίγυπτος με αφορμή τα διαφορετικά ήθη και έθιμα, κουλτούρα, τρόπο ζωής καθώς και θρησκευτικές δοξασίες. Στην λίστα των τουριστικότερων περιοχών της αρχαιότητας καταλαμβάνουν η Ολυμπία, οι Δελφοί, η Επίδαυρος και η Αιδηψός λόγω των θρησκευτικών και αθλητικών εκδηλώσεων που έπαιρναν μέρος.

Στα ρωμαϊκά και βυζαντινά χρόνια οι μετακινήσεις αυξήθηκαν και άρχισαν να υπάρχουν κανόνες σχετικά με την ασφάλεια του ταξιδιού και τα καταλύματα που προσφέρονταν για εξυπηρέτηση και την εποχή του Μεσαίωνα και της αναγέννησης με την ανάκαμψη του εμπορίου και ως αποτέλεσμα πνευματικής και μορφωτικής ανάπτυξης οι μετακινήσεις πήραν αλματώδη μορφή. Η εφεύρεση του σιδηροδρόμου και κατ'επέκταση του οδικού δικτύου τον 19<sup>ο</sup>

αιώνα εφερε ραγδαία αναπτυξη στις μετακινήσεις καθώς έγιναν πιο ασφαλείς και γρήγορες. Με το Grand Tour (ταξίδια που έκαναν αριστοκρατικές οικογένειες για την διεύρυνση των μορφωτικών τους γνώσεων στην Ευρώπη που συνέβαλλε καθοριστικά στην .Ο 20<sup>ος</sup> αιώνας ανεπιφύλακτα μπορεί να αποκληθεί «ο αιώνας του τουρισμού» , αφού στη διάρκειά του συντελούνταν κοσμογονικές αλλαγές σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη. Θεωρείται ο αιώνας της μαζικοποίησης του τουρισμού καθώς από προνόμιο των «λίγων» έγινε δικαίωμα των πολλών, απέκτησε δηλαδή πιο «δημοκρατικό» χαρακτήρα.

Στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα με την ναυπηγηση πλοίων έγιναν προσιτες και οι θαλάσσιες μετακινήσεις. Ως εκ τούτου, η επιτάχυνση της τουριστικής ανάπτυξης μεταπολεμικά οφείλεται στην ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη μεταφορικών μέσων ,η οποία κατέστη τις μετακινήσεις ευκολότερες και πιο προσβάσιμες σε σχέση με το παρελθόν. Οι κατακτήσεις των εργαζομένων για τη διεκδίκηση καλύτερων συνθηκών διαβίωσης και βελτίωσης του βιοτικού τους επιπέδου αλλά και η αστικοποίηση μεγάλου πληθυσμού στα μεγάλα βιομηχανικά κέντρα του αναπτυσσόμενου κόσμου οδήγησε σε κοινωνικοψυχολογικά και ιατρικά συμπτώματα όπως άγχος, stress,κακή διατροφή, καθιστική ζωή κ.λπ.

### **1.3 Το Προφίλ του Σύγχρονου Τουρισμού**

Ο σημερινός τουρισμός διαφέρει κατά πολύ σε σχέση με τον παλιότερο. Ο τουρισμός αποτελεί μια κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική αλλά και μορφωτική δραστηριότητα που κινείται σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και για πολλές εθνικές οικονομίες η πρωταρχική παραγωγική διαδικασία που λειτουργεί σαν βασική πηγή εισοδήματος.

Κύριο χαρακτηριστικό του σημερινού τουρισμού είναι η ραγδαία μαζικοποίηση του καθώς και η αλλαγή των καταναλωτικών προτύπων, του ελεύθερου χρόνου και του εισοδήματος των τουριστών. Πλέον οι σύγχρονοι τουρίστες αναζητούν πιο εξειδικευμένες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Επίσης, ευαισθητοποιούνται πολύ περισσότερο σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον στα κριτήρια σύμφωνα με τα οποία επιλέγουν τουριστικό προορισμό.

Αξιοσημείωτη είναι και η αύξηση της τουριστικής κίνησης επισκεπτών τρίτης ηλικίας, οι οποίοι διαθέτουν ελεύθερο χρόνο και χρήμα αποτελώντας μία πολλά υποσχόμενη αγορά.

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας καθώς και νέων μεθόδων μάρκετινγκ και οργάνωσης και διοίκησης συντελούν στην αποτελεσματικότερη λειτουργία των



τουριστικών επιχειρήσεων και την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

#### **1.4 Λόγοι Ανάπτυξης του Τουριστικού Φαινομένου**

Στην ανάπτυξη του τουρισμού λειτούργησαν επικουρικά οι παρακάτω παράγοντες:

- ✓ Βελτίωση-ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς
- ✓ Οικονομική κατάσταση των εργαζομένων
- ✓ Πολιτιστικό επίπεδο των λαών
- ✓ Κοινωνικές παροχές
- ✓ Ανάπτυξη μέσων επικοινωνίας και ενημέρωσης
- ✓ Σύσταση διάφορων σωματείων συλλόγων
- ✓ Ανάπτυξη της τεχνολογίας

#### **1.5 Διακρίσεις Τουρισμού**

Σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού ο τουρισμός διακρίνεται σε:

- Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism)
- Διεθνής τουρισμός (international tourism)
- Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism)
- Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism)

##### **1.5.1 Είδη Τουρισμού**

Ο τουρισμός διαχωρίζεται σε αυτόν που γίνεται στην επικράτεια της χώρας(εσωτερικός τουρισμός) και σε αυτόν σε αλλοδαπή (εξωτερικός τουρισμός). Αυτή η διάκριση παίζει καθοριστικό ρόλο στο αν θα θεωρηθεί μια χώρα τουριστική ή όχι.

##### **Εσωτερικός τουρισμός**

Με τον όρο εσωτερικό τουρισμό εννοούμε την εγχώρια μετακίνηση τουριστικού πλήθους από την μόνιμη κατοικία τους σε μία άλλη εντός της επικράτειας. Βασικό πλεονέκτημα του εσωτερικού τουρισμού είναι η αναδιανομή του εισοδήματος κυρίως όταν ταξιδεύουν από τα αστικά κέντρα στην περιφέρεια καθώς το εισόδημα τείνει να είναι ψηλότερο στις μεγαλουπόλεις. Επίσης, με αυτόν τον τρόπο γνωρίζουν άλλα μέρη της χώρας σύσφιξη των σχέσεων των κατοίκων μιας χώρας. Σαν μειονέκτημα μπορεί να

θεωρηθεί το γεγονός ότι χάνουν την δυνατότητα να γνωρίσουν καινούργια ήθη έθιμα και γενικότερα την κουλτούρα ενός άλλου λαού.

## **Εξωτερικός Τουρισμός**

Από την άλλη, ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός πρόκειται για την μετακίνηση τουριστών εκτός των συνόρων της χώρας ή την προσέλευση ξένων τουριστών στη χώρα μας. Ο εξωτερικός τουρισμός υποδιαιρείται στον εξωτερικό παθητικό και στον εξωτερικό ενεργητικό τουρισμό ανάλογα με τον προορισμό.

### **➤ Εξωτερικός παθητικός τουρισμός(από την χώρα τους προς μια άλλη)**

Με αυτόν τον τρόπο τα άτομα διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες, μαθαίνουν έναν διαφορετικό τρόπο ζωής με διαφορετικές συνήθειες και κουλτούρα και έτσι αναβαθμίζεται το μορφωτικό τους επίπεδο.

Ωστόσο, η εκροή συναλλάγματος αποτελεί το σοβαρότερο πρόβλημα που προσπαθεί να αμβλύνει το κράτος με παρεμβατικούς μηχανισμούς. Ενώ, οι υπόλοιπες χώρες αναπτύσσονται τουριστικά από την προσέλευση τουριστών οι δικές τους περιοχές μαραζώνουν και ερημώνουν τουριστικά.

### **➤ Εξωτερικός ενεργητικός τουρισμός (πολίτες άλλης χώρας μετακινούνται στον τόπο σου)**

Σε αντίθεση με τον εξωτερικό παθητικό τουρισμό, ο εξωτερικός ενεργητικός τουρισμός θεωρείται ως η κύρια πηγή τουριστικών εσόδων για το κράτος εφόσον γίνεται εισροή συναλλάγματος και ενισχύεται η εθνική οικονομία. Παρόλα αυτά, η παραγκώνιση του εσωτερικού τουρισμού αποτελεί κύριο εθνικό καθήκον. Το φαινόμενο της εποχικότητας μπορεί να αμβλυνθεί μόνο με την αποτελεσματική προώθηση και προβολή του εγχώριου τουρισμού.

Ξέροντας τις βασικές κατηγορίες τουρισμού μπορούμε να δούμε πιο εξειδικευμένες υποδιαιρέσεις.

## **1.5.2 Από άποψη τουριστικού πλήθους**

Ανάλογα με το αν συμμετέχει ένα άτομο ή μια οικογένεια είτε μια ομάδα ανθρώπων(γκρουπ) διακρίνεται σε μεμονωμένο και μαζικό τουρισμού.

## **Μεμονωμένος Τουρισμός**

Μέχρι την δεκαετία του 70' ήταν πολύ διαδεδομένος. Οι τουρίστες απολαμβάνουν την δυνατότητα να κανονίζουν μόνοι τους το πρόγραμμα τους καθώς και την κατανομή του χρόνου τους. Ποιοτικά και ποσοτικά οι υπηρεσίες

που τους προσφέρονται τείνουν να είναι καλύτερες από αυτές του ομαδικού. Παρόλα αυτά αποτελεί μια δαπανηρή και ανασφαλής επιλογή όσον αφορά την ορθή επιλογή της περιοχής, τόσο στο θέμα της κύριας γλώσσας ομιλίας που διαφέρει ανά περιοχή όσο και στο συναίσθημα της ασφάλειας.

## **Μαζικός/Ομαδικός Τουρισμός**

Η συντριπτική πλειοψηφία του 80-85% του παγκόσμιου πληθυσμού επιλέγουν να ταξιδεύουν με ομάδα ταξιδιωτών, το λεγόμενο «γκρουπ» καθώς το κόστος είναι χαμηλό, το ταξίδι ασφαλές και οι ξεναγοί εξειδικευμένοι και εμπειρογνώμονες. Σαν αρνητικό θεωρείται η αυστηρή τήρηση του προγράμματος και η χαμηλή ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνουν οι τουρίστες.

### **1.5.3 Από άποψη εποχής**

#### **Συνεχής/ετήσιος τουρισμός**

Το ποσό του πλήθους των τουριστών παραμένει αμετάβλητο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ή έχει ελάχιστες ποσοτικές διακυμάνσεις οι οποίες δεν επηρεάζουν τον χαρακτηρισμό της περιοχής ως συνεχή.

#### **Εποχιακός τουρισμός**

Μεγάλος όγκος τουριστών μια συγκεκριμένη εποχή του έτους ,συνήθως στην χώρας μας καταφθάνουν τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω του μεσογειακού μας κλίματος και του συνδυασμού Ήλιου και θάλασσας αποτελεί ένα πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπιστεί.

### **1.5.4 Από άποψη του μεγέθους του τουριστικού πλήθους**

- **Νεκρή περίοδος/χαμηλή** Ονομάζεται η περίοδος εκείνη που δεν υπάρχουν καθόλου τουρίστες ή ένας μικρός αριθμός. Για παράδειγμα στα νησιά του Αιγαίου, τα οποία αποτελούν κορυφαίους καλοκαιρινούς προορισμούς όπως η Μύκονος και η Σαντορίνη, την χειμερινή περίοδο είναι τελείως ερημωμένα.
- **Μέση περίοδος** σχετικά καλό πλήθος τουριστών με τάσεις ανόδου
- **Υψηλή περίοδος/αιχμής** Παρα πολύ μεγάλος όγκος τουριστών overbooking και σε ορισμένες περιπτώσεις αδυναμία εξυπηρέτησης του τουριστικού κοινού. Αυτό οφείλεται κυρίως στην έλλειψη κατάλληλων υποδομών και εξειδικευμένου προσωπικού.

## **1.6 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού**

Ο εναλλακτικός τουρισμός απευθύνεται κυρίως σε ομάδες ανθρώπων οι οποίοι έχουν την επιθυμία να κάνουν κάτι διαφορετικό από το συνηθισμένο. Είναι αρκετά εξειδικευμένος για τις ανάγκες του κάθε ανθρώπου ξεχωριστά και περικλείει ένα ευρύ φάσμα από διαφορετικά είδη τουριστικών διακοπών. Τέτοιου είδους διακοπές ελκύουν κατά βάση ταξιδιώτες- τουρίστες που προτιμούν τον μεμονωμένο τουρισμό, ενώ αντίθετα με τις κανονικές είναι λιγότερο συνδεδεμένες με τις θερινές διακοπές.

Παρακάτω αναφέρονται οι κύριες εναλλακτικές μορφές τουρισμού κάποιες από τις οποίες θα αναλυθούν εκτενέστερα στο τρίτο κεφάλαιο:

- ❖ Αγροτουρισμός
- ❖ Τουρισμός υπαίθρου
- ❖ Αθλητικός τουρισμός
- ❖ Περιηγητικός τουρισμός
- ❖ Θαλάσσιος τουρισμός
- ❖ Οικοτουρισμός
- ❖ Πολιτιστικός
- ❖ Ορεινός
- ❖ Χειμερινός
- ❖ Ορειβατικός
- ❖ Τουρισμός περιπέτειας
- ❖ Κοινωνικός
- ❖ Τουρισμός υγείας
- ❖ Εκπαιδευτικός
- ❖ Θρησκευτικός
- ❖ Συνεδριακός
- ❖ Εκθεσιακός
- ❖ Τουρισμός κινήτρων
- ❖ Επαγγελματικός
- ❖ Θεματικός
- ❖ Αστικός

## 1.7 Επιδράσεις του Τουρισμού

Ο τουρισμός όπως και κάθε άλλη οικονομική δραστηριότητα επιδρά ποικιλότροπα στο γενικότερο περιβάλλον που δραστηριοποιείται. Οι επιδράσεις αυτές είναι οικονομικές, κοινωνικοπολιτισμικές καθώς και περιβαλλοντολογικές. ( Φώτης Ε.Κιλιπέρης).

Αν αυτοί οι παράγοντες δεν παρουσιάζουν διαφορά στο είδος, το μέγεθος, την ποσότητα, τη σύσταση ή την ένταση σε δύο διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές δεν δημιουργείται η επιθυμία για μετακίνηση.

Σχεδιάγραμμα 1

### Οι Επιδράσεις του Τουρισμού



#### ➤ ΚΟΙΝΩΝΙΑ- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Τα κοινωνικοπολιτιστικά στοιχεία από μόνα τους αποτελούν τρόπους προσέλκυσης τουριστών. Σε κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο ο τουρισμός βοηθά τόσο στη σύσφιξη των διακρατικών δεσμών ανάμεσα στους λαούς όσο και στην απόκτηση καινούργιων εμπειριών και τη γνωριμία των επισκεπτών με άλλους πολιτισμούς και παραδόσεις. Παρόλα αυτά, παρατηρείται σε έντονα αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές ξένοι τουρίστες να υπερβαίνουν τα πολιτισμικά όρια και στο όνομα της ξέφρενης διασκέδασης να διαπράττουν αθλιότητες, έχοντας μία απρεπή αλλά και πολλές φορές προσβλητική συμπεριφορά απέναντι στους κατοίκους της περιοχής. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιου είδους συμπεριφοράς είναι τα Μάλια της Κρήτης

#### ➤ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Ο τουρισμός παίζει καθοριστικό ρόλο στο φυσικό περιβάλλον, τόσο ώστε όταν αυτό υποβαθμίζεται έχει σαν αποτέλεσμα την παραγκώνιση του τουριστικού

προϊόντος. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον μπορεί να είναι θετικές αλλά και αρνητικές. Αρνητικές όταν η τουριστική ανάπτυξη ξεπεράσει τα όρια αντοχής του τόπου και θετικές όταν ο τουρισμός συμβάλλει στην διατήρηση και προστασία του τοπίου. Για παράδειγμα σε πολλά νησιά του αιγαίου έχουν διατηρηθεί σε άριστη κατάσταση παραλίες οι οποίες είναι πόλος έλξης τουριστών, άρα παρατηρούμε ότι η διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου και θα πρέπει να βρίσκεται σε μία ισορροπία.

## ➤ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

### Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας και στην ενίσχυση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος (Α.Ε.Π). Μειώνει και εξισορροπεί το άνοιγμα του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, ενισχύει οικονομικά την περιφέρεια. Παρόλα όμως τις θετικές συνέπειες του στον τομέα της οικονομίας τουρισμός μπορεί να πάρει αρνητικές διαστάσεις αν παραγκωνίζει τη λειτουργία άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων όπως η γεωργία, βιομηχανία κλπ. Επίσης καθίσταται αναγκαίος ο έλεγχος και ο προγραμματισμός της ανάπτυξης του τουρισμού όσο είναι τουλάχιστον δυνατόν καθώς το τουριστικό φαινόμενο είναι αρκετά δύσκολο να προσδιοριστεί μακροπρόθεσμα από το κράτος πρέπει να τεθούν τα όρια

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑ- ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλυθούν έννοιες όπως ο τουρίστας, το τουριστικό σύστημα καθώς και οι πολύμορφες επιδράσεις του τουρισμού όσον αφορά τη ζήτηση και την προσφορά του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, θα γίνει εκτενής αναφορά στα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες να ταξιδέψουν σε έναν τουριστικό προορισμό.

#### 2.1 Ορισμός του Τουρίστα

Τα άτομα που ταξιδεύουν χαρακτηρίζονται γενικά ως ταξιδιώτες (travelers). **Ταξιδιώτης** (traveler) είναι κάθε άτομο που πραγματοποιεί ένα ταξίδι για οποιαδήποτε σκοπό, εκτός από το να εργαστεί, μεταξύ δύο ή περισσότερων γεωγραφικών τόπων(προορισμών), είτε αυτοί είναι στο εσωτερικό της χώρας διαμονής του (εγχώριος ταξιδιώτης) είτε στην αλλοδαπή (διεθνής ταξιδιώτης (Δημήτρης Γ.Λαγός,Τουριστική οικονομική)

Για τα άτομα τα οποία ταξιδεύουν σε ένα μέρος διαφορετικό από αυτό που κατοικεί μόνιμα σε διάστημα μικρότερο αυτού του έτους, με εξαίρεση την εργασία χρησιμοποιείται ο όρος επισκέπτης (visitor). Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ) ο όρος επισκέπτης (visitor) διαχωρίζεται στους:

- ✓ Τουρίστες (tourists). Περιλαμβάνει όλους τους επισκέπτες (visitors), ημεδαπούς ή αλλοδαπούς οι οποίοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και παραμένουν τουλάχιστον 24 ώρες με διανυκτέρευση και όχι περισσότερο από ένα έτος στη χώρα ή την περιοχή ποεπισκέπτονται.
- ✓ Εκδρομείς/ημερήσιους επισκέπτες (excursionist, same-dayvisitor). Περιλαμβάνει ημεδαπούς ή αλλοδαπούς, οι οποίοι είναι προσωρινοί επισκέπτες και παραμένουν λιγότερο από 24 ώρες στη χώρα ή την περιοχή που επισκέπτονται, χωρίς να πραγματοποιούν καμιά διανυκτέρευση. Στη κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται όσοι ταξιδεύουν με κρουαζιερόπλοια(cruisepassengers), μέλη πληρώματος πλοίων(crew),διασυνοριακοί αγοραστές(bordershopper) ,οι ημερήσιοι εκδρομείς οι οποίοι δεν πραγματοποιούν διανυκτέρευση καθώς και οι επιβάτες τρένων (οι οποίοι

συμμετέχουν σε ένα ομαδικό πρόγραμμα και διαμένουν στο τρένο.) Πρέπει όμως να πούμε ότι οι επισκέπτες διακρίνονται:

- Σε διεθνείς επισκέπτες (internationalvisitors). Άτομα που ταξιδεύουν σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία ζουν όχι για περισσότερο από 12 μήνες και που ο σκοπός της επίσκεψης τους αφορά άσκηση δραστηριότητας για την οποία θα αποζημιωθούν.
- Σε εγχώριους επισκέπτες (domesticvisitors). Άτομα που ζουν σε μια χώρα και ταξιδεύουν σε ένα άλλο μέρος της ίδιας χώρας, όχι για περισσότερο από 12 μήνες και ο λόγος της επίσκεψης τους είναι η άσκηση δραστηριότητας για την οποία θα ζητήσουν αποζημίωση. Οι εγχώριοι επισκέπτες μπορεί να είναι επισκέπτες που διανυκτερεύουν ή επισκέπτες μιας ημέρας (Βενετσανοπούλου, 2006).

### 2.3 Τυπολογίες Τουριστών

Οι λόγοι για τους οποίους οι άνθρωποι ταξιδεύουν δεν είναι πάρα μια πολύ περίπλοκη υπόθεση. Ενώ κάποιος θα μπορούσε να σκεφτεί πολλούς λόγους, παρόλα αυτά για την κατανόηση της ψυχολογίας. Της κατά τη διάρκεια λήψης μίας απόφασης πολλοί μελετητές προσπάθησαν να εντάξουν τους τουρίστες σε αντίστοιχες τυπολογίες. Όσον αφορά τη τυπολογία των τουριστών, υπάρχει μια μεγάλη πληθώρα από ορισμούς, οι οποίοι προκύπτουν από τους διάφορους παράγοντες που συντελούν στη διαμόρφωση της τουριστικής συμπεριφοράς και των καταναλωτικών προτύπων. Οι απόψεις σχετικά με την πιο ορθή διάκριση των τουριστών δίστανται καθώς, ο καθένας τους βασίζεται σε διαφορετικούς συντελεστές.

### 2.4 Χαρακτηριστικά των Τουριστών

Σημαντικοί συντελεστές για τον προσδιορισμό των καταναλωτικών προτύπων των τουριστών παίζουν οι εξής παράγοντες: (λαγός)

- Τα κοινωνικοοικονομικά δεδομένα των τουριστών όπως το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα, κίνητρα, αντιλήψεις κλπ.)
- Το επίπεδο τουριστικής χρήσης (ο αριθμός τουριστών, η κατανομή τους στο χώρο και στο χρόνο, η τουριστική πυκνότητα κλπ)
- Η διάρκεια της τουριστικής παραμονής
- Η μορφή της τουριστικής δραστηριότητας
- Τα επίπεδα της τουριστικής ικανοποίησης

Οι παράγοντες που διαμορφώνουν τα ανωτέρω χαρακτηριστικά των τουριστών αφορούν τόσο κοινωνικό-ψυχολογικά αίτια, καταναλωτικά



πρότυπα καθώς και δημογραφικούς και θεσμικούς- οργανωτικούς παράγοντες.

## **2.5 Τουριστικά Κίνητρα**

Οι τάσεις που ωθούν τους ανθρώπους να επισκεφθούν ένα μέρος για τουριστικούς λόγους ,ονομάζονται τουριστικά κίνητρα. Η εξέταση των διαφόρων κινήτρων των τουριστών αποσκοπεί στην ανάλυση τους, εφόσον αποτελούν τη βάση του τουριστικού φαινομένου, την «ενεργοποιό δύναμη» που θέτει σε κίνηση και λειτουργία την τουριστική δραστηριότητα. Ο τουρισμός μπορεί να είναι αποτέλεσμα της ανάγκης του ατόμου για απόδραση από το καθημερινό εργασιακό περιβάλλον, είτε για πολιτιστικές ανησυχίες και συναισθηματικές ελλείψεις είτε για την απόκτηση νέων εμπειριών και διεύρυνση των πνευματικών τους οριζόντων.

### **2.5.1 Παράγοντες που επιδρούν στη λήψη μιας απόφασης**

Οι παράγοντες που συντελούν για την λήψη μιας απόφασης σχετικά με το μέρος που θα επιλέξει ο τουρίστας ποικίλουν. Οι δύο βασικές κατηγορίες είναι :οι ενδογενείς παράγοντες, αυτοί δηλαδή που προέρχονται από τον ίδιο τον τουρίστα και οι εξωγενείς ,αυτοί που απορρέουν από εξωτερικές καταστάσεις και επιδρούν άμεσα στην τουριστική οικονομία.

Υποκειμενικοί παράγοντες δηλαδή το γούστο, οι προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα.

Αντικειμενικοί παράγοντες που επιδρούν στη λήψη μιας απόφασης για την επιλογή προορισμού είναι:

- ✓ Απόσταση
- ✓ Κόστος
- ✓ Διαθέσιμα μεταφορικά μέσα
- ✓ Ελεύθερος χρόνος

Διαχωρίζονται σε

- A. φυσικά και κλιματολογικά (μορφολογία εδάφους, ηλιοφάνεια, θάλασσα, χλωρίδα και πανίδα, κλίμα κλπ)
- B. πολιτιστικά (πολιτιστικοί κληρονομιά, ιστορικοί χώροι, μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι-θέατρα)
- Γ .οικονομικά (κόστος ζωής/χώρα καθοριστική σημασία, συνάλλαγμα, ισοτιμία νομίσματος)
- Δ. ψυχολογικά (νέα μέρη, σπάνια δεύτερη φορά στο ίδιο εκτός αν υπάρχει η οικονομική δυνατότητα, συναισθηματικός λόγος)

## 2.6 Τουριστικό Προϊόν

Το τουριστικό προϊόν αποτελεί ένα σύνθετο και τελείως διαφορετικό προϊόν σε σχέση με τα υπόλοιπα καθώς για την πραγματοποίησή του απαιτείται συνδυασμός διαφόρων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Μπορεί να έχει είτε τη μορφή υλικών ή άυλων αγαθών. Με τον όρο υλικά εννοούμε τα τρόφιμα, ποτό προς κατανάλωση των τουριστών, σουvenir κλπ. Ενώ άυλα τις υπηρεσίες που προσφέρονται στον επισκέπτη (διαμονή, μετακίνηση, ψυχαγωγία) καθώς και διάφορες καταστάσεις ή μορφές ενέργειας αναγκαίες για την παραγωγή τουριστικού προϊόντος (φώς, κλιματισμός, τηλέφωνο).

Βασικά συστατικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος σύμφωνα με τον Middleton είναι τα εξής:

- ❖ Τα θέλγητρα του τόπου προορισμού  
Αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους παράγοντες προσέλκυσης τουριστών σε μία περιοχή και χωρίζονται σε:
  - Φυσικά θέλγητρα
  - Κατασκευασμένα θέλγητρα
  - Πολιτιστικά θέλγητρα (θέατρα, πολιτιστικοί χώροι, μνημεία)
  - Κοινωνικά θέλγητρα (τρόπος ζωής ντόπιων)
- ❖ Οι διευκολύνσεις του τόπου προορισμού  
Με τον όρο διευκόλυνση εννοούμε οποιαδήποτε μορφή καταλύματος, επισιτιστικού χώρου, μεταφορικού μέσου καθώς και εμπορικά κέντρα και πληροφορίες που δέχονται οι τουρίστες. Γενικά δηλαδή ότι συντελεί στην μεγιστοποίηση της τουριστικής απόλαυσης.
- ❖ Η προσβασιμότητα του τόπου προορισμού  
Πόσο προσβάσιμη με λίγα λόγια είναι η έλευση των τουριστών στα τουριστικά θέλγητρα τόσο από άποψη υποδομής όσο και από άποψη μεταφοράς και συγκοινωνιακού δικτύου.
- ❖ Η εικόνα του τόπου προορισμού  
Η εικόνα (image) παίζει καθοριστικό ρόλο κατά τη διαδικασία λήψης μιας απόφασης για την επιλογή προορισμού. Η έννοια της εικόνας έχει πολύ μεγαλύτερη βαρύτητα στον τουριστικό κλάδο από οποιαδήποτε άλλο κλάδο της οικονομίας διότι μέσω αυτού το άτομο συνειδητά ή ασυνειδητά διαμορφώνει διάφορα συναισθήματα.
- ❖ Η τιμή του τουριστικού προϊόντος  
Η τιμή του τουριστικού προϊόντος είναι το συνολικό κόστος της ταξιδιού που πραγματοποιήθηκε. Περιλαμβάνει την μεταφορά, τη διαμονή σε κατάλυμα και οποιαδήποτε άλλη σχετική υπηρεσία. Το κόστος διαμορφώνεται από τις ανέσεις και την επιλογή καταλύματος. Δεδομένου ότι η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών διακινούνται είτε από ταξιδιωτικά γραφεία είτε από οργανωτές τουριστικών

ταξιδιών(tour operators), η πώληση του τουριστικού προϊόντος γίνεται με τη μορφή των τουριστικών πακέτων.

## **2.7 Καταλύματα**

Το κατάλυμα αποτελεί μέρος του τουριστικού προϊόντος και σκοπός του είναι η μέγιστη δυνατή απόλαυση του καταναλωτικού-τουριστικού πλήθους σύμφωνα πάντα με τις απαιτούμενες προσδοκίες τους. Ο κλάδος της φιλοξενίας έχει υποστεί πολλές αλλαγές λόγω της διαρκούς βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος χάρις στην ανάπτυξη της τεχνολογίας και την αλλαγή των τουριστικών επιθυμιών , οι οποίες έχουν γίνει πιο σύνθετες σε σχέση με το παρελθόν.

### **2.7.1 Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα**

Τουριστικές ονομάζονται οι επιχειρήσεις που κυρίως εξυπηρετούν τουρίστες. Οι τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν οικονομικές μονάδες , οι οποίες παράγουν και εκμεταλλεύονται τουριστικά προϊόντα(δημήτρηςλαλούμης). Διαχωρίζονται σε αμιγείς ,αυτές δηλαδή που εξυπηρετούν αποκλειστικά τουρίστες και μικτού χαρακτήρα σε αυτές που εκτός από τους τουρίστες εξυπηρετούν και επαγγελματίες ,φοιτητές, κατοίκους της περιοχής κλπ.

#### **Τύποι τουριστικών καταλυμάτων**

Ανάλογα με το φορέα τους χωρίζονται σε: ατομικά (1πρόσωπο, δυναμικότητα μικρή) και εταιρικά (περισσότερο από 1 φυσικό ή νομικό πρόσωπο)

Ανάλογα με την κατηγορία τους σε υπερπολυτελείας, Πολυτελείας και Α,Β,Γ,Δ,Ε κατηγορίας (1-5 αστέρια), ξενώνες και bungalows

Ανάλογα με τον τόπο εγκατάστασης σε Ορεινά, Παραθαλάσσια, Αστικά

Ανάλογα με το χρονικό διάστημα λειτουργίας σε ετήσιας ή συνεχούς λειτουργίας και σε εποχιακής.

Ανάλογα με το χρόνο παραμονής των πελατών σε πελάτες μικρής παραμονής, πελάτες διακοπών μεγάλης παραμονής και εμπόρους μικρής ή μεγάλης παραμονής

### **2.7.2 Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα**

1. Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης (camping) με ή χωρίς οικισμούς
2. Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις ή κατοικίες
3. Ενοικιαζόμενα δωμάτια'
4. Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα

## **2.8 Μεταφορά**

Οι μεταφορές είναι πρωτεύον σημασίας για τη δημιουργία τουριστικού προϊόντος, χωρίς αυτές ο άνθρωπος είναι αδύνατον να πραγματοποιήσει ταξίδι από τον τόπο προέλευσης στον τόπο προορισμού. Εξάλλου από τις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα η κατασκευή σιδηροδρόμων αποτέλεσε το έναυσμα για μετακίνηση.

Ο τουρίστας ανάλογα με τον επιθυμητό προορισμό επιλέγει χερσαίες, υδάτινες ή αεροπορικές μεταφορές.

### **Επίγειες μεταφορές**

Χερσαίες μεταφορές

- Αυτοκίνητο
- Ποδήλατο
- Λεωφορείο/πούλμαν
- Τρένο

Υδάτινες μεταφορές

- Πορθμεία
- Μεσόγειοι υδάτινοι οδοί

### **Αεροπορικές μεταφορές**

## **2.8 Τουριστικό Πακέτο (Package Tour)**

Η ίδρυση του χρονολογείται από το 1841 ,όταν ο Thomas Cookοργάνωσε το πρώτο τουριστικό πακέτο. Με τον όρο τουριστικό πακέτο εννοούμε τον συνδυασμό τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με τέτοιο τρόπο ώστε να συγκροτούν ένα τουριστικό πακέτο, το οποίο προσφέρεται σε μια σταθερή τιμή. Βασικά γνωρίσματά του είναι τα ακόλουθα:

- Ο τουριστικός προορισμός
- Το μεταφορικό μέσο (αεροπλάνο, τρένο, πλοίο, λεωφορείο)
- Η διαμονή
- Η διατροφή

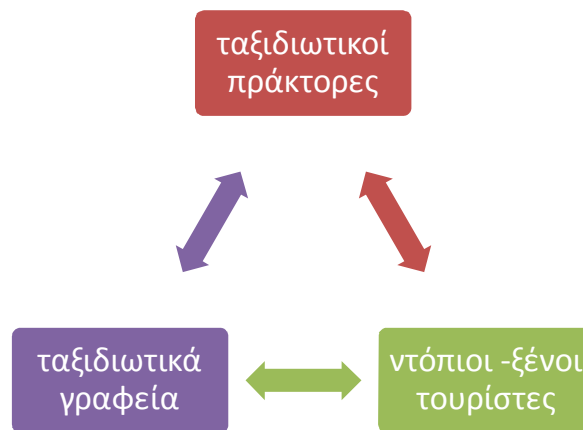
- Transfer(άνετη μεταφορά τουριστών από το σημείο άφιξης ως το σημείο διαμονής και αντίστροφα)

Τα τουριστικά πακέτα διακρίνονται σε δυο μεγάλους τύπους:

- Τα ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα
- Τα πακέτα μεικτού τύπου

## 2.9 Τουριστικό Κύκλωμα

Το τουριστικό κύκλωμα περιλαμβάνει τις οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστών (ντόπιοι και ξένοι) και απεικονίζει τις ροές του τουριστικού προϊόντος και η ροή πληρωμών



Σχεδιάγραμμα 2 :Τουριστικό Κύκλωμα

Ταξιδιωτικοί πράκτορες (Tour Operators): Αγοράζουν σε μεγάλες ποσότητες μια ποικιλία τουριστικών υπηρεσιών όπως για παράδειγμα εισιτήρια και ύστερα τα πουλούν είτε χονδρικά σε ταξιδιωτικά γραφεία ,είτε λιανικά στους πιθανούς τουρίστες. ένας έμπειρος και εξειδικευμένος ταξιδιωτικός πράκτορας , ο οποίος έχει εξειδικευτεί σε θέματα που αφορούν την μετακίνηση ατόμων είτε για τουριστικούς είτε για άλλους λόγους ,λειτουργεί σαν μεσάζοντας του εμπορίου τουριστικών προϊόντων .Ορισμένοι δρουν επαγγελματικά εντός της χώρας και κάποιοι εκτός των συνόρων.

Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες

- 1) Αυτοί που υπηρετούν την μαζική τουριστική αγορά(massmarket operators), προβάλλοντας τουριστικά πακέτα σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς με αρκετά δελεαστικές τιμές. Η

μετακίνηση των πελατών γίνεται είτε με ιδιότητα είτε με ναυλωμένα αεροπλάνα.

- 2) Αυτοί που είναι εξειδικευμένοι πάνω στον τομέα του τουρισμού (specialist operators)
- 3) Αυτοί που δρουν επαγγελματικά εντός της χώρας (domestic operators), δημιουργώντας πακέτα διακοπών στη χώρα της μόνιμης διαμονής των τουριστών.
- 4) Αυτοί που δρουν επαγγελματικά εκτός των συνόρων και εξυπηρετούν ξένους τουρίστες , διαμορφώνοντας πακέτα ειδικά για αυτούς.

**ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ:** Αποτελεί τη μεγαλύτερη τουριστική βιομηχανία που αναπτύσσεται ταχύτερα και δυναμικότερα από οποιαδήποτε άλλη.

## **2.10 Τουριστική Ζήτηση**

Οι ορισμοί της τουριστικής ζήτησης ποικίλουν ανάλογα με το πώς θα τους προσεγγίσει κανείς. Από οικονομική σκοπιά, η τουριστική ζήτηση είναι η σχεδιαζόμενη ποσότητα ενός αγαθού ή υπηρεσίας, που τα άτομα είναι πρόθυμα και ικανά (σε θέση) να αγοράσουν σε κάποια δεδομένη τιμή , ή σε ένα σύνολο δυνατών τιμών , κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου (Δημήτρης Γ.Λαγός). Οι ψυχολόγοι από την άλλη προσεγγίζουν την τουριστική ζήτηση από πλευράς ψυχολογικών κινήτρων και συμπεριφοράς των τουριστών.

### **Νόμος της Τουριστικής Ζήτησης**

Υπάρχει μια αρνητική σχέση μεταξύ της τιμής και της ποσότητας του τουριστικού προϊόντος/πακέτου. Όταν δηλαδή η τιμή του αυξάνεται η ζητούμενη ποσότητα μειώνεται και αντιστρόφως, όταν η τιμή μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα αυξάνεται.

### **Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης**

Οι παράγοντες που καθορίζουν την τουριστική ζήτηση είναι οι ακόλουθοι:

#### **Οικονομικοί προσδιοριστικοί παράγοντες**

- ❖ Διαθέσιμο εισόδημα
- ❖ ΑΕΠ κατά κεφαλήν
- ❖ Ιδιωτική κατανάλωση

- ❖ Κόστος ζωής( δείκτης τιμών καταναλωτή)
- ❖ Τουριστικές τιμές
- ❖ Κόστος μεταφοράς
- ❖ Κόστος ζωής σε σχέση με τους προορισμούς
- ❖ Διαφορές στις τιμές του συναλλάγματος
- ❖ Σχετικές τιμές ανάμεσα σε ανταγωνιστικούς προορισμούς
- ❖ Δαπάνες προώθησης
- ❖ Αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ
- ❖ Φυσική απόσταση

### **Κοινωνικοί – ψυχολογικοί παράγοντες**

- ❖ Δημογραφικοί παράγοντες
- ❖ Κίνητρα
- ❖ Ταξιδιωτικές προτιμήσεις
- ❖ Επιδιωκόμενα οφέλη
- ❖ Εικόνες προορισμών
- ❖ Αντιλήψεις προορισμών
- ❖ Επίγνωση ευκαιριών
- ❖ Γνωστική απόσταση
- ❖ Στάσεις σχετικά με τους προορισμούς
- ❖ Ποσότητα ελεύθερου χρόνου
- ❖ Ποσότητα ταξιδιωτικού χρόνου
- ❖ Πληρωμένες διακοπές
- ❖ Προηγούμενες εμπειρίες
- ❖ Διάρκεια ζωής
- ❖ Σωματική ικανότητα, υγεία και φυσική κατάσταση
- ❖ Πολιτιστικές ομοιότητες
- ❖ Δεσμοί

### **Εξωγενείς παράγοντες (επιχειρηματικό περιβάλλον)**

- ❖ Διαθεσιμότητα πόρων προσφοράς
- ❖ Οικονομική ανάπτυξη και σταθερότητα
- ❖ Πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον
- ❖ Ύφεση
- ❖ Τεχνολογική πρόοδος
- ❖ Προσβασιμότητα
- ❖ Επίπεδα ανάπτυξης υποδομής/αναδομείς
- ❖ Φυσικοί κατάσταση
- ❖ Επιδημίες ,πόλεμος, τρομοκρατία
- ❖ Κοινωνικά και πολιτιστικά θέληγτρα
- ❖ Βαθμός αστικοποίησης
- ❖ Ειδικοί παράγοντες (ολυμπιακοί αγώνες, μεγάλες διοργανώσεις)
- ❖ Φραγμοί και εμπόδια

❖ Περιορισμοί, κανόνες και νόμοι

## 2.11 Η Συμπεριφορά του Τουρίστα σαν Καταναλωτή

Απώτερος σκοπός του τουρίστα είναι να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Βασικό χαρακτηριστικό του είναι μέγιστη ωφέλεια/χρησιμότητα της τουριστικής υπηρεσίας ή προϊόντος από την κατανάλωσή του. Βασικό κριτήριο επιλογής τουριστικού αγαθού είναι το διακριτικό του εισόδημα, σύμφωνα με αυτό συμπορεύεται. Τέτοιου είδους καταναλωτές ονομάζονται ορθολογιστικοί και λέμε ότι βρίσκονται σε ισορροπία. Αν η τιμή των προϊόντων παραμείνει ίδια τότε και η συμπεριφορά του καταναλωτή θα παραμείνει ίδια. Σε περίπτωση που αυτή αλλάξει, ο καταναλωτής είτε θα μειώσει την κατανάλωσή τους σε θέμα ποσότητας είτε θα στραφεί σε αντικατάστατα αγαθά που θα του προσφέρουν τη μέγιστη δυνατή ικανοποίηση στη χαμηλότερη το δυνατόν τιμή.

οι τιμές των άλλων προϊόντων, σε περίπτωση μεταβολής της τιμής τους ο καταναλωτής θα στραφεί είτε σε υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες

οι προσδοκίες του καταναλωτή για το μελλοντικό του εισόδημα καθώς και για τη διαμόρφωση των τιμών των τουριστικών προϊόντων.

Το εισόδημά του παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη λήψη απόφασης σχετικά με την ποιότητα, την ποσότητα και την ποικιλία των αγαθών /υπηρεσιών.

Οι κατακτήσεις των εργαζομένων, η κατάκτηση του οχτάωρου, οι άδειες με αποδοχές, μείωση ωρών εβδομαδιαίως που όπως είναι γνωστό καταχτήθηκαν ύστερα από μεγάλους και αιματηρούς αγώνες συνέβαλαν αποφασιστικά στην διεύρυνση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων και έδωσε την δυνατότητα ξεκούρασης και χαλάρωσης με τη μορφή διακοπών. Στην πρώην Σοβιετική Ένωση υπήρχε λειτουργική σχέση ανάμεσα στο κράτος και τους εργαζομένους. Η ξεκούραση και η ανάπαυση ήταν δικαίωμα κατοχυρωμένο από άρθρο 41 του συντάγματος και συντελούσε στην πολιτιστική, μορφωτική οικοδόμηση τους. Υπήρχαν τεράστιες δημόσιες λουτροπόλεις, θεραπευτήρια και παραθεριστικά κέντρα προσβάσιμα από τους εργαζομένους που



Εικόνα 1:Τουριστική βάση «Γκουτσουλίτσινα» στην περιοχή Ιβάνο-Φρανκόφ στην Σοβιετική Ένωση



σύμφωνα με υπολογισμούς του σοβιετικού κράτους οι εργαζόμενοι είχαν την τριπλάσια ενέργεια και αρρώσταναν τρεις φορές λιγότερο.

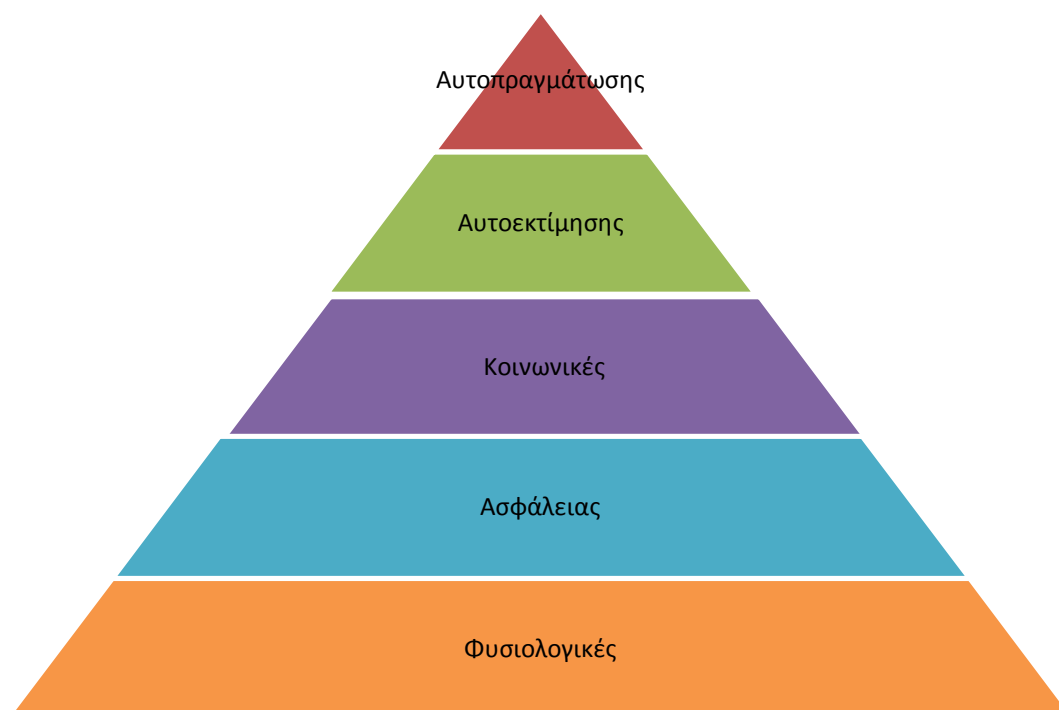
## 2.12 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ /ΕΠΙΘΥΜΙΕΣ

Ο άνθρωπος έχει κάποιες ανάγκες/επιθυμίες ,είτε αναγκαίες για την επιβίωσή του, οι οποίες ονομάζονται βιοτικές είτε κάποιες οι οποίες είναι προαιρετικές όπως είναι οι τουριστικές. Τα μέσα για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών/επιθυμιών χαρακτηρίζονται σαν τουριστικά προϊόντα/υπηρεσίες. Οι ανάγκες και οι επιθυμίες των ανθρώπων μεταβάλλονται με την πάροδο του χρόνου είτε ποιοτικά είτε ποσοτικά είτε ποικιλιακά.

### Θεωρία Maslow για την ιεράρχηση των αναγκών

Η θεωρία του Maslow βασίζεται στην ιεράρχηση των αναγκών του ανθρώπου σε μορφή πυραμίδας και τις διαχωρίζει σε:

- Φυσιολογικές ανάγκες (physiological )
- Ανάγκες ασφάλειας(safety)
- Κοινωνικές ανάγκες (belonging and love)
- Ανάγκες εκτίμησης (self-esteem)
- Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης (self-actual)



Σχεδιάγραμμα 3: Η ιεράρχηση των αναγκών σύμφωνα με τον Maslow

Ο Maslow τοποθετεί τις ανθρώπινες ανάγκες σε επίπεδα. Χαμηλότερα στην ιεραρχία και πρωτεύων σημασίας για τον άνθρωπο είναι οι φυσιολογικές

ανάγκες, όταν αυτές ικανοποιηθούν τότε θα στραφεί στην αμέσως επόμενη σε ιεραρχία ανάγκη που είναι οι ανάγκες ασφαλείας και ύστερα του επόμενου επιπέδου. Αν κάποια ανάγκη παραμείνει ανικανοποίητη τότε δημιουργείται το έναυσμα για την κάλυψη αυτής της ανάγκης. Η μετάβαση από τις φυσιολογικές στις ανάγκες υψηλότερου επιπέδου απεικονίζει την ψυχογραφική ανάπτυξη του ανθρώπου.

Οι Mill και Morisson προσθέτουν στο μοντέλο των αναγκών του Maslow άλλες δύο ανάγκες την γνώση-κατανόηση και την αισθητική. Παρόλα αυτά υποστηρίζουν πως η θεωρία ιεράρχησης των αναγκών είναι αναξιόπιστη λόγω των περίπλοκων σχέσεων που δημιουργεί.

### **Η θεωρία των Bradshaw και Mercer για τις κοινωνικές ανάγκες**

Οι κοινωνικές ανάγκες κατά των Bradshaw και Mercer διακρίνονται στις:

- Αισθητές ανάγκες, αντιληπτές από τα άτομα αλλά ανέκφραστες
- Εκφραζόμενες ανάγκες, τις εξωτερικεύουν
- Συγκριτικές ανάγκες, αποτέλεσμα σύγκρισης
- Τυποποιημένες ανάγκες, προκύπτουν ύστερα από τη γνώμη κάποιου ειδήμων

### **Η θεωρία του Iso – Αholαγια τις ανθρώπινες ανάγκες**

Η ψυχολογική παρακίνηση των αναγκών του ατόμου είναι το επίκεντρο της θεωρίας του και στηρίζεται στο γεγονός ότι η ελλιπής αλλά και η πλεονάζουσα παρακίνηση είναι επιβλαβής για τον άνθρωπο. Επίσης, καταλήγει ότι τα κίνητρα που ωθούν τον άνθρωπο για τουρισμό είναι η διαφυγή, η κοινωνική επαφή και ο ψυχολογικός ωφελιμισμός μέσω του ταξιδιού σε έναν διαφορετικό φυσικό περιβάλλον.

### **Οι μαρξιστικές απόψεις για τις ανθρώπινες ανάγκες**

Η θεωρία του Μάρξ πραγματεύεται την ανθρώπινη συνείδηση πάνω στο πλαίσιο του μαρξισμού-υλισμού. Σύμφωνα με τον Μάρξ ο άνθρωπος μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες του μόνο στο σύστημα του σοσιαλισμού κομμουνισμού όπου επικρατεί η αρχή «από τον καθένα ανάλογα με τις δυνατότητες του στον καθένα ανάλογα με τις ανάγκες του».

## **Η θεωρία των Doyal και Gough για τις παγκόσμιες ανάγκες**

Βασισμένη στο θεσμό των αξιών που συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό με τα ανθρώπινα δικαιώματα. Η θεωρία τους έχει ως αφετηρία την υγεία και την προσωπική αυτονομία. Με τον όρο υγεία εννοεί την οργανική υγεία ενώ με τον όρο προσωπική αυτονομία το μορφωτικό του επίπεδο δηλαδή που τον βοηθά να εξασκεί τα αστικά και πολιτικά του δικαιώματα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ-ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ-ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

#### 3.1 Τουρισμός στην Ευρώπη

Αν και η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν έχει άμεση αρμοδιότητα στον τουρισμό, οι ευρωπαϊκές πολιτικές σε πολλούς τομείς ασκούν σημαντική επίδραση στον τουρισμό. Επιπλέον, μια πληθώρα δράσεων σχετικά με τον τουρισμό υποστηρίζονται μέσω των προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μεταξύ άλλων στους τομείς της εκπαίδευσης, της επαγγελματικής κατάρτισης, της νεολαίας, του πολιτισμού, των καταναλωτών και της περιφερειακής πολιτικής (επικοινωνιακή πολιτική στο δημόσιο τομέα τουρισμού)

Σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού (UNWTO), η Ευρωπαϊκή Ένωση παραμένει στην πρώτη θέση με τους παγκόσμιους τουριστικούς προορισμούς για το έτος 2008 με 370 εκατομμύρια αφίξεις, εκ των οποίων είναι Βραζιλιάνοι, Ρώσοι, Ινδοί και Κινέζοι. Τα έσοδα από τις παραπάνω εισπράξεις κυμαίνονται στο ποσό των 266 δισεκατομμυρίων ευρώ, από τα οποία τα 75 δισεκατομμύρια προέρχονται από τουρίστες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό μέσο για να προβληθεί η εικόνα της Ευρώπης σε παγκόσμια κλίμακα και το ευρωπαϊκό τουριστικό πρότυπο.

#### 3.2 Ευρωπαϊκή Τουριστική Στρατηγική

Η Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Απασχόληση (ΕΣΑ) χρονολογείται από το 1997, όταν τα κράτη μέλη της ΕΕ θέλησαν να θεσπίσουν ένα σύνολο κοινών στόχων όσον αφορά την πολιτική απασχόλησης. Βασικός σκοπός της είναι η δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας σε όλη την Ένωση.

Σήμερα αποτελεί μέρος της αναπτυξιακής στρατηγικής "Ευρώπη 2020" και εφαρμόζεται μέσω του Ευρωπαϊκού Εξαμήνου, μιας ετήσιας διαδικασίας που συμβάλλει στον καλύτερο συντονισμό των πολιτικών ανάμεσα στα κράτη μέλη και τα θεσμικά όργανα της ΕΕ. (<http://ec.europa.eu>)

### 3.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα από τον Ιανουάριο- Δεκέμβρη ( 2009-2013)

Όπως σκιαγραφείται και απο το παρακάτω διάγραμμα η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών επιλέγει Ευρωπαϊκές χώρες ως τουριστικό προορισμό. Ύστερα έρχεται η Ασία με σημαντικές τάσεις ανόδου τα τελευταία χρόνια, η Αμερική, η Ωκεανία και τελευταία η αφρική όπου οι αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό είναι τόσο λίγες που δεν διακρίνονται σχεδόν καθόλου στο παρακάτω διάγραμμα.



Πηγή: [sete.gr](http://sete.gr)

### 3.4 Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός

Με περισσότερα από 16,000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, πάνω από 6.000 νησιά, και με εδραιωμένη πλέον θέση στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, η Ελλάδα παρουσιάζει εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες στον συγκεκριμένο κλάδο. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές, αλλά προσφέρει επίσης ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο. (enterprise). Το Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου υπήρξαν πόλος έλξης εκατομμυρίων επισκεπτών ετησίως. Ακόμα περισσότερο η διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων στην Αθήνα το 2004 πυροδότησαν τις τουριστικές εισπράξεις των επόμενων ετών στα ύψη. Το 2005 κατά 6,7% και το 2006 περίπου 8-9%.

Οι περισσότεροι τουρίστες-επισκέπτες στην Ελλάδα είναι Ευρωπαϊκής προέλευσης και πιο συγκεκριμένα Γερμανοί, Άγγλοι, Ρώσοι, Βούλγαροι και Γάλλοι αποτελούν πιστούς επισκέπτες της χώρας μας ενώ αξιοσημείωτη είναι η αύξηση των αφίξεων Τούρκων και Αμερικανών(ΗΠΑ).

### **3.4.1 Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας έναντι των άλλων χωρών**

Η Ελλάδα αποτελεί αγαπημένο τουριστικό προορισμό και είναι ξακουστή για τις πανέμορφες παραλίες της και τα ονειρεμένα φυσικά τοπία της. Προικισμένη με σημαντικά χαρίσματα για την άνοδο του τοπικού τουρισμού υπερτερεί έναντι των άλλων χωρών, έχοντας τα παρακάτω πλεονεκτήματα:

- Γεωγραφική θέση  
Αποτελεί σταυροδρόμι Ανατολής και Δύσης ,Βορρά και Νότου ,ύπαρξη θάλασσας – κίνητρο για την προσέλκυση τουριστών.
- Φύση και μορφολογία του εδάφους  
Εναλλαγή βουνού και θάλασσας ,μεγάλος αριθμός νησιών –βουνά, αξιοζήλευτα φυσικά τοπία, παρθένα εδάφη, επιβλητικά βουνά, εθνικό χρέος η διατήρηση του περιβάλλοντος – στενά συνδεδεμένη με την ανάπτυξη του τουρισμού.
- Κλίμα  
Ιδιαίτερα ευνοϊκό ,ήπιους χειμώνες ζεστά καλοκαίρια, κλίμα ηπειρωτικό
- Ιαματικές πηγές  
Θεραπεύσιμα νερά, είτε θεραπεύουν ορισμένες ασθένειες είτε σταθεροποιούν την υγεία
- Πολιτιστική κληρονομία αρχαιολογικά μέρη και μνημεία  
Προκαλούν τον θαυμασμό του επισκέπτη, αρχαία ιστορία
- Λαϊκή τέχνη  
Την συναντάμε κυρίως στην επαρχία , λεγόμενα «σουβενίρ», στηρίζεται σε τοπικά έθιμα και λαϊκές παραδόσεις
- Ήθη και έθιμα  
Πόλος έλξης τουριστών, σήμα κατατεθέν, προέρχονται από τη μακρά ιστορία του τόπου μας
- Ελληνική φιλοξενία  
Το αίσθημα της ξενίας που κυλάει μέσα στις φλέβες μας από αρχαιότατους χρόνους είναι έντονα ανεπτυγμένο κυρίως στην ύπαιθρο
- Παραδοσιακή κουζίνα: τοπικά εδέσματα ,κρασί, μοναδικότητα καθώς διαφέρει σε μεγάλο βαθμό από τις υπόλοιπες χώρες.

Εξαιτίας αυτών των προτερημάτων δικαίως συγκαταλέγεται στη λίστα με τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς, κερδίζοντας την δέκατη

Πέμπτη θέση για το 2015 σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού.

### **3.5 Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη**

Ο τουρισμός και οι διάφορες δραστηριότητες του, σχετίζεται άμεσα με το φυσικό, ανθρωπογενές και κοινωνικό-πολιτισμικό απόθεμα της τοπικής κοινωνίας, που ταυτόχρονα κρίνεται απαραίτητο για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών. Εάν επιθυμούμε να κρατήσουμε επ'άπειρο (αειφόρο) ανάπτυξη αυτών των πόρων, θα πρέπει να τους χρησιμοποιήσουμε κατά τέτοιο τρόπο που αφενός μεν να επιτρέπει την ικανοποίηση των οικονομικών και τουριστικών αναγκών, αφετέρου δε να διασφαλίζει την αέναη διατήρηση και βιωσιμότητα αυτών. (Φώτης Κιλιπίρης).

Σε τοπικό επίπεδο, η Ελλάδα διαθέτοντας πλούσιο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον μπορεί να φιλοξενήσει κάθε μορφή τουρισμού, ειδικεύοντας προφανώς την ανάπτυξη της κάθε εναλλακτικής μορφής τουρισμού σε κάθε περιοχή ξεχωριστά με σεβασμό πάντα προς το περιβάλλον.

### **3.6 Φορείς Τουρισμού**

#### **ΕΟΤ**

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) αποτελεί τον κύριο εποπτεύον φορέα στην Ελληνική επικράτεια. Χρονολογείται από το 1929, όπου πρώτοιδρύθηκε ως αυτοτελές νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου και υπάγεται στην εποπτεία του Υπουργείου Τουρισμού. Κύριος σκοπός του όπως αναφέρεται και στην επίσημη ιστοσελίδα του οργανισμού είναι η προώθηση του ελληνικού τουρισμού και ο συντονισμός των ενεργειών κάθε δημόσιας, δημοτικής ή κοινοτικής αρχής, ιδιωτικών οργανώσεων ή επιχειρήσεων που αποβλέπουν στην εξυπηρέτηση του τουρισμού είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού.

#### **UNWTO (WorldTourismOrganization)**

Ως ο μεγαλύτερος διεθνής οργανισμός στον τομέα του τουρισμού, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) είναι η υπηρεσία των Ηνωμένων Εθνών αρμόδιος για την προώθηση της υπεύθυνης, βιώσιμης και αειφόρας οικονομικής ανάπτυξης του τουρισμού. Περιλαμβάνει 157 χώρες, 6 συνδεδεμένων μελών και πάνω από 480 μέλη θυγατρικών αντιπροσωπεύουν τον ιδιωτικό τομέα, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τουριστικές ενώσεις και τοπικές

τουριστικές αρχές. Κάθε 27 Σεπτεμβρίου έχει καθιερωθεί η Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού.

Επίσης, άλλοι τουριστικοί φορείς που συμβάλλουν σημαντικά στη ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης και αειφορίας είναι τα Υπουργεία Τουρισμού και Πολιτισμού, το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος καθώς και σύνδεσμοι νομικών προσώπων ιδιωτικού αλλά και δημοσίου τομέα όπως Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων, Ένωση Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού κλπ.

### **3.7 Εθνική Στρατηγική για την Τουριστική Ανάπτυξη**

Η εθνική στρατηγική για την τουριστική ανάπτυξη περιλαμβάνεται στο 2014-2020 όπου αναφέρονται οι στρατηγικοί στόχοι του Υπουργείου οικονομίας και τουρισμού. Αρχικά, το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης της χώρας μας, παρά τις συνεχείς παραβάσεις εκσυγχρονισμού, παραμένει παραδοσιακό και στρεβλό. Η Ελλάδα, συνεισφέρει στο σύνολο των αφίξεων στην Ε.Ε κατά 2,36% - 2,61%, ήτοι σε ποσοστά μικρότερα από εκείνα της Ολλανδίας (2,96% - 3,09%), της Αυστρίας (3,87% - 4,05%), ενώ βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με τη Σουηδία (2,50% - 2,59%).

Με βάση το «μοντέλο τουρισμού διακοπών» που έχει εγκαθιδρυθεί στη χώρα, πάνω από το 50% των αφίξεων αυτών περιορίζεται στο 3ο τρίμηνο του έτους, την θερινή περίοδο ([mintour.gov.gr](http://mintour.gov.gr)). για αυτόν ακριβώς τον λόγο κατέστη αναγκαία η μέριμνα για την αναδιάρθρωση αυτού του μοντέλου διακοπών και την προαγωγή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός, ο θαλάσσιος και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Επίσης, πολύτιμη είναι η αξιοποίηση των αρχαιολογικών και πολιτισμικών χώρων που βρίσκονται σε αφθονία στον ελλαδικό χώρο. Η Ελλάδα, χάρη στη γεωγραφική της θέση, υπήρξε ένα σταυροδρόμι πολιτισμών που έχουν αφήσει παντού τα ίχνη τους, στην αρχιτεκτονική των μνημείων και των οικισμών, στη μικροτεχνία, στην καθημερινή ζωή, στις διατροφικές συνήθειες και σε όλες τις μορφές της λαϊκής τέχνης στις διάφορες περιοχές.

Ο επισκέπτης μπορεί να έλθει σε επαφή με αυτό το πολύχρωμο και εντυπωσιακό μωσαϊκό, μέσα από περιηγήσεις σε χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, μέσα από διαδρομές στην ιστορική, πολιτιστική, καλλιτεχνική και λαογραφική παράδοση.



### 3.8 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι συγκεκριμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν ως κίνητρο τη γνωριμία του ατόμου με τη φύση και την ύπαιθρο μέσω μίας ποικιλίας από δραστηριότητες. Κύριος στόχος τους είναι αφενός η γνωριμία του με το φυσικό περιβάλλον και αφετέρου η καλλιέργεια της περιβαλλοντολογικής συνείδησης και η ευαισθητοποίησή του.

**Αγροτουρισμός (agri-tourism):** Αγροτουρισμός είναι ειδική μορφή Τουρισμού Υπαιθρου, η οποία συνίσταται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που συνδέονται με την αγροτική παραγωγή και το πολιτιστικό περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία, καθώς και την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους ενοποιημένους ή μη με αγροτικές εγκαταστάσεις. χρονολογείται από τις αρχές του 1960 και έλαβε



χώρα στις ΗΠΑ με τη μορφή (minagric.gr) της φιλοξενίας σε αγροκτήματα και αγροτουριστικά καταλύματα.

- **Οικοτουρισμός (ecotourism):** συχνά αναφέρεται ως τουρισμός υπαίθρου ή φυσιολατρικός τουρισμός. Κύριο γνώρισμα του είναι η δημιουργία οικολογικής συνείδησης και η γνωριμία και μελέτη των τουριστών με τη φύση.
- **Χιονοδρομικός (wintertourism) :** Στην Ελλάδα λειτουργούν χιονοδρομικά κέντρα σε 18 περιοχές. Η ιστορία της χιονοδρομίας ξεκινά από τη λίθινη εποχή, γύρω στα 5000 χρόνια πριν όταν ανασκαφές έδειξαν στο φως λίθινες απεικονίσεις ανθρώπων να κάνουν σκι<sup>1</sup>. Ο χαρακτήρας της χιονοδρομίας βέβαια είναι πολύ

<sup>1</sup>Η ιστορία της χιονοδρομίας ακουμπά στην λίθινη εποχή πριν από 5000 χρόνια. Στην περιοχή BiesonNos, στην Κεντρική Ασία, επιστήμονες ανακάλυψαν ζωγραφιές σε λίθο οι οποίες απεικονίζουν έναν άνθρωπο με σκι στα πόδια. Σύμφωνα με αρχαιολόγους βρέθηκαν και στις περιοχές των οροσειρών Άλτα και της λίμνης Μπακα στη Σκανδιναβία, που θεωρείται η πατρίδα της χιονοδρομίας, συγκεκριμένα στη Νορβηγία στο νησί Rodoy, μετά από μια σειρά ανασκαφών βρέθηκε χαραγμένη σε πέτρινο τοίχο μια μορφή ενός ανθρώπου με σκι. λάι (Ρωσία).

Στην αρχαιότητα ο ιστορικός Ξενοφών (4ος αι. π.Χ.) αφηγείται ότι στα βουνά της Αρμενίας οι άνθρωποι είχαν στα πόδια τους κομμάτια στεγνού βοδινού δέρματος, καθώς έκαναν περιδέρση στα πόδια των αλόγων, με σάκους για να μην βυθίζονται στο χιόνι.

Ο Κινέζος φιλόσοφος Szi-Tze (4ος αι. π.Χ) αναφέρει τη χρήση των 'σκι της λάσπης' στο έδαφος της Ασίας.

Ο Έλληνας ιστορικός Προκόπιος από την Καισαρεία και ο Ιορδάνης από την Ιταλία (6ος αιώνας π.Χ.) αναφέρουν τις πρώτες πληροφορίες για τα 'σκι ολίσθησης'. (reoplenews)

διαφορετικός από τον σημερινό καθώς τότε το χρησιμοποιούσαν ως μέσο μεταφοράς ενώ σήμερα αποτελεί μορφή αθλητικής δραστηριότητας. Αποτελεί το κύριο τουριστικό εθνικό προϊόν για πολλές χώρες της Ευρώπης. Αυτά είναι

- ✓ τα **3-5 Πηγάδια** στο νομό Ημαθίας,
- ✓ το χιονοδρομικό κέντρο **Βασιλίτσας** στη Βόρεια Πίνδο
- ✓ το **Βέρμιο-Σέλι** στο νομό Ημαθίας
- ✓ το **Βέρνο-Βίτσι** κοντά στην Καστοριά
- ✓ Η **Βίγλα** κοντά στη Φλώρινα
- ✓ το **Ελατοχώρι** στα βορειοανατολικά Πιέρια
- ✓ το **Καϊμακτσαλάν** στα σύνορα με την ΠΓΔΜ
- ✓ το χιονοδρομικό κέντρο **Καλαβρύτων**
- ✓ το **Καρακόλι** Μετσόβου
- ✓ του **Καρπενησίου**
- ✓ το χιονοδρομικό κέντρο **Λαϊλιά** στο νομό Σερρών
- ✓ στο **Μαίναλο**, στον **Παρνασσό**
- ✓ το **Περτούλι**
- ✓ το **Πήλιο**
- ✓ τον **Προφήτη Ηλία** στην εθνική Ιωαννίνων-Τρικάλων
- ✓ το **Φαλακρό** και το **Χρυσό Ελάφι** στο νομό Ημαθίας.



Εικόνα 3: Χιονοδρομικό κέντρο Μετσόβου



Εικόνα 4: Χιονοδρομικό κέντρο Πηλίου



Εικόνα 3: Χιονοδρομικό κέντρο Καλαβρύτων

- **Ορεινός/ ορειβατικός (mountain tourism):** ο συνδυασμός της φυσικής αποπλάνησης και του αθλητισμού σε μία μορφή τουρισμού. Όσοι από τους τουρίστες επιλέξουν αυτό το είδος τουρισμού έχουν στη διάθεση τους τρία είδη ορειβατικού τουρισμού. Το άθλημα του **αλπινισμού**, τη δύσκολη **ορειβασία** πάνω σε βουνά καλυμμένα με χιόνια ή παγετώνες που χρειάζεται και επιπρόσθετο εξοπλισμό για να μπορέσετε να ανταπεξέλθετε και το άθλημα των **αναρριχήσεων** πάνω σε αιχμηρές κορυφές, απότομους βράχους, σε απότομα τοιχώματα φαραγγιών.(travelmii)
- **Ιαματικός/ θεραπευτικός :** Η Ελλάδα είναι προικισμένη με φυσικές μεταλλικές και γεωθερμικές πηγές που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της εθνικής μας υγείας. Είναι γνωστό ότι η χρήση των ιαματικών πηγών και η ευεργετική τους δράση για την ανθρώπινη υγεία ξεκινά ουσιαστικά από την αρχαία Ελλάδα και τους Ομηρικούς χρόνους. Κατά την παράδοση, ο Ηρόδοτος (484-410 π.Χ.) παρατήρησε για πρώτη φορά την ευεργετική επίδραση των νερών στον οργανισμό και περιέγραψε αρκετές ιαματικές πηγές, δίνοντας το έναυσμα και σε άλλους μελετητές αργότερα. Η λουτροθεραπεία, σύμφωνα με τη φιλοσοφία των αρχαίων Ελλήνων, κατείχε κεντρικό ρόλο όχι μόνο στην προσωπική ζωή του αρχαίου Έλληνα, ανεξάρτητα από την κοινωνική του θέση, αλλά και στην ίδια την κοινωνική ζωή της αρχαίας Ελλάδας, αφού οι πηγές τους χάριζαν τα θείκα δώρα της υγείας, της ευεξίας, της ομορφιάς και του σθένους. Σύμφωνα με μαρτυρίες του Πλούταρχου και του Πausανία, τα Ασκληπεία, που είχαν ιδρυθεί σε 100 περίπου περιοχές με ιαματικές πηγές, αποτελούσαν "ναούς υγείας", όπου συνέρεαν όσοι επιθυμούσαν να θεραπευτούν ή να ανακουφιστούν, κάνοντας θερμά ή ψυχρά λουτρά με την επίβλεψη ιερέων και γιατρών.

Ωστόσο η υδροθεραπευτική τέχνη οφείλει την ανάπτυξη και διάδοσή της στον Ιπποκράτη (460-375 π.Χ.), πατέρα της Ιατρικής και της Υδροθεραπείας, χάρη στον οποίο δημιουργήθηκε ένας αυτόνομος κλάδος θεραπευτικής

αγωγής, η Ιαματική Υδροθεραπεία, που εξαπλώθηκε σε όλο τον κόσμο. Σημαντικά μνημεία (κτίσματα, έργα τέχνης κ.ά.), που φτάνουν μέχρι τις μέρες μας, από διάφορες ιστορικές περιόδους της Ελλάδας, αποτελούν μαρτυρίες ενός πολιτισμού που προάσπιζε την ανθρώπινη υγεία όχι μόνο μέσω της φροντίδας του σώματος αλλά πάνω από όλα φρόντιζε για την ψυχική και πνευματική ευφορία. Ο σύγχρονος Θερμαλισμός στην Ελλάδα, αρχίζει όταν, από την κυβέρνηση του Καποδίστρια, εκδηλώθηκε ενδιαφέρον για τις Ιαματικές Πηγές, ενώ επί βασιλείας του Όθωνα, το 1830, ιδρύθηκε το πρώτο ελληνικό υδροθεραπευτήριο στην Κύθνο, που έδωσε το έναυσμα για την ανάπτυξη πολλών λουτροπόλεων.

Η χώρα μας διαθέτει μεγάλο αριθμό ιαματικών πηγών, διασκορπισμένων σε όλη τη χώρα. Ενδεικτικά αναφέρουμε παρακάτω μερικές από τις πιο σημαντικές ιστορικά ιαματικές πηγές της Ελλάδας:

- Αναμφισβήτητα η Αιδηψός συγκαταλέγεται μεταξύ των τριών πιο ζεστών θεραπευτικών πηγών παγκοσμίως, πλούσια σε μεταλλικά άλατα, με νερά που αναβλύζουν από πολλά σημεία της πόλης, καθώς επίσης και μέσα από τη θάλασσα.
- Οι ιαματικές πηγές των Θερμοπυλών είναι γνωστές από τη μυθολογία, σύμφωνα με την οποία, πλενόταν σε αυτές ο Ηρακλής μετά από τους άθλους του για να ανακτήσει και πάλι τις δυνάμεις του.
- Οι θειούχες πηγές του Καϊάφα, που είναι από τις διασημότερες της χώρας μας, συχνά αναφέρονται και ως σπήλαια των Ανιγρίδων και των Ατλαντίδων Νυμφών. Το ιαματικό νερό αναβλύζει από το έδαφος, σε κάποια σημεία ζεστό και σε κάποια άλλα κρύο με θερμοκρασίες που αγγίζουν μέχρι και τους 32 βαθμούς Κελσίου.
- Παρόμοια χημική σύσταση έχουν και τα ιαματικά νερά στα Καμένα Βούρλα, αλλά με διαφορετικού βαθμού ραδιενέργεια και διαφορετική θερμοκρασία.
- Οι ιαματικές πηγές της Κυλλήνης είναι γνωστές από τα ρωμαϊκά χρόνια για τις ευεργετικές ιδιότητές τους σε αναπνευστικά προβλήματα.
- Η Μυρίνα της Λήμνου είναι γνωστή για τα θεραπευτικά λασπόλουτρα της.



Εικόνα 4 Ιαματικές πηγές Θερμοπυλών

- Το πρότυπο κέντρο υδροθεραπείας στο Λουτράκι θεωρείται το αρχαιότερο ελληνικό θέρετρο υγείας με την ονομασία "Θέρμα", διαθέτοντας νερά εφάμιλλα με διάσημα νερά του εξωτερικού.
- Αποτέλεσμα ηφαιστειακής δραστηριότητας είναι οι ιαματικές πηγές των Μεθάνων, που φημίζονται εδώ και αιώνες για τις ευεργετικές τους ιδιότητες στην υγεία και την ευεξία.
- Η Λέσβος φημίζεται για τις πολλές ιαματικές της πηγές με θερμοκρασίες νερού που κυμαίνονται από 67 μέχρι 92 βαθμούς Κελσίου.



**Εικόνα 6: Ιαματικά λουτρά Θέρμης Λέσβου**

Στην Ελλάδα σήμερα έχουν αναπτυχθεί, κοντά στις λουτροπόλεις ή και αλλού, κυρίως μέσα σε ξενοδοχειακές μονάδες, υπερσύγχρονα κέντρα θερμαλισμού και θαλασσοθεραπείας/αναζωογόνησης/spa, υψηλών προδιαγραφών, που μπορούν να ανταγωνιστούν επάξια αρκετά αντίστοιχα του εξωτερικού και σε ποιότητα αλλά και σε τιμές, τα σημαντικότερα εκ των οποίων βρίσκονται στην Κυλλήνη, προς τιμήν της Αρχαίας Ολυμπίας, στην Κρήτη, στην Κέρκυρα, στη Χαλκιδική, αλλά και σε πολλές άλλες πόλεις της Ελλάδας.



Εικόνα 7: Χάρτης ιαματικών πηγών στην Ελλάδα

## Πολιτισμικός Τουρισμός

Η πολιτιστική κληρονομία της χώρας μας αποτελεί πόλο έλξης εκατομμυρίων τουριστών ετησίως, οι οποίοι έχουν ως κυρίαρχο κίνητρο την γνωριμία με την ιστορία της από τα βάθη των χρόνων, τα ήθη, τα έθιμα και την κουλτούρα της. Ήδη από τον 17<sup>ο</sup> αιώνα με το grand tour στην Αγγλία οι γόνιμοι αριστοκρατικών οικογενειών υπήρξαν από τους πρώτους τουρίστες που το ταξίδι τους είχε πολιτισμικό χαρακτήρα.

Ως πολιτιστικός τουρισμός προσδιορίζεται η περιήγηση με κεντρικό κίνητρο την επίσκεψη των πολιτιστικών μνημείων και των πόρων πολιτιστικής κληρονομιάς ενός προορισμού, όπως αρχαιολογικοί χώροι, ιστορικά μνημεία, θρησκευτικά μνημεία, το δομημένο περιβάλλον (οικιστικά σύνολα αρχιτεκτονικής αξίας, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα πόλεων, ιστορικοί φάροι κλπ) και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικής, χορού, τέχνης, θεάτρου κλπ.). Αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική μορφή τουρισμού, αφού το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ο συνδυασμός του αρχαιολογικού πλούτου και του

αρχαιοελληνικού πολιτισμού αποτελεί διαχρονικά έναν από τους κυριότερους πόλους προσέλκυσης τουριστών στην χώρα και ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων τουριστικών προορισμών.(altermtourism.gr).

Επιμέρους μορφές του πολιτισμικού τουρισμού είναι και ο γαστρονομικός και ο οινολογικός τουρισμός.

### **Θρησκευτικός Τουρισμός(religioustourism)**

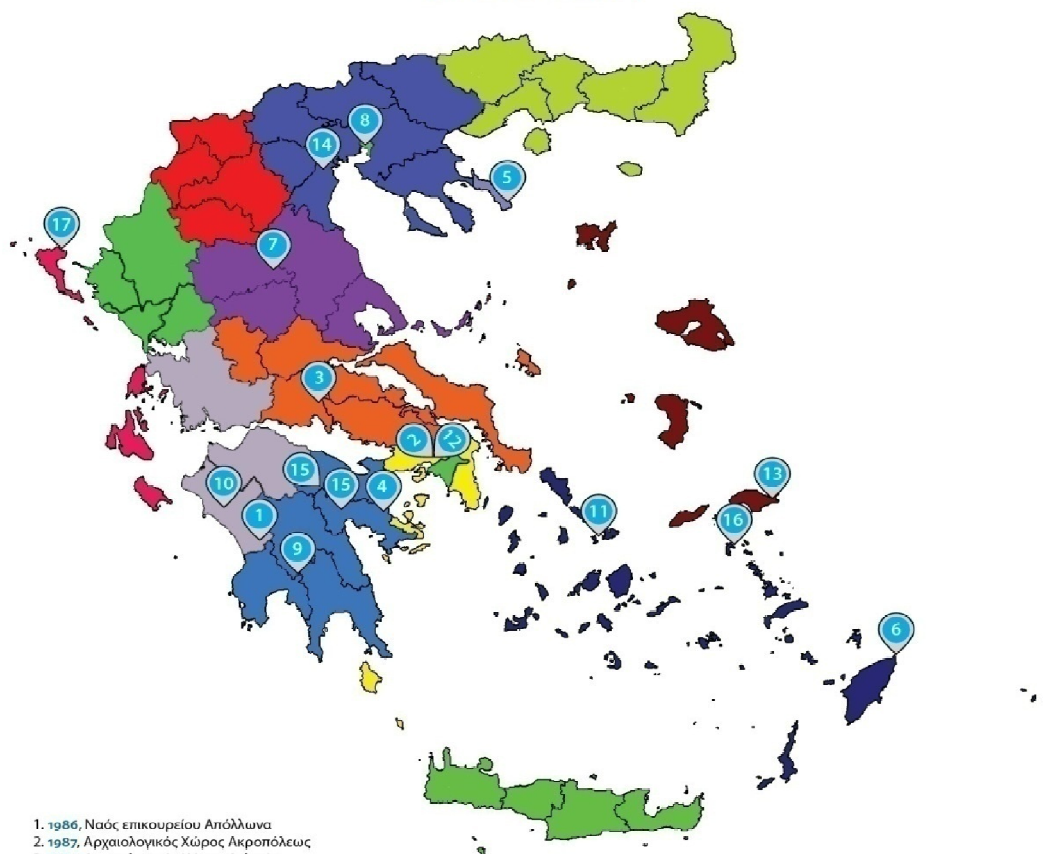
Η θρησκεία ήταν βασικό έναυσμα του ανθρώπου για μετακίνηση. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά θρησκευτικά ταξίδια που πραγματοποιεί το άτομο σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία ή με θρησκευτικό χαρακτήρα όπως η Μέκκα, η Ιερουσαλήμ , το άγιον όρος, τα μετέωρα κλπ.

Η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα στους πιο διάσημους θρησκευτικούς προορισμούς παγκοσμίως. Τα θρησκευτικά μνημεία αποτελούν σημαντικό κομμάτι της εθνικής και θρησκευτικής κληρονομιάς και προσελκύουν τόσο ορθόδοξους χριστιανούς όσο και τουρίστες με διαφορετικό θρήσκευμα. Η μορφή αυτού του είδους τουρισμού είναι μικρής διάρκειας (2-3 μέρες) και παίρνει μέρος συνήθως τους θερινούς μήνες ή σε μεγάλες θρησκευτικές εορτές, όπως τα Χριστούγεννα, πρωτοχρονιά, Πάσχα και δεκαπενταύγουστος. Το μεγαλύτερο κομμάτι του τουριστικού πλήθους που επιλέγουν αυτήν την εναλλακτική μορφή τουρισμού προέρχονται από το εσωτερικό της χώρας και το όριο ηλικίας τους κυμαίνεται σε υψηλό αριθμό. Ενθαρρυντική είναι και η προσέλευση τουριστών από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης τα τελευταία χρόνια.

Οι μονές της Ελλάδας αποτελούν, για όλον τον ορθόδοξο κόσμο, μεγάλα και σημαντικά προσκυνήματα, ιδανικά για τα θρησκευτικά ταξίδια στην Ελλάδα. Οι δημοφιλέστερες εκ των οποίων είναι: η αυτόνομη μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους, τα μοναστήρια των Μετεώρων, το νησί της Αποκάλυψης του Αγίου Ιωάννη στην Πάτμο, το Βυζαντινό Μοναστικό κέντρο του Παππικίου στην Ροδόπη και η Παναγία της Τήνου.

Κατάλογος μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς που προστατεύονται από την UNESCO είναι τα εξής:

Το πρώτο μνημείο της ελληνικής επικράτειας που εντάχθηκε στον κατάλογο της UNESCO ήταν ο [Ναός του Επικούρειου Απόλλωνα](#), το 1986. Ο κατάλογος έκτοτε αυξήθηκε εντυπωσιακά. Σήμερα περιλαμβάνει δεκαεπτά μνημεία σε όλη τη χώρα. Αναλυτικά τα μνημεία παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.



1. 1986, Ναός επικουρείου Απόλλωνα
2. 1987, Αρχαιολογικός Χώρος Ακροπόλεως
3. 1987, Αρχαιολογικός Χώρος Δελφών
4. 1988, Ιερό του Ασκληπιού στην Επίδαυρο
5. 1988, Άγιον Όρος-Άθως
6. 1988, Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου
7. 1988, Μετέωρα
8. 1988, Παλαιοχριστιανικά και βυζαντινά μνημεία Θεσσαλονίκης
9. 1989, Αρχαιολογικός χώρος Μυστρά
10. 1989, Αρχαιολογικός χώρος Ολυμπίας
11. 1990, Αρχαιολογικός χώρος Δήλου
12. 1990, Μονή Δαφνίου, Μονή Όσιου Λουκά και Νέα Μονή Χίου
13. 1992, Αρχαιολογικός χώρος Ηραίου Σάμου
14. 1992, Αρχαιολογικός χώρος Αιγών (Βεργίνα)
15. 1999, Αρχαιολογικοί χώροι Μυκηνών και Τίρυνθας
16. 1999, Ιστορικό κέντρο (Χώρα), Μονή Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και Σπήλαιο Αποκαλύψεως στην Πάτμο
17. 2007, Παλαιά Πόλη Κέρκυρας



**Εικόνα 8: Μνημεία της UNESCO**





Εικόνα 9

## Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός (marinetourism) εκφράζει την επιθυμία του τουρίστα να περάσει τον περισσότερο ή και όλο το χρόνο των διακοπών του «εν πλω», επιλέγοντας ως μέσο μετακίνησης και ως τόπο διαμονής και ψυχαγωγίας του ένα πλοίο,

συνήθως κρουαζιερόπλοιο ή ένα σκάφος αναψυχής (yachting).

Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει ένα πλήθος από αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής όπως η ιστιοπλοΐα, το θαλάσσιο σκι στη Βουλιαγμένη, τον Πόρο, το Πόρτο Χέλι και άλλες περιοχές που έχουν αναγνωριστεί ως κορυφαίοι προορισμοί ιστιοπλοΐας παγκοσμίως, surfing, windsurfing με πιο αναγνωρισμένες περιοχές την Πάρο, τη Ρόδο και την Κω, parasailing(θαλάσσιο αλεξίπτωτο, κανό και καγιάκ θαλάσσης).

Επίσης για τους πιο τολμηρούς υπάρχει και ο καταδυτικός τουρισμός και το υποβρύχιο ψάρεμα. Στην Ελλάδα υπάρχουν δύο καταδυτικά πάρκα που λειτουργούν στην περιοχή της Πύλου Μεσσηνίας, πιο συγκεκριμένα στη Νησίδα Σαπιέντζα απέναντι από την Μεθώνη και στον κόλπο του Ναυαρίνου. Στις ακτές της Σαπιέντζας έχουν σημειωθεί πολυάριθμα ναυάγια πλοίων, ορισμένα από τα οποία είχαν φορτία ιδιαίτερης αρχαιολογικής σημασίας όπως ρωμαϊκές σαρκοφάγους του 2<sup>ου</sup>-3<sup>ου</sup> αιώνα μ.χ και γρανιτένιες κολόνες από το Μεγάλο Περιστύλιο που είχε κτίσει ο Ηρώδης στην Καισάρεια της Παλαιστίνης τον 1ο αιώνα μ.χ. Αξιοσημείωτο θα ήταν να αναφερθεί ότι βρίσκονται σε βάθος οχτώ με δέκα μέτρα, επομένως υπάρχει ορατότητα ακόμα και με τη χρήση απλής μάσκας. Στον κόλπο του Ναβαρίνου από την άλλη, οι δύτες θα έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν τη θαλάσσια ζωή της Μεσογείου, «ανακαλύπτοντας» υποβρύχια σπήλαια και υφάλους που φιλοξενούν θαλάσσιες χελώνες, ενώ συχνή είναι και η εμφάνιση δελφινιών στην περιοχή.

Η Ελλάδα με τα 15.000 χλμ. των ακτών της, το πλήθος των νησιών της, τις προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο της, έχει ένα σαφές και αναμφισβήτητο συγκριτικό πλεονέκτημα στο θαλάσσιο τουρισμό.

Με τη σπάνια ομορφιά, τον πολιτισμικό πλούτο και τη μεγάλη ποικιλομορφία τους, οι παράκτιες περιοχές της ΕΕ έχουν αναδειχτεί σε αγαπημένο προορισμό πολλών παραθεριστών από την Ευρώπη και το εξωτερικό, με αποτέλεσμα ο παράκτιος και θαλάσσιος τουρισμός να αποτελούν σημαντικό

τουριστικό τομέα. Ο τομέας αυτός απασχολεί περίπου 3,2 εκατομμύρια άτομα και παράγει ακαθάριστη προστιθέμενη αξία 183 δισ. ευρώ, ποσό που αντιπροσωπεύει πάνω από το ένα τρίτο της θαλάσσιας οικονομίας. Το 51% των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών σε όλη την Ευρώπη βρίσκεται σε παράκτιες περιοχές (europa.ed).

Σύμφωνα με την γαλάζια ανάπτυξη, πρόγραμμα της ευρωπαϊκής ένωσης ο κλάδος του θαλάσσιου/ παράκτιου τουρισμού εμφανίζει σπουδαίες δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης για ολόκληρη την Ευρώπη. Μέχρι το 2020 αναμένεται να συμβάλει στην αύξηση του εθνικού ακαθάριστου εισοδήματος και της απασχόλησης κατά 2-3%.

### **Γαστρονομικός Τουρισμός**

Ένα από τα αυθεντικά πολιτιστικά στοιχεία μίας κοινωνίας είναι η γαστρονομία της. Η ελληνική γαστρονομία χρονολογείται περίπου 4.000 χρόνια πριν και είναι στενά συνδεδεμένη με τα ποιοτικά και αγνά υλικά κατευθείαν από την ελληνική γη. Έχοντας έντονες επιρροές από γειτονικές χώρες η Ελλάδα σε συνδυασμό με τα παραδοσιακά εδέσματα και γλυκά της συνεχίζει να προκαλεί τον θαυμασμό του επισκέπτη.

Κάθε περιοχή στην Ελλάδα έχει τις δικές της παραδοσιακές συνταγές! Όλες βασισμένες στα αγνά Ελληνικά προϊόντα και την απλότητα που αναδεικνύει το μεγαλείο της. Οι συνταγές κάθε περιοχής, ορεινής ή νησιωτικής, ανατολικής ή δυτικής Ελλάδας αποτυπώνουν τον τρόπο ζωής και την τοπική οικονομική και κοινωνική ταυτότητα κάθε περιοχής. (visitgreece.gr).

Μερικά από τα πλέον ονομαστικά παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα είναι τα εξής:

- ❖ αγνό παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο βρίσκεται σε αφθονία σε όλη την επικράτεια της χώρας αποτελώντας τον βασιλιά της ελληνικής διατροφής,
- ❖ τα ελληνικά τυριά, το γνωστότερο από τα οποία είναι η φέτα και κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο σε κάθε ελληνικό τραπέζι. Η γραβιέρα Νάξου και Κρήτης, το λαδωτήρι Μυτιλήνης, το ανεβατό Γρεβενών αποτελούν μόνο κάποια από τα χιλιάδες τοπικά προϊόντα που μπορεί να συναντήσει κάποιος στη χώρα μας.
- ❖ το πλούσιο σε αρώματα ελληνικό μέλι που χάρις στην χλωρίδα και πανίδα που διαθέτει η χώρα μας του χαρίζει ένα ξεχωριστό άρωμα και ποικίλει ανάλογα με το νέκταρ σε ανθόμελο (βασισμένο σε άνθη εσπεριδοειδών και λουλουδιών), σε θυμαρίσιο και σε πευκόμελο ή αλλιώς βανίλια που τρυγούν οι μέλισσες από το μελίτωμα του ελάτου μόνο κάτω από ιδανικές συνθήκες,
- ❖ Η περιβόητη μαστίχα Χίου (*Pistacialentiscus*) γνωστή για τις θεραπευτικές ιδιότητες από την εποχή του Ιπποκράτη, προέρχεται

από τη ρητίνη του μαστιχόδεντρου και μπορεί να καταναλωθεί είτε σε ακατέργαστη μορφή είτε σε επεξεργασμένη.

- ❖ Ο κρόκος ή η **ελληνική ζαφορά** (saffron) όπως συνήθως λέγεται, ανήκει στην καλύτερη ποιότητα σαφράν στον κόσμο και δικαίως αποκαλείται «το λουλούδι της μεσογειακής κουζίνας» ([visitgreece.gr](http://visitgreece.gr)). Οι κάτοικοι της περιοχής φυτεύουν τον κρόκο κάθε καλοκαίρι και όταν φθάσει το φθινόπωρο αφαιρούν με το χέρι τα πολύτιμα στίγματα του πανέμορφου λουλουδιού και τα αποξηραίνουν προσεκτικά για να γίνουν τα βαθυκόκκινα λεπτά νήματα. Χρειάζονται 50.000 περίπου στίγματα για να προκύψουν 100 γραμμ. κόκκινου κρόκου.
- ❖ Τα γλυκά του κουταλιού
- ❖ Τα παραδοσιακά τοπικά ποτά όπως το ούζο, το τσίπουρο και η ρακή. Το ούζο θεωρείται το «εθνικό» ποτό της Ελλάδας καθώς η παραγωγή του γίνεται παραδοσιακά και αποκλειστικά στην Ελλάδα, κύριο χαρακτηριστικό του είναι ο γλυκάνισος και προέρχεται από το Πλωμάρι της Λέσβου.



Εικόνα 9

Η ελληνική φιλοσοφία περί κυριακάτικου οικογενειακού ή φιλικού τραπέζιού είναι μία συνήθεια βαθιά ριζωμένη από τους αρχαίους χρόνους και οι ντόπιοι κυρίως στην ύπαιθρο την τηρούν με ευλάβεια. Ο συνδυασμός της αναγνωρισμένης ελληνικής φιλοξενίας, τα μαγευτικά φυσικά τοπία και το ελληνική διατροφική παράδοση δεν αποτελούν παρά πόλο έλξης τουριστών.

### **Οινοτουρισμός**

Το ελληνικό κρασί, πλέον με διεθνείς διακρίσεις και εγχώρια παραγωγή, που ξεπερνά τις προσδοκίες, τοποθετείται σε περίοπτη θέση στο καθημερινό τραπέζι, σε ξεχωριστές εκδηλώσεις χαράς, σε ρομαντικά δείπνα, οπουδήποτε δίνεται η αφορμή για πρόποση και ευχές, για μεγάλη ή μικρή γιορτή ([discovergreece.com](http://discovergreece.com)). Ο οινοτουρισμός αποτελεί μία θεματική μορφή τουρισμού, ενταγμένη στο κομμάτι του αγροτουρισμού.

Τουρίστες που επιλέγουν αυτό το είδος τουρισμού παρακινούνται εκτός των άλλων από το να μάθει περισσότερα πράγματα γύρω από το κρασί και να το γευτεί αλλά και να διευρύνει τις εμπειρικές τους γνώσεις. Βέβαια, η περιοχή

Έχουν κατά καιρούς κατατεθεί από τους ασχολούμενους με το προϊόν του χώρου σημαντικές προτάσεις για την ανάπτυξη πρότυπων αναπτυξιακών δραστηριοτήτων με βάση το τρίπτυχο ποιότητα –παράδοση –καινοτομία, στοιχείο που θεωρείται γόνιμη συνεισφορά στην προσπάθεια αειφόρου ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. (<http://traveldailynews.gr>)

Η γκάμα των ελληνικών κρασιών είναι πολύ ευρεία και διαφέρει ανάλογα με τα γούστα και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Πολλά ελληνικά κρασιά είναι ΠΟΠ (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης) όπως, ο Ροδίτης, το Ασύρτικο, το Αθήρι, το Μοσχοφίλερο, το Μοσχάτο λευκό και Αλεξάνδρειας, η βηλάνασαπο τις λευκές και ροδόχρωμες ποικιλίες κρασιού και το Αγιωργίτικο, Μανδηλαριά, το Ξινόμαυρο, το Κοτσιφάλι και η Μαυροδάφνη όσον αφορά τους ερυθρούς οίνους.



Εικόνα 10

Σήμερα, στην Ελλάδα υπάρχουν πεντακόσια εξήντα (560) οινοποιεία, εκ των οποίων η πλειοψηφία βρίσκεται στην περιφέρεια της Πελοποννήσου, της Στερεάς Ελλάδας και της Μακεδονίας με 155 και 130 οινοποιούς αντίστοιχα, πενήντα έξι (56) οινοποιεία υπό κατασκευή, αποπεράτωση, μετεγκατάσταση και εβδομήντα οκτώ (78) οινοποιεία που δέχονται παροχή υπηρεσιών από άλλα οινοποιεία.

Η ελληνική οινική νομοθεσία διακρίνει και θεσμοθετεί 4 κατηγορίες οίνων ως προς τη γεωγραφική προέλευση, τους ΠΟΠ (προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης, τους ΟΠΑΠ ( Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας), οι οποίοι είναι μέρος των ΠΟΠ τους ΟΠΕ (Ονομασίας Προέλευσης Ελεγχόμενης), τους ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη) και τους Επιτραπέζιους οίνους.

Οι περιοχές που παράγονται οι οίνοι ΠΟΠ (ΟΠΑΠ) είναι ουσιαστικώς οι ιστορικές αμπελουργικές και αναπαραγωγικές περιοχές της χώρας. Στις περιοχές αυτές έχουν οριοθετηθεί σαφείς αμπελουργικές ζώνες. Με την

εξαίρεση δύο περιοχών, (Σαντορίνης και Μονεμβασίας), οι ποικιλιακές συνθέσεις ορίζονται μόνον από ελληνικές ποικιλίες. Οι οίνοι ΠΟΠ - ΟΠΑΠ υποχρεωτικώς παράγονται σε οινοποιεία που βρίσκονται μέσα στη ζώνη. Αυτό σημαίνει ότι, εκτός από τα σταφύλια που προέρχονται υποχρεωτικώς από τη ζώνη, και η οινοποίηση πρέπει να γίνεται σε οινοποιεία που έχουν τις εγκαταστάσεις τους εντός ζώνης. Οι οίνοι ΠΟΠ (ΟΠΑΠ) φέρουν υποχρεωτικώς στο λαιμό της φιάλης τη χαρακτηριστική ροζ ταινία.



Εικόνα 11

Οι οίνοι ΠΟΠ (ΟΠΕ) είναι επίσης ιστορικής σημασίας όπως και η παραπάνω κατηγορία οίνων με τη διαφορά ότι το εύρος της ποικιλίας τους περιορίζεται στο μοσχάτο (μικρόρωγο ή Αλεξανδρείας) για τους λευκούς και τη μαυροδάφνη (μαζί με κορινθιακή σταφίδα) για τους ερυθρούς καθώς πρόκειται αποκλειστικώς για γλυκούς οίνους. Οι οίνοι ΠΟΠ (ΟΠΕ) φέρουν υποχρεωτικώς στο λαιμό της φιάλης τη χαρακτηριστική μπλε ταινία και ο τρόπος παρασκευής τους συναντά δύο μορφές. Αυτή όπου υπάρχει προσθήκη αλκοόλ οινικής προέλευσης και χαρακτηρίζονται ως φυσικός γλυκός και αυτή όπου γίνεται συμπύκνωση του σταφυλιού με διάφορες φυσικές τεχνικές (υπέρ-ωρίμανση, λιάσιμο, αερισμός) και χαρακτηρίζεται ως φυσικώς γλυκός.



Εικόνα 12

Οι τοπικοί οίνοι είναι υποκατηγορία των επιτραπέζιων οίνων αλλά λόγω της ταχύρυθμης ανάπτυξής τους τα τελευταία χρόνια εντάσσονται σε ξεχωριστή κατηγορία οίνων. Ο λόγος ύπαρξής τους είναι τόσο για την διαφύλαξη της αυθεντικότητας όσο και της τυπικότητας του τοπικού οίνου και διακρίνονται σε

επιμέρους τμήματα που αφορούν την περιφέρεια, τον νομό και αμέσως μετά την περιοχή.

Τέλος, οι επιτραπέζιοι οίνοι δίνουν την δυνατότητα στους παραγωγούς να συνδυάσουν διάφορες ποικιλίες κρασιών ανεξαρτήτως γεωγραφικής τοποθεσίας και να χρησιμοποιήσουν οποιαδήποτε μέθοδο καλλιέργειας και οινοποίησης επιθυμούν. Στην κατηγορία αυτή ανήκει το 45% περίπου των κωδικών (ετικέτες) των ελληνικών οίνων. Το ποσοστό σε φιάλες είναι ακόμα υψηλότερο και αγγίζει το 55% (<http://winesurveyor.weebly.com>).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί αναμφισβήτητα μία οικονομική δραστηριότητα , η οποία έχοντας ήδη πάρει αλματώδης τάση ανάκαμψης, προβλέπεται να αυξηθεί σημαντικά και τα επόμενα χρόνια. αποτελώντας ένα σύνθετο φαινόμενο προκαλεί κοινωνικές, πολιτισμικές, περιβαλλοντολογικές και ασφαλώς οικονομικές επιδράσεις στις χώρες υποδοχής τουριστών.

Τα κριτήρια με βάση τα οποία το τουριστικό πλήθος επιλέγει το τουριστικό μέρος που επιθυμεί να ταξιδέψει ποικίλουν ανάλογα με τις προσωπικές επιθυμίες και προτιμήσεις των ατόμων. Κάποιοι αντικειμενικοί παράγοντες που θα μπορούσαν να ορισθούν είναι το εισόδημα, η ηλικία, η απόσταση. Σύμφωνα με αυτούς η πλειοψηφία των τουριστών επιλέγει να απολαύσει τις διακοπές του είτε μεμονωμένα, είτε μέσω ταξιδιωτικών γραφείων ή τουριστικών πρακτόρων.

Σε τοπικό επίπεδο, η τουριστική βιομηχανία αποτελεί την βαριά βιομηχανία της χώρας μας καθώς η συμβολή της στο εθνικό ακαθάριστο προϊόν της χώρας είναι καθοριστική, αντικατοπτρίζοντας πάνω από το 18% σε ετήσια βάση. Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στη λίστα με τις πιο δημοφιλείς χώρες προσέλκυσης τουριστών στον κόσμο κατέχοντας σημαντικά πλεονεκτήματα που την κάνουν να υπερτερεί έναντι των άλλων χωρών.

Η πολιτιστική κληρονομία αλλά και τα αξιοζήλευτα φυσικά τοπία της πατρίδας μας αποτελούν μόνο κάποια από τα συγκριτικά προτερήματα της Ελλάδας. Παρόλα αυτά, διαθέτει έναν αναξιοποίητο πλούτο όπου εάν το διαχειριστεί ορθά μπορεί να αναπτύξει εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο ορεινός-χιονοδρομικός, ο οικοτουρίστες, ο θαλάσσιος, ο πολιτισμικός και ο γαστρονομικός-αγροτουρισμός.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ❖ Δημήτρης Γ. Λαγός, Τουριστική Οικονομική, εκδόσεις Κριτική
- ❖ Φώτης Ε.Κιλίπρης, Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη εμπειρικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Δίσιγμα
- ❖ Stephen J.Page, Εισαγωγή στον τουρισμό, το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, εκδόσεις Παπαζήση
- ❖ Δ.Μυλωνόπουλος-Αικ.Κοντουδάκη,Επικοινωνιακή πολιτική στο δημόσιο τομέα του τουρισμού, στρατηγικές και τεχνικές στα κράτη- μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εκδόσεις ανοιχτή βιβλιοθήκη
- ❖ Περικλής Ν.Λύτρας, Κοινωνιολογία του τουρισμού, εκδόσεις: interbooks β' έκδοση
- ❖ Δρ. Στέφανος- Η. Καραγιάννης, Αγροτουρισμός ,μοχλός για την ανάπτυξη της υπαιθρου, δργεωργιοστ.εξαρχος,εκδόσεις: Κεντρο Τεχνολογικής Ερευναςκρητης ,Θεσσαλονικη 2014
- ❖ Ευάγγελος Σ.Χρήστου, Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, εκδόσεις: interbooks
- ❖ Γ. Κολτιδόπουλος-L.Hudman-R.Jackson, Τουριστική Γεωγραφία Ελληνική και Παγκόσμια, εκδόσεις: Ελλήν, Αθήνα 2003
- ❖ Νίκος Γ.Ηγουμενάκη, Τουριστική οικονομία, εκδόσεις: interbooks (1997)
- ❖ Νίκος Γ.Ηγουμενάκης, Τουριστική πολιτική, εκδόσεις: interbooks (1999)
- ❖ Νίκος Γ.Ηγουμενάκης,Εισαγωγή στον τουρισμό, interbooks (1998)
- ❖ Μιλτιάδης Λογοθέτης, Τουριστική πολιτική, εκδόσεις interbooks
- ❖ Περικλής Ν.Λύτρας, Κοινωνιολογία και ψυχολογία του τουρισμού, εκδόσεις interbooks(2004)



- ❖ Δημήτρης Λαλούμης-Βασίλειος Ρούπας, Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, εκδόσεις:Αθ. Σταμούλης

### **ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ**

- ❖ [www.discovergreece.com](http://www.discovergreece.com)
- ❖ [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)
- ❖ <http://travel-agent.eu>
- ❖ [www.travelmii.gr](http://www.travelmii.gr)
- ❖ <http://checkin.trivago.gr>
- ❖ [www.mintour.gov.gr](http://www.mintour.gov.gr)
- ❖ [www.travelstyle.gr](http://www.travelstyle.gr)
- ❖ [www.newsonly.gr](http://www.newsonly.gr)
- ❖ [www.ecocrete.gr](http://www.ecocrete.gr)
- ❖ [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)
- ❖ [altertourism.gr](http://altertourism.gr)
- ❖ [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr)
- ❖ [www.rizospastis.gr](http://www.rizospastis.gr)
- ❖ [www.gnto.gov.gr](http://www.gnto.gov.gr)
- ❖ [www.eot.gr](http://www.eot.gr)
- ❖ [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org)
- ❖ [www.rodiki.gr](http://www.rodiki.gr)
- ❖ [www.ncu.org](http://www.ncu.org)
- ❖ <https://myhotelgr.wordpress.com>
- ❖ <https://www.cbd.int/tourism/default.shtml>
- ❖ [www.ekdd.gr](http://www.ekdd.gr)
- ❖ <https://myhotelgr>
- ❖ <http://sete.gr>
- ❖ <http://agrotourismos.gr>
- ❖ [www.enet.gr](http://www.enet.gr)
- ❖ [www.hradf.com](http://www.hradf.com)
- ❖ [www.iama.gr](http://www.iama.gr)
- ❖ <http://ec.europa.eu>