



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
**UNIVERSITY OF PIRAEUS**

ΠΜΣ - ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ –  
ΜΕΛΕΤΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**



**ΣΤΑΡΑΜΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΦΑΦΑΛΙΟΥ ΕΙΡΗΝΗ**



## Περιεχόμενα

<b>Περίληψη (στην ελληνική)</b>	σελ.5
<b>Abstract</b>	σελ.6
<b>Ευχαριστίες</b>	σελ.7
<b>Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή</b>	
1.1. Παρουσίαση θέματος και σκοπός	σελ.8
1.2. Προσδιορισμός του προβλήματος	σελ.8
1.3. Σύντομη περιγραφή μεθοδολογίας	σελ.8
1.4. Παρουσίαση ενοτήτων	σελ.9
<b>Κεφάλαιο 2: Ο κλάδος του τουρισμού και η προοπτική του</b>	σελ.10
2.1. Το φαινόμενο του τουρισμού	σελ.11
2.2. Τα συστατικά του τουρισμού	σελ.12
2.3. Κίνητρα για την προσέλκυση τουριστών	σελ.12
2.4. Κατηγορίες τουρισμού βάσει του κινήτρου του επισκέπτη	σελ.13
2.5. Η συμπεριφορά του τουρίστα	σελ.14
2.5.1. Μορφές τουρισμού βάσει των διακινούμενων ατόμων	σελ.15
2.5.2. Μορφές τουρισμού βάσει της τουριστικής μετακίνησης	σελ.16
2.5.3. Μορφές τουρισμού βάσει της διαμονής	σελ.17
2.5.4. Μορφές τουρισμού βάσει της εποχής των διακοπών	σελ.17
2.6. Το τουριστικό προϊόν	σελ.18
2.7. Η ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού – τάσεις και προοπτικές για το μέλλον	σελ.19
<b>Κεφάλαιο 3: Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού</b>	σελ.25
3.1. Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού	σελ.26
3.2. Αίτια ενίσχυσης του ενδιαφέροντος περί εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα	σελ.27
3.3. Ο εναλλακτικός τουρισμός ως παράγοντας προώθησης της πολιτικής της αειφόρας τουριστικής ανάπτυξης	σελ.28
3.4. Η τουριστική εξειδίκευση και η ανάπτυξη των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού	σελ.30

3.5. Οι χωρο – χρονικές συγκεντρώσεις	σελ.33
3.5.1. Η εποχικότητα	σελ.33
3.5.2. Οι χωρικές συγκεντρώσεις	σελ.33
3.5.3. Οι επιπτώσεις των χωρο – χρονικών συγκεντρώσεων	σελ.34
3.5.4. Οι χωρικές ενότητες υποδοχής	σελ.35
3.6. Οι επιδράσεις των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην οικονομία, στην κοινωνία και στο φυσικό περιβάλλον	σελ.36
3.6.1. Οι οικονομικές επιδράσεις	σελ.36
3.6.2. Οι κοινωνικές ή πολιτιστικές επιδράσεις	σελ.37
3.6.3. Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις	σελ.38
3.6.4. Προβλήματα οικονομικής ανάπτυξης εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού	σελ.38
3.7. Η έννοια της τουριστικής φέρουσας ικανότητας	σελ.39
3.8. Είδη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού	σελ.40
3.8.1. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τη γνωριμία με τη φύση και την ύπαιθρο	σελ.41
3.8.1.1. Αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός	σελ.42
3.8.1.2. Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός	σελ.44
3.8.1.3. Χιονοδρομικός τουρισμός ή τουρισμός χιονοδρομικών σπορ	σελ.46
3.8.1.4. Ορεινός ή ορειβατικός τουρισμός	σελ.47
3.8.2. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τον πολιτισμό, τη θρησκεία, την επιστήμη και την εκπαίδευση	σελ.48
3.8.2.1. Πολιτισμικός τουρισμός	σελ.49
3.8.2.2. Θρησκευτικός τουρισμός	σελ.51
3.8.2.3. Εκπαιδευτικός ή επιστημονικός τουρισμός	σελ.52
3.8.2.4. Αστικός τουρισμός	σελ.53
3.8.3. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τον επαγγελματικό λόγο	σελ.54
3.8.3.1. Συνεδριακός τουρισμός	σελ.55
3.8.3.2. Εκθεσιακός τουρισμός	σελ.56
3.8.3.3. Τουρισμός κινήτρων	σελ.57
3.8.3.4. Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι	σελ.58

3.8.4. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα	σελ.58
3.8.4.1. Θαλάσσιος τουρισμός	σελ.59
3.8.4.2. Τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας	σελ.60
3.8.4.3. Τουρισμός κρουαζιέρας	σελ.61
3.8.4.4. Τουρισμός θαλάσσιων σπορ/ αθλητισμού	σελ.63
3.8.5. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχα κίνητρα τους κοινωνικούς λόγους, την υγεία και την ποιότητα ζωής	σελ.63
3.8.5.1. Ιαματικός ή θεραπευτικός τουρισμός	σελ.64
3.8.5.2. Κοινωνικός τουρισμός	σελ.66
3.8.6. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο το θεματικό κίνητρο	σελ.67
3.8.6.1. Τουρισμός καζίνο	σελ.68
3.8.6.2. Τουρισμός θεματικών πάρκων ή μουσείων	σελ.69
3.8.6.3. Τουρισμός γκολφ	σελ.70
3.8.6.4. Τουρισμός περιπέτειας	σελ.71
3.8.6.5. Μεγάλες διοργανώσεις / Mega events (αθλητικού και πολιτιστικού χαρακτήρα)	σελ.73
3.8.7. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχα κίνητρα τον παραθερισμό, το οργανωμένο real-estate εξοχικών κατοικιών και τη χρονομεριστική μίσθωση (timesharing)	σελ.74
3.8.7.1. Παραθερισμός	σελ.75
3.8.7.2. Οργανωμένο real-estate εξοχικών κατοικιών	σελ.76
3.8.7.3. Χρονομεριστική μίσθωση (timesharing)	σελ.77
<b>Κεφάλαιο 4: Σχεδιασμός και μεθοδολογία έρευνας</b>	
4.1. Σκοπός έρευνας	σελ.78
4.2. Μελέτη περιπτώσεων	σελ.78
4.2.1. Η περίπτωση της COSTA NAVARINO στην Μεσσηνία	σελ.78
4.2.2. Η περίπτωση του Οινoturισμού στη Σαντορίνη	σελ.83
4.3. Συγκριτική ανάλυση περιπτώσεων	σελ. 89
<b>Βιβλιογραφία</b>	σελ.90
<b>Παράρτημα</b>	σελ.95

## Περίληψη

Το θέμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτελεί η «Ανάπτυξη Ευκαιριών στον Τουρισμό» και συγκεκριμένα η «Μελέτη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού». Η επιλογή αυτού του θέματος προκύπτει σαν αποτέλεσμα της ανάγκης να συνδυαστεί ο τουρισμός, που αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της Ελλάδας, με την βιώσιμη ανάπτυξή του. Στην εργασία αυτή, λοιπόν, γίνεται αναφορά στις βασικές έννοιες του τουρισμού και, εν συνεχεία, αναλύονται οι εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού. Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί το σημαντικότερο, ίσως, κομμάτι για την ανάπτυξη μιας περιοχής, μια και μπορεί να της επιφέρει πολλαπλά έσοδα. Κρίνεται, λοιπόν, αναγκαίο η εκάστοτε περιοχή να φροντίζει ώστε να αξιοποιεί σωστά τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα, διασφαλίζοντας παράλληλα την αειφορία της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτό επιτυγχάνεται με την εφαρμογή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Καθώς στην Ελλάδα υπάρχουν πολλές περιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες ήδη αποδίδουν καρπούς ή έχουν τη δυνατότητα να το επιτύχουν στο μέλλον, στην παρούσα εργασία επιλέγουμε να παρουσιάσουμε δύο από αυτές και να τις συγκρίνουμε ως προς κάποια χαρακτηριστικά τους.

Λέξεις – κλειδιά: τουρισμός, εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού, βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, επιχειρηματικότητα

## **Abstract**

The purpose of this study is the “Development of Business Opportunities in Tourism” and specifically “The Study of Alternative Forms of Tourism”. The choice of this issue is a result of the need to combine tourism and sustainable development. There is a reference to the basic meanings of tourism and an analysis of its alternative and specific forms. In our days, tourism could be the most important part of the development of a region, because it can bring multiple revenue. It therefore seems necessary for the region to make good use of its competitive advantages while ensuring the sustainability of tourism development. This is achieved by applying the alternative forms of tourism. In Greece, there are many cases of alternative tourism which are profitable, so in this paper we choose to present two of them and make the comparisons needed among their characteristics.

Key words: tourism, alternative and special forms of tourism, sustainable tourism development, entrepreneurship

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερος την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, κα. Ειρήνη Φαφαλιού για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε στην ανάθεση αυτής της διπλωματικής εργασίας και στην υποστήριξη που μου παρείχε κατά την εκπόνησή της. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου που με στηρίζει αδιαλείπτως ώστε να μπορέσω να πραγματοποιήσω τα όνειρά μου.



# **Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή**

## **1.1. Παρουσίαση θέματος και σκοπός**

Μέσω της διπλωματικής αυτής με τίτλο «Ανάπτυξη επιχειρηματικών ευκαιριών στον τουρισμό – Μελέτη εναλλακτικών μορφών τουρισμού», γίνεται προσπάθεια να εντοπιστούν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες στο τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Σκοπός της εργασίας είναι να μελετηθεί η προδιαγραφόμενη πορεία του τουρισμού στα επόμενα χρόνια διεθνώς, αλλά και πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα. Επίσης, θα γίνει εκτενής αναφορά στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις ανάγκες που αυτές καλύπτουν αλλά και στα χαρακτηριστικά τους. Τέλος, θα παρουσιαστούν περιπτώσεις επιτυχημένης εφαρμογής εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού, αναλύοντας τα χαρακτηριστικά και τις ειδικές συνθήκες πάνω στις οποίες αυτή έγινε.

## **1.2. Προσδιορισμός του προβλήματος**

Στην Ελλάδα της κρίσης που πολλές παραδοσιακές επιχειρήσεις καταστρέφονται και κλείνουν, ο τουρισμός μπορεί να αποδειχθεί μια άκρως αποδοτική επένδυση και να αποτελέσει τη λύση για την δημιουργία θέσεων εργασίας. Ο ελληνικός τουρισμός έχει κατ' εξοχήν την μορφή του μαζικού τουρισμού. Δημιουργούνται όμως ερωτήματα σχετικά με το τι μπορεί να γίνει προκειμένου να εμπλουτιστεί και να αναβαθμιστεί το τουριστικό προϊόν της εκάστοτε περιοχής ή με το τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις που θέλουν να επεκτείνουν την διάρκεια της τουριστικής τους δραστηριότητας. Η απάντηση βρίσκεται στις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, οι οποίες, δυστυχώς, δεν είναι ακόμη ιδιαίτερα διαδεδομένες στην χώρα. Αξιοποιώντας, ωστόσο, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του εκάστοτε τόπου είναι δυνατόν να δημιουργηθεί μια σημαντική επενδυτική ευκαιρία.

## **1.3. Σύντομη περιγραφή μεθοδολογίας**

Για την εκπόνηση της εργασίας μου προτίμησα να χρησιμοποιήσω σαν ερευνητικό εργαλείο την «συγκριτική ανάλυση - μελέτη περιπτώσεων» ούτως ώστε να γίνει σύγκριση ανάμεσα σε εφαρμογές διαφόρων τύπων εναλλακτικών μορφών τουρισμού και να εξαχθούν τα όποια συμπεράσματα σχετικά με αυτή.

## **1.4. Παρουσίαση ενοτήτων**

Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί την εισαγωγή που προετοιμάζει τον αναγνώστη για το τι θα ακολουθήσει, αναφέροντας τον σκοπό της διατριβής και προσδιορίζοντας το πρόβλημα που θέλουμε να αναδείξουμε. Έπειτα, υπάρχει μία σύντομη αναφορά της μεθοδολογίας που θα ακολουθηθεί. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση εκτείνεται στο δεύτερο και τρίτο κεφάλαιο. Συγκεκριμένα, στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο κλάδος του τουρισμού και η προοπτική του, ενώ στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζονται και αναλύονται οι εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού. Στο τέταρτο κεφάλαιο θα γίνει η μελέτη των περιπτώσεων της εφαρμογής ορισμένων μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Αυτή θα αφορά την επιχείρηση COSTA NAVARINO στην Μεσσηνία και τη γενικότερη εφαρμογή του Οινοτουρισμού στην Σαντορίνη. Στο τελευταίο μέρος της διπλωματικής, έχουμε τη βιβλιογραφία (ελληνική, ξενόγλωσση και ηλεκτρονική) που καλύπτει το συγγραφικό υλικό το οποίο χρειαστήκαμε.

## **Κεφάλαιο 2: Ο κλάδος του τουρισμού και η προοπτική του**

### **Εισαγωγή**

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, προτού δηλαδή μιλήσουμε για τις εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού, κρίνεται αναγκαίο να γίνει μια αναφορά στις βασικές έννοιες του τουρισμού. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού το 2016, για έκτη συνεχόμενη χρονιά, η άμεση συνεισφορά του κλάδου των Ταξιδιών και του Τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ αυξήθηκε με ρυθμό μεγαλύτερο από αυτόν της παγκόσμιας οικονομίας (WTTC 2017<sup>1</sup>). Με άλλα λόγια, ο τουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος, αφού χάρη σ' αυτόν παρουσιάζονται τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του κάθε τόπου. Εδώ, λοιπόν, θα εξεταστούν οι λόγοι που καθιστούν τον τουρισμό σημαντικό κλάδο, θα παρουσιαστούν τα συστατικά εκείνα που τον διαχωρίζουν από άλλους κλάδους, κυρίως στον οικονομικό τομέα και θα αναλυθούν οι διάφορες μορφές του. Επιπλέον, θα μελετηθεί ο τουρισμός από την πλευρά του επισκέπτη – τουρίστα (η συμπεριφορά του, τα κίνητρό του). Τέλος, στο κεφάλαιο αυτό θα αναφερθούμε στο τουριστικό προϊόν και τα επιμέρους στοιχεία του, καθώς και στην ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού τώρα και, ενδεχομένως, στο μέλλον.

---

<sup>1</sup> TRAVEL & TOURISM GLOBAL ECONOMIC IMPACT & ISSUES 2017 (2017). World Travel & Tourism Council

## 2.1. Το φαινόμενο του τουρισμού

Ο τουρισμός ετυμολογικά έχει τις ρίζες του στο αρχαίο ελληνικό ρήμα «τείρω» το οποίο σημαίνει τρίβω, ενώ στα λατινικά ονομάζεται «tornare» δηλαδή περιφέρομαι.

Η δυναμική του τουρισμού είναι θεαματική. Διαρκώς η μορφή του εξελίσσεται και αλλάζει ανάλογα με τις ανάγκες της κοινωνίας την εκάστοτε εποχή. Συγκεκριμένα, μετά το 1950 ο τουρισμός έλαβε τη μορφή ενός μαζικού φαινομένου (Likorish & Jenkins, 2004)<sup>2</sup>. Πλέον, εξυπηρετώντας την ανάγκη του ατόμου για χαλάρωση και ξεκούραση, αναδεικνύεται σε κοινωνικό «δικαίωμα», κάτι πολύ σημαντικό τόσο για την παγκόσμια οικονομία όσο και για την ανάπτυξη μιας περιοχής (Κοκκώσης & Τσάρτας 2001)<sup>3</sup>.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ειδική υπηρεσία των Ηνωμένων Εθνών), τις τελευταίες δεκαετίες ο τουρισμός έχει βιώσει συνεχόμενη ανάπτυξη και έχει γίνει ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς. Σήμερα, ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού είναι ίσος ή και μεγαλύτερος από εκείνο των εξαγωγών πετρελαίου, των τροφίμων ή της αυτοκινητοβιομηχανίας. Ο τουρισμός είναι πλέον ένας από τους πιο ισχυρούς παράγοντες του διεθνούς εμπορίου. Η ανάπτυξη που επιφέρει σε συνδυασμό με τον ανταγωνισμό ανάμεσα στους προορισμούς, τον έχει καταστήσει μία από τις βασικές πηγές εισοδήματος για αρκετές αναπτυσσόμενες χώρες. Όμως, και στις ανεπτυγμένες χώρες σε τομείς όπως οι κατασκευές, η γεωργία, οι τηλεπικοινωνίες κτλ δημιουργήθηκαν σημαντικά οφέλη οικονομικά αλλά και απασχόλησης (WTTC 2017)<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Likorish, L. and Jenkins, C. (2004). Μια εισαγωγή στον τουρισμό. ΑΘΗΝΑ: ΚΡΙΤΙΚΗ

<sup>3</sup> Κοκκώσης, Χ. and Τσάρτας, Π. (2001). Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον. ΑΘΗΝΑ: ΚΡΙΤΙΚΗ

<sup>4</sup> TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL.

## 2.2. Τα συστατικά του τουρισμού

Ο τουρισμός παρουσιάζει κάποιες κύριες οικονομικές διαφορές σε σχέση με συναφείς κλάδους (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004)<sup>5</sup>:

- Τα τουριστικά προϊόντα χαρακτηρίζονται άυλα και εξαγόμενα, καθώς οι τουριστικές υπηρεσίες δεν διαθέτουν υλική υπόσταση και καταναλώνονται στον τόπο που παράγονται από τον τουρίστα – επισκέπτη.
- Οι επισκέπτες αναζητούν την κατάλληλη για αυτούς υποδομή, συνήθως υψηλών προδιαγραφών, ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους.
- Τα τουριστικά προϊόντα έχουν σημαντική άμεση ή έμμεση επίδραση σε διάφορους οικονομικούς κλάδους, πχ κατασκευές, μεταφορές, εμπόριο και άλλα.
- Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από υψηλή τουριστική εποχικότητα, εξαιτίας των κλιματικών συνθηκών, της οικονομικής ή κοινωνικής κρίσης.
- Η τουριστική ζήτηση καθορίζεται από την ελαστικότητα του τουρισμού ως προς την τιμή του προϊόντος αλλά και το διαθέσιμο εισόδημα.

## 2.3. Κίνητρα για προσέλκυση τουριστών

Κάθε μέρος στον κόσμο έχει τραβήξει την προσοχή του σύγχρονου τουρίστα. Από τον Παρθενώνα της χώρας μας έως και τα βάθη της ζούγκλας του Αμαζονίου ο επισκέπτης βρίσκει ένα ικανοποιητικό ενδιαφέρον. Όμως, αντίστοιχο και ιδιαίτερω αυξημένο είναι και το ενδιαφέρον οποιασδήποτε χώρας ή χωριού για την προσέλκυση των τουριστών. Ένα ενδιαφέρον το οποίο μπορεί εύκολα να αποδειχθεί ότι υπάρχει, απλά παρακολουθώντας διάφορες διεθνείς ή εθνικές τουριστικές εκθέσεις.

Οι εν λόγω ενδιαφερόμενοι παρουσιάζουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του τόπου τους στην προσπάθειά τους αυτός να καταστεί θελκτικός τουριστικός προορισμός. Οι λόγοι για αυτό είναι αρκετοί (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>6</sup>:

---

<sup>5</sup> Ηγουμενάκης, Ν. and Κραβαρίτης, Κ. (2004). Τουρισμός βασικές έννοιες. ΑΘΗΝΑ: INTERBOOKS.

- Ο κάθε τόπος είναι μοναδικός κι έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, οπότε μπορεί ενδεχομένως να ελκύσει το ενδιαφέρον κάποιων επισκεπτών.
- Εύκολα κάθε περιοχή πλέον μπορεί να διαφημίσει τα τουριστικά της θέλγητρα σε παγκόσμια κλίμακα μέσω των νέων τεχνολογιών (πχ Διαδίκτυο).
- Οι άνθρωποι έχουν μία μεγάλη γκάμα αναγκών (αναψυχή, εκπαίδευση κτλ), οπότε και θέλγητρων (φυσικό κάλλος, αρχαία μνημεία, γαστρονομία, χιόνια, ήλιος και θάλασσα κτλ)
- Τα πολλαπλασιαστικά οφέλη για την οικονομία του τόπου όπου θα αναπτυχθεί η τουριστική δραστηριότητα είναι πολύ σημαντικά. Επίσης, σημαντική είναι και η στήριξη που μέσω του τουρισμού θα προκύψει για άλλους κλάδους της οικονομίας, όπως κατασκευές, μεταφορές, εμπόριο, γεωργία, αλιεία κτλ.
- Τέλος, ο τουρισμός μπορεί να συνδράμει αποφασιστικά στην κοινωνική ανάπτυξη ενός τόπου. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της προστασίας και ανάδειξης της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς του τόπου, καθώς και της αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών και προς τους μόνιμους κατοίκους.

Όλοι αυτοί οι λόγοι μαζί ή και μεμονωμένα μπορούν να αιτιολογήσουν το γεγονός ότι ο τουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος.

## **2.4. Κατηγορίες τουρισμού βάσει του κινήτρου του επισκέπτη**

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ 2017)<sup>7</sup> έχοντας ως αποκλειστικό κριτήριο το κίνητρο του επισκέπτη κατηγοριοποιεί τον τουρισμό ως εξής:

- Ατομικός Τουρισμός: αναφέρεται κυρίως σε εύπορα άτομα. Στόχος τους είναι συνήθως η περιήγηση, ενώ οι ίδιοι οργανώνουν και πραγματοποιούν την τουριστική δραστηριότητα.

---

<sup>6</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>7</sup> <http://www.e-unwto.org/>

- ii. Μαζικός Τουρισμός: αναφέρεται σε μεγάλο πλήθος ατόμων, τα οποία κάνουν χρήση του ίδιου μεταφορικού μέσου, σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο και κινούνται, διαμένουν και ενεργούν συλλογικά.
- iii. Εσωτερικός Τουρισμός: αναφέρεται σε κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν εντός των συνόρων της.
- iv. Εξωτερικός τουρισμός: αναφέρεται σε κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν στο εξωτερικό.
- v. Εποχιακός τουρισμός: αναφέρεται σε επισκέπτες που ταξιδεύουν σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, κυρίως λόγω αλλαγής στις καιρικές συνθήκες
- vi. Συνεχής τουρισμός: αναφέρεται σε ανεξαρτήτου εποχής επισκέπτες μίας περιοχής.
- vii. Εναλλακτικός τουρισμός: αναφέρεται σε τουρίστες που εκδηλώνουν μία «αντίδραση» κατά του μαζικού τουρισμού.

## 2.5. Η συμπεριφορά του τουρίστα

Το Διαδίκτυο αποτελεί πλέον το ισχυρότερο μέσο ενημέρωσης. Αυτό δε θα μπορούσε να μην προκαλέσει σημαντικές αλλαγές στον τουρισμό (Buhalis, Costa, Ford κ.ά., 2005)<sup>8</sup>. Μέσω του διαδικτύου ο εν δυνάμει επισκέπτης μπορεί εύκολα να αναζητήσει πληροφορίες σχετικές με τον προορισμό που βολιδοσκοπεί, τον τρόπο μετακίνησης του, τις τιμές των καταλυμάτων, τις δραστηριότητες και τα πακέτα αναψυχής που προσφέρονται. Το βασικό πλεονέκτημα του ταξιδιώτη – τουρίστα είναι ότι μπορεί να συγκρίνει τους προορισμούς ανάμεσα στους οποίους θα επιλέξει και να δημιουργήσει το πακέτο διακοπών εν τέλει που αυτός επιθυμεί. Συγχρόνως, ο υποψήφιος επισκέπτης έχει την δυνατότητα να αποκτήσει σε πραγματικό χρόνο πληροφορίες για υπηρεσίες που αφορούν έναν προορισμό, σχετικές παραδείγματος χάριν με την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης ή τις καιρικές συνθήκες στην περιοχή. Έτσι φυσικά ενισχύεται ιδιαίτερα η εξατομίκευση της αναψυχής και του τουρισμού γενικότερα (Yeoman I., 2008)<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Buhalis, D., Costa, C. and Ford, F. (2005). *Tourism Business Frontiers*. BUTTERWORTH - HEINEMANN: BURLINGTON

<sup>9</sup> Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's Tourist: Scenario & Trends*. OXFORD: BUTTERWORTH - HEINEMANN

Βέβαια, ο κάθε επισκέπτης διαμορφώνει την τουριστική του συμπεριφορά κυρίως βάσει των εξής προσωπικών στοιχείων (Ακογλάνης, 2011)<sup>10</sup>:

- Της προσωπικότητάς του
- Των πολιτικών, οικονομικών, κοινωνικών, σωματικών και πολιτικών χαρακτηριστικών του
- Του τρόπου ζωής του
- Των εμπειριών που έχει ζήσει

Εφόσον πολλοί επισκέπτες με αρκετά κοινά από τα παραπάνω προσωπικά χαρακτηριστικά εκδηλώσουν μια όμοια τουριστική δραστηριότητα, τότε είναι πιθανό να δημιουργηθεί μία μορφή τουρισμού. Για παράδειγμα, αν η ηλικία των συμμετεχόντων σε αυτή την δραστηριότητα είναι άνω των εξήντα τότε δημιουργείται η μορφή του τουρισμού της τρίτης ηλικίας. Στο τουριστικό μάρκετινγκ πλέον, βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που αναφέραμε, διαχωρίζεται η τουριστική αγορά και προσδιορίζεται η επονομαζόμενη «τουριστική πελατεία» που επιθυμείται.

### **2.5.1. Μορφές τουρισμού βάσει των διακινούμενων ατόμων**

Ο εσωτερικός ή εγχώριος τουρισμός αποτελείται από επισκέπτες ημεδαπούς ή αλλοδαπούς που είναι όμως μόνιμα εγκατεστημένοι εντός της χώρας. Προκειμένου να αναπτυχθεί αυτή η τουριστική κατηγορία αναγκαία προϋπόθεση είναι η ύπαρξη οικονομικά προσιτών υποδομών για τους ταξιδιώτες. Σε αυτή την περίπτωση το οικονομικό όφελος μένει εξ ολοκλήρου εντός συνόρων καθώς τα διεθνή ταξίδια περιορίζονται.

Ο εισερχόμενος τουρισμός αποτελείται από επισκέπτες αλλοδαπούς ή ημεδαπούς που διαμένουν μόνιμα στο εξωτερικό και επιλέγουν την χώρα ως προορισμό.

Για την εθνική οικονομική ανάπτυξη είναι αναγκαίο να γίνεται κάθε δυνατή προσπάθεια για προσέλκυση εισερχόμενου τουρισμού, καθώς αυτός προσφέρει εισροή ξένου συναλλάγματος. Η διάκριση αυτή κρίνεται ως ιδιαίτερος σημαντική (Πολύζος 2015)<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Ακογλάνης, Μ. (2011). Εναλλακτικές Μορφές τουρισμού για την Κρήτη. Ηρακλειο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ

<sup>11</sup> Πολύζος, Σ. (2015). Αστική ανάπτυξη. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ



### **2.5.2. Μορφές τουρισμού βάσει της τουριστικής μετακίνησης**

Η τουριστική μετακίνηση αποτελείται από το είδος των μεταφορών που χρησιμοποιούνται, την οργάνωση της μεταφοράς, αλλά και το μέγεθος της ομάδας που μετακινείται.

Με βάση το χρησιμοποιούμενο μεταφορικό είδος ο τουρισμός διαχωρίζεται σε i.οδικό, ii.θαλάσσιο, iii.αεροπορικό, iv.σιδηροδρομικό, v.ποτάμιο και vi.μεικτό.

Από την σκοπιά της οργάνωσης της τουριστικής μετακίνησης ο τουρισμός διακρίνεται σε:

- i. Τουρισμός με οργανωμένη μετακίνηση. Πρόκειται κυρίως για την μορφή του μαζικού τουρισμού όπου ταξιδιωτικά γραφεία, προσφέρουν τουριστικά πακέτα με μετακίνηση μέσω ναυλωμένου αεροπλάνου για μεγάλα ταξίδια, τουριστικού λεωφορείου ή και με άλλα μέσα.
- ii. Τουρισμός με μη οργανωμένη μετακίνηση. Πρόκειται για την περίπτωση όπου ένας επισκέπτης διαλέγει μόνος το πού, πώς και πότε θα μετακινηθεί.

Εν τέλει, εξετάζοντας τον τουρισμό με βάση το πλήθος των ατόμων που μετακινούνται τότε αυτός μπορεί να ονομαστεί ως ατομικός, οικογενειακός ή ομαδικός.

Ατομικός είναι ο τουρισμός κατά τον οποίο έχουμε μετακίνηση ενός ατόμου, ενίοτε και μιας παρέας ατόμων τα οποία οργανώνουν και πραγματοποιούν μόνα τους το ταξίδι τους. Οικογενειακός είναι ο τουρισμός όπου μια οικογένεια επιλέγει να οργανώσει και να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι.

Αυτά τα δύο είδη τουρισμού είναι τα κατ' εξοχήν στηριζόμενα στο διαδίκτυο και στις δυνατότητες που αυτό παρέχει. Αντίθετα με τα δύο προηγούμενα είδη, ο ομαδικός ή συλλογικός τουρισμός είναι η οργανωμένη συλλογική μετακίνηση ανθρώπων που τυχαία συμμετέχουν στο ίδιο ταξίδι, το οποίο έχει οργανωθεί από κάποιο τουριστικό γραφείο συνήθως (είτε άλλη επιχείρηση μεταφορών, είτε άλλη δημόσια ή ιδιωτική οργάνωση) (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρα 1998)<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. and Λύτρας, Π. (1998). Εισαγωγή στον τουρισμό. INTERBOOKS

### **2.5.3. Μορφές τουρισμού βάσει της διαμονής**

Η τουριστική διαμονή αποτελείται από την διάρκεια παραμονής των επισκεπτών στο τουριστικό προορισμό, το είδος διαμονής που θα επιλέξουν, αλλά και τη δαπάνη που αντιστοιχεί στην διαμονή τους αυτή (Καραχοντζίδης & Σφακιανάκης 2002)<sup>13</sup>.

Ειδικά μπορούμε να πούμε ότι η διάρκεια παραμονής των επισκεπτών στον τουριστικό προορισμό περιλαμβάνει:

- Τις κύριες διακοπές διάρκειας δεκαπέντε έως τριάντα ημερών
- Τις δευτερεύουσες διακοπές διάρκειας δέκα έως δεκαπέντε ημερών
- Τις μικρές διακοπές διάρκειας μίας έως τεσσάρων ημερών, όπως πχ τριήμερα με εργασιακές αργίες, τετραήμερα κτλ

Ακόμη, μπορούμε να αναφέρουμε ότι στο είδος διαμονής, δηλαδή στο είδος του καταλύματος, που θα επιλέξουν εμπεριέχονται ξενοδοχεία, μοτέλ, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, τροχόσπιτα, σπίτια φίλων ή συγγενών κτλ.

### **2.5.4. Μορφές τουρισμού βάσει της εποχής των διακοπών**

Ο εποχιακός τουρισμός αφορά την συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας ενός τόπου σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Αφορά δηλαδή τον θερινό και τον χειμερινό τουρισμό. Η τουριστική εποχικότητα χαρακτηρίζεται από (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004)<sup>14</sup>:

- Την εποχή της εκδήλωσης της κύριας τουριστικής δραστηριότητας, δηλαδή των διακοπών.
- Τους επί μέρους λόγους για τους οποίους επιλέγεται να εκδηλωθεί την εποχή αυτή.
- Τα ζητήματα που υπάρχουν από άποψη χώρου αλλά και χρόνου, εξαιτίας του αυξημένου ενδιαφέροντος και του πλήθους των τουριστικών ταξιδιών που εκτελούνται.

---

<sup>13</sup> Καραχοντζίδης, Δ. and Σφακιανάκης, Κ. (2002). Τουριστική εποχικότητα. Περιοδικό Τουρισμός και οικονομία

<sup>14</sup> Ηγουμενάκης, Ν. and Κραβαρίτης, Κ. (2004). Τουρισμός βασικές έννοιες. ΑΘΗΝΑ: INTERBOOKS.

Στις περιοχές που υπάρχει έντονη τουριστική εποχικότητα παρατηρείται η δημιουργία τριών τουριστικών περιόδων:

- i. Περίοδος αιχμής: πρόκειται για την περίοδο της υποδοχής μεγάλου πλήθους τουριστών. Λαμβάνει χώρα τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο ή Ιανουάριο και Φεβρουάριο.
- ii. Ενδιάμεση περίοδος: πρόκειται για την περίοδο υποδοχής μικρού όγκου τουριστών. Λαμβάνει χώρα τους μήνες Μάιο, Ιούνιο, Σεπτέμβριο, Οκτώβριο ή Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Μάρτιο, Απρίλιο.
- iii. Νεκρή περίοδος: πρόκειται για την περίοδο υποδοχής σχεδόν μηδενικού όγκου τουριστών. Λαμβάνει χώρα τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο, Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Μάρτιο ή Μάιο, Ιούνιο, Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο.

## 2.6. Το τουριστικό προϊόν

Η έννοια του τουριστικού προϊόντος αναφέρεται στο σύνολο των διάφορων τύπων τουρισμού που προσφέρονται από τους τουριστικούς παράγοντες της περιοχής, ώστε καλύπτοντας τις ανάγκες των καταναλωτών επισκεπτών να λάβουν οικονομικό κέρδος. Τα επιμέρους στοιχεία του είναι (Βαρβαρέσος 1998)<sup>15</sup>:

- Τα σημαντικά σημεία προβολής του τουριστικού προορισμού, που αποτελούν την πρωτογενή τουριστική πρόταση και πείθουν τον επισκέπτη να τον επιλέξει ανάμεσα σε άλλους προορισμούς. Πρόκειται για φυσικούς πόρους συνήθως, όπως είναι το φυσικό περιβάλλον και τα ιστορικά ή θρησκευτικά μνημεία.
- Ο ντόπιος πληθυσμός του τουριστικού προορισμού, με την συμπεριφορά του, κατά την διάρκεια της επαφής του με τους τουρίστες, έχει άμεσο αντίκτυπο στην ποιότητα και τον χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος.
- Οι συνοδευτικές υποδομές της περιοχής που δημιουργούνται, μέσω του κράτους συνήθως, με σκοπό να καλύψουν τις τάσεις της αγοράς και να διευρύνουν την δεξαμενή των εν δυνάμει επισκεπτών. Εδώ δίνεται ιδιαίτερη προσοχή ώστε οι υποδομές αυτές να συνάδουν με τον

---

<sup>15</sup> Βαρβαρέσος, Σ. (1998). Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές: η ελληνική πραγματικότητα. ΑΘΗΝΑ: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ

χαρακτήρα και τη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης της συγκεκριμένης περιοχής.

- Το περιβάλλον διαβίωσης και η δυνατότητα για ψυχαγωγία είναι από τις πιο κοινές αλλά και συγχρόνως πιο σημαντικές ανάγκες κάποιου επισκέπτη. Κατά συνέπεια, η ενδεχόμενη κάλυψή τους θα συνυπολογιστεί στο να επιλέξει τον συγκεκριμένο προορισμό, αναβαθμίζοντας ραγδαία εν τέλει την εμπορικότητά του.
- Η συγκοινωνιακή υποδομή του τόπου. Σε αυτή περιλαμβάνονται η σύνδεση της περιοχής με τις βασικές οδικές αρτηρίες, τα σημεία υποδοχής των επισκεπτών (όπως λιμάνια, αεροδρόμια, λεωφορεία και σιδηροδρομικοί σταθμοί), αλλά και το σύνολο των αυτοκινητοδρόμων της. Όλα αυτά συνδράμουν στο να είναι το ταξίδι του επισκέπτη γρήγορο, άνετο και ασφαλές, με όσο το δυνατόν λιγότερο κόστος στο λιγότερο χρόνο.

Παράλληλα όμως με το τουριστικό προϊόν, σημαντικό ρόλο στην προβολή και υποστήριξη του παίζει το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-πιχειρείν). Μέσω αυτού ο επιχειρηματίας φτάνει στον εν δυνάμει τουρίστα. Πρόκειται πλέον για αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής επιχείρησης που της προσφέρει σημαντική ευελιξία και ενισχύει την αυτονομία της μέσα στο ανταγωνιστικό περιβάλλον που αυτή κινείται (Buhalis D., 2003). Αυτή η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών πληροφορικής επέφερε μεγάλες αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της προσφοράς σε υπηρεσίες, συρρικνώνοντας τον ρόλο των ενδιάμεσων όπως πχ τα ταξιδιωτικά γραφεία (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>16</sup>.

## **2.7. Η ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού – τάσεις και προοπτικές για το μέλλον**

Ο τουρισμός έχει αναδειχθεί παγκοσμίως σε μείζονα οικονομική δραστηριότητα, πολυσήμαντη για κάθε κράτος. Σύμφωνα με έκθεση του Παγκοσμίου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού, ο κλάδος αυτός είναι πολύ σημαντικός για την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την δημιουργία θέσεων εργασίας. Το 2016 ο κλάδος αυτός συνεισέφερε 2,3 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ στο παγκόσμιο ΑΕΠ και 109

---

<sup>16</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ

εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως. Συνυπολογίζοντας όλους του τομείς που συνεργάζονται στον τουρισμό, είτε έμμεσα είτε από επαγωγικές δραστηριότητες, συνεισέφερε 7,6 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ στην παγκόσμια οικονομία και υποστήριξε 292 εκατομμύρια θέσεις εργασίας για το 2016. Αυτά αντιστοιχούν σε 10,2% του παγκοσμίου ΑΕΠ και περίπου 1/10 του συνόλου των θέσεων εργασίας. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό το γεγονός πως το 2016 η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 3,1%. Ο ρυθμός αυτός ήταν μεγαλύτερος του ρυθμού ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας (2,5% το 2016) για έκτη συνεχόμενη χρονιά (WTTC 2017)<sup>17</sup>.

Στην ετήσια έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού για το οικονομικό αντίκτυπο που έχει ο κλάδος, οι προβλέψεις για το μέλλον είναι θετικότερες. Συγκεκριμένα, υπολογίζεται ότι το 2017 η άμεση συνεισφορά του Κλάδου των Ταξιδιών και του Τουρισμού στο ΑΕΠ θα αυξηθεί κατά 3,8% ενώ τα επόμενα χρόνια θα αυξάνεται με έναν ρυθμό της τάξεως του 4% ανά χρόνο φτάνοντας το 2027 να αποτελεί το 3,5% του παγκοσμίου ΑΕΠ. Προσθέτοντας όμως και τα αποτελέσματα που αναμένουμε από την συνολική συνεισφορά της λειτουργίας του τουρισμού, δηλαδή από έμμεσες και επαγωγικές δραστηριότητες, αναμένεται να αυξηθεί κατά 3,6% το 2017 και κατά 3,9% ανά χρόνο μέχρι το 2027 που θα αποτελεί πλέον το 11,4% του παγκοσμίου ΑΕΠ (WTTC 2017)<sup>18</sup>.

Επίσης αναμένεται σε βάθος δεκαετίας να δημιουργηθούν πολλές νέες θέσεις εργασίας με τους αναλυτές να προβλέπουν ότι το 2027 το 11,1% των θέσεων εργασίας διεθνώς θα είναι άμεσα ή έμμεσα σχετιζόμενες με τον κλάδο του τουρισμού. Συγκεκριμένα αναφέρεται στην έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και τουρισμού ότι το 23% των νέων θέσεων εργασίας που θα δημιουργηθούν στα επόμενα δέκα χρόνια θα υποστηρίζονται από αυτόν. Αυτά όμως που αποδεικνύουν περίτρανα την μελλοντική δυναμική του υπό μελέτη τομέα είναι τόσο η αύξηση των επενδύσεων (κατά 4,1% το 2017 και 4,5% για κάθε χρόνο μέχρι το 2027), όσο και η αύξηση των διεθνών αφίξεων (κατά 4,5% το 2017 και 4,3% ανά χρόνο μέχρι το 2027). Εν τέλει, εξάγεται το συμπέρασμα ότι μακροχρόνια ο

---

<sup>17</sup> TRAVEL & TOURISM GLOBAL ECONOMIC IMPACT & ISSUES 2017 (2017). World Travel & Tourism Council

<sup>18</sup> TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL

τουρισμός πιθανότατα θα αναπτύσσεται πιο γρήγορα από την παγκόσμια οικονομία (WTTC 2017)<sup>19</sup>.

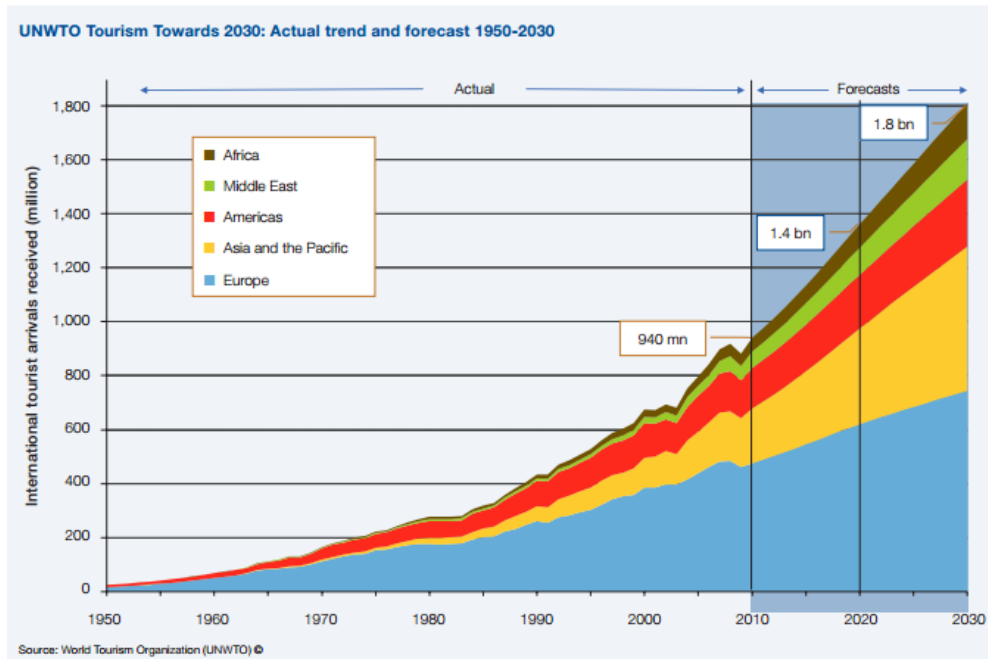


Χάρτης παγκόσμιου τουρισμού

Από την έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) για το 2017 προκύπτει ότι η Ευρώπη συγκεντρώνει το 50% των διεθνών αφίξεων (616 εκατομμύρια) και το 37% των εσόδων (χάρτης) (UNWTO 2017)<sup>20</sup>. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Π.Ο.Τ. οι αφίξεις στους νέους αναδυόμενους προορισμούς αναμένεται να αυξάνονται με διπλάσιο ρυθμό από αυτές των παραδοσιακών προορισμών (Ευρώπη και Αμερική) στα επόμενα χρόνια (διάγραμμα). Έτσι, αναμένεται από 45% του μεριδίου αγοράς που οι νέοι προορισμοί είχαν το 2016, αυτό να εκτοξευθεί στο 57% το 2030. Σύμφωνα με αυτές τις προβλέψεις, η Ευρώπη θα εξακολουθεί να έχει την μερίδα του λέοντος στις διεθνείς αφίξεις με ποσοστό 41%, αισθητά μειωμένο σε σχέση με το 2010 που ήταν 51%. Κύρια αιτία αυτού είναι ότι οι ώριμοι προορισμοί σε Βόρειο και Δυτική Ευρώπη θα παρουσιάζουν χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης.

<sup>19</sup> TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL

<sup>20</sup> UNWTO (United Nation World Tourism Organization) TOURISM HIGHLIGHTS 2017 EDITION. (2017). WORLD TOURISM ORGANIZATION.



Διάγραμμα: Η εικόνα του ελληνικού τουρισμού – προβλέψεις και προοπτικές για το μέλλον

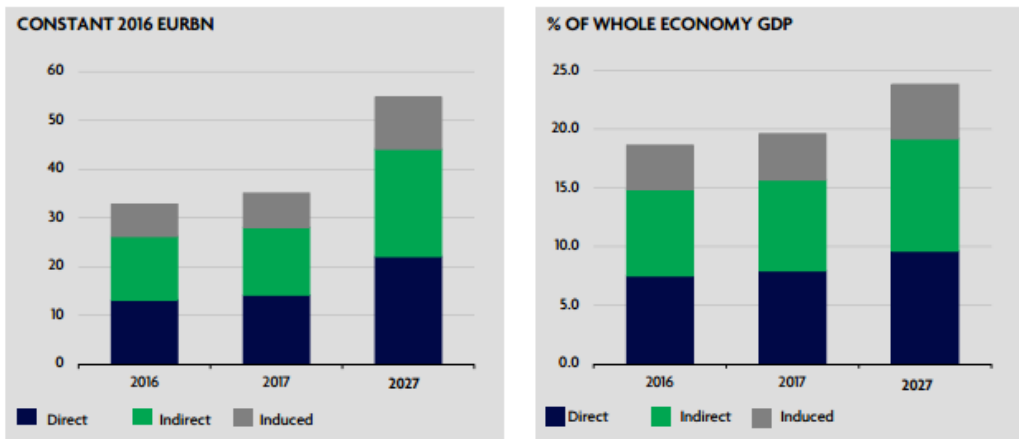
Σύμφωνα με την έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού για τον αντίκτυπο του τουρισμού στην Ελλάδα, το 2016 ο ελληνικός τουρισμός συνεισέφερε το 18,6% του ΑΕΠ και υποστήριξε 860.500 θέσεις εργασίας, ήτοι το 23,4% της συνολικής απασχόλησης. Η προοπτική για τον κλάδο παραμένει θετική ενώ ενισχύεται η πεποίθηση ότι παρά την συνεχή εμφάνιση προκλήσεων, ο τουρισμός θα συνεχίσει να παράγει πλούτο και θέσεις εργασίας στην χώρα (WTTC 2017)<sup>21</sup>.

Συγκεκριμένα τα κύρια συμπεράσματα της έκθεσης έχουν ως εξής:

- Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ το 2016 ήταν 32,8 δις ευρώ, δηλαδή το 18,6% του ΑΕΠ. Το 2017 η συνολική προσφορά του κλάδου στο ΑΕΠ θα αυξηθεί κατά 6,9% και θα φτάσει στο 19,6%. Σε βάθος χρόνου με ρυθμό αύξησης της συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ +4,6%, το 2027 αυτή θα αγγίξει τα 54,7 δις Ευρώ ή 23,8% του ΑΕΠ (διάγραμμα 1).

<sup>21</sup> TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 GREECE. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL.

### GREECE: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP

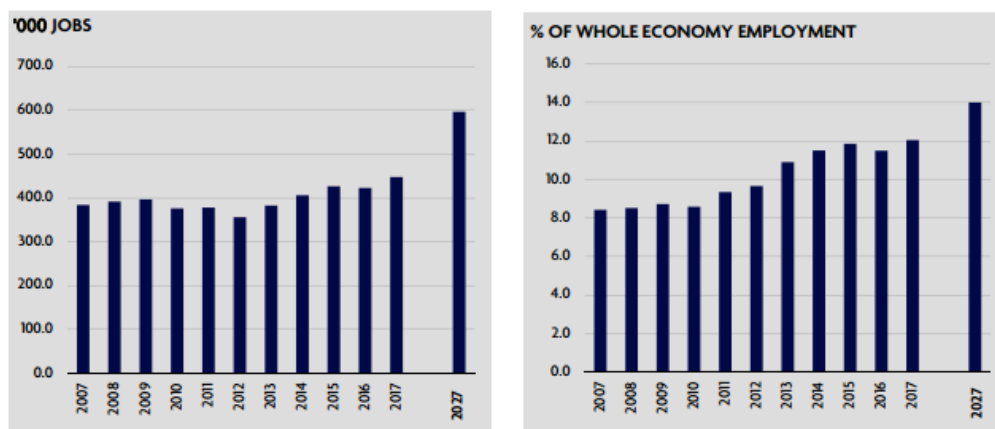


<sup>1</sup>All values are in constant 2016 prices & exchange rates

διάγραμμα 1

- Οι θέσεις εργασίας (από άμεσες, έμμεσες και επαγωγικές δραστηριότητες) που υποστήριξε ο κλάδος του τουρισμού το 2016 ήταν 860.500 θέσεις, που αντιστοιχούν στο 23,4% των συνολικών θέσεων εργασίας της χώρας. Το 2017 αυτές θα αυξηθούν κατά 6,3%, ενώ αναμένεται μέχρι το 2027 να αυξάνονται με ένα μέσο ρυθμό 3,4% ανά έτος αγγίζοντας τις 1.273.000 θέσεις εργασίας. Δηλαδή ο τουρισμός πλέον θα απασχολεί το 29,9% του συνόλου των θέσεων εργασίας στην χώρα (διάγραμμα 2).

### GREECE: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



διάγραμμα 2

- Το 62,5% της συνεισφοράς του τουρισμού στο ΑΕΠ προέρχεται από τις δαπάνες ξένων επισκεπτών και το 37,5% από τις ταξιδιωτικές δαπάνες των Ελλήνων τουριστών. Η δαπάνη των Ελλήνων τουριστών θα σημειώσει άνοδο +2,1% το 2017.



- Την τρέχουσα χρονιά η Ελλάδα προβλέπεται ότι θα υποδεχθεί 26,1 εκατομμύρια τουρίστες περίπου, ενώ το 2027 οι διεθνείς αφίξεις θα αγγίξουν τα 40 εκατομμύρια.
- Οι επενδύσεις στον κλάδο για το 2016 υπολογίζονται σε 3,2 δις ευρώ και αντιπροσωπεύουν το 15,7% των συνολικών επενδύσεων που έγιναν στην χώρα. Οι μακροπρόθεσμες προοπτικές διαφαίνονται θετικές με ρυθμό +5,1% ανά έτος, δηλαδή 5,5 δις ευρώ επενδύσεις συνολικά στον τουρισμό το 2027.
- Οι συνολικές δαπάνες (εισερχόμενες και εγχώριες) για διακοπές αναψυχής υπερτερούν σημαντικά των δαπανών για επαγγελματικά ταξίδια, με τα ποσοστά να ανέρχονται σε 93,3% έναντι 7,6%. Μέχρι το 2027 καταγράφεται ότι η μέση ετήσια ανάπτυξη θα είναι 4,2% για τις διακοπές αναψυχής και 8,2% για τα επαγγελματικά ταξίδια.
- Εν κατακλείδι, σε σύνολο 185 χωρών η Ελλάδα σημειώνει για το 2016 τις εξής επιδόσεις:
  - 29<sup>η</sup> χώρα ως προς την συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ σε απόλυτους αριθμούς
  - 40<sup>η</sup> χώρα ως προς τη συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ
  - 30<sup>η</sup> χώρα ως προς τη συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση

Με κριτήριο της προβλέψεις η Ελλάδα καταλαμβάνει τις εξής θέσεις:

- 29<sup>η</sup> χώρα ως προς τον προβλεπόμενο ρυθμό ανάπτυξης για το 2017
- 85<sup>η</sup> χώρα ως προς τον προβλεπόμενο μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης για το διάστημα 2017-2027.

Συμπερασματικά αναφέρεται στην έρευνα ότι η αναμενόμενη ανάπτυξη του τουρισμού απαιτεί την δημιουργία ενός πλαισίου βιώσιμης ανάπτυξης. Η πιστή εφαρμογή των αρχών της βιωσιμότητας είναι ο δρόμος ώστε ο δυναμικότερος κλάδος της ελληνικής οικονομίας να αναδείξει το εύρος και τις πολύπλευρες δυνατότητές του (WTTC 2017)<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 GREECE. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL.

## **Κεφάλαιο 3: Εναλλακτικές και Ειδικές μορφές τουρισμού**

### **Εισαγωγή**

Το κεφάλαιο αυτό αποτελεί μία μετάβαση από την ευρύτερη έννοια του τουρισμού σε μία πτυχή του, αυτή των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού. Με άλλα λόγια, στο περιεχόμενό του περιλαμβάνονται στοιχεία που αναλύουν και εξηγούν στον μέγιστο δυνατό βαθμό τι είναι αυτή η μορφή τουρισμού, πως αυτή διαχωρίζεται από τις υπόλοιπες, γιατί είναι αναγκαία και ποιες οι προοπτικές της. Πιο συγκεκριμένα, και πέραν του ορισμού της, παρουσιάζονται οι παράγοντες εκείνοι που ενισχύουν το ενδιαφέρον για τον εναλλακτικό τουρισμό ειδικά στη Ελλάδα, ενώ ταυτόχρονα, εξετάζεται το είδος του τουρισμού αυτού ως προωθητικός παράγοντας της αειφόρας τουριστικής ανάπτυξης. Στη συνέχεια, μελετάται η τουριστική εξειδίκευση και η εφαρμογή των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού και αναλύονται όλες οι χωρο – χρονικές συγκεντρώσεις, δηλαδή οι συγκεντρώσεις εκείνες που παρουσιάζει ο τουρισμός στο χώρο και στο χρόνο, που αποτελούν ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής δραστηριότητας (αφού η τουριστική περίοδος οριοθετείται από τους δύο τύπους συγκέντρωσης, τον χώρο και τον χρόνο). Αφού παρατεθούν και σχολιασθούν οι επιδράσεις των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον και οριστεί και η τουριστική φέρουσα ικανότητα (που αποτελεί βασική έννοια για τη μελέτη μας), εξετάζονται τα διάφορα είδη αυτών των μορφών τουρισμού (των ειδικών και εναλλακτικών μορφών). Σε αυτό το σημείο, δηλαδή, διαχωρίζεται ο εναλλακτικός τουρισμός σε κατηγορίες με βάση τα κίνητρα και τις ομάδες που διαμορφώνονται από αυτά. Έτσι, θα μπορέσουμε να αποκτήσουμε μία σφαιρική εικόνα για τον εναλλακτικό τουρισμό και τις μορφές του και να χρησιμοποιήσουμε και να αναλύσουμε ορισμένες από αυτές στο επόμενο κεφάλαιο.

### 3.1. Ορισμός του Εναλλακτικού Τουρισμού

Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>23</sup> οι αναλύσεις των τουριστικών αγορών προσδιορίζουν τους παράγοντες που επιβεβαιώνουν την κρίση του μαζικού τουρισμού και εν τέλει αναδεικνύουν τις Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Αυτοί είναι:

1. Η εμφάνιση ενός σημαντικού πλήθους ειδικών προορισμών, συγχρόνως με την αποδυνάμωση των παραδοσιακών προορισμών. Έτσι, ο ανταγωνισμός μεταξύ των προορισμών γίνεται πιο έντονος.
2. Η μεταβολή της χρονικής διάρκειας και της κατανομής των διακοπών. Στην ουσία, τα ταξίδια γίνονται περισσότερα σε πλήθος, ενώ η διάρκεια παραμονής στους προορισμούς μικραίνει.
3. Η αύξηση των ταξιδιών εναλλακτικής μορφής και των ταξιδιών ειδικών ενδιαφερόντων καθορίζεται από κίνητρα σχετικά με την κλίμακα κοινωνικών αξιών, το φυσικό περιβάλλον και τον πολιτισμό.
4. Η τμηματοποίηση της αγοράς, η τάση που έχει η τουριστική μετακίνηση να διαμορφώνεται βάσει δραστηριοτήτων αναψυχής.
5. Η τουριστική πελατεία αποκτά την απαραίτητη ταξιδιωτική εμπειρία ώστε πλέον να αναζητά το λεγόμενο «επί παραγγελία» πακέτο.
6. Οι Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού καταλαμβάνουν πλέον σημαντικό κομμάτι της τουριστικής ζήτησης και ο κλάδος του τουρισμού εν γένει γίνεται ανταγωνιστικότερος με την καθιέρωση του «e-tourism» και την συστηματική χρήση των εξειδικευμένων tour operators.

Συνεχίζοντας, ο Βαρβαρέσος επισημαίνει πως το τουριστικό προϊόν περνάει ένα στάδιο «απομαζικοποίησης». Το μοντέλο του μαζικού τουρισμού που στηρίζεται σε ένα τυποποιημένο προϊόν παρουσιάζει πτωτική πορεία και προτιμάται ένα «μοντέλο διαφοροποιημένων δραστηριοτήτων» που στηρίζεται σε ένα ευρύτερο πεδίο υπηρεσιών. Έτσι, το παραθεριστικό μοντέλο των 4S (sun, sand, sea, sex) που δεν ικανοποιεί τις ανάγκες των επισκεπτών παραχωρεί την θέση του προοδευτικά στο μοντέλο των 4E (Environment and clean nature, Educational tourism, culture and history, Event and mega event, Entertainment and fun).

---

<sup>23</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φαρσάρη, Ι. (2009). *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing*. Αθήνα: INTERBOOKS.

Στην ιστοσελίδα του ελληνικού υπουργείου τουρισμού αναφέρεται ότι «ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης» ([www.mintour.gov.gr](http://www.mintour.gov.gr), 2017)<sup>24</sup>.

### **3.2. Αίτια ενίσχυσης του ενδιαφέροντος περί εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα**

Το ενδιαφέρον για τις Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού στη χώρα μας έχει ενταθεί ιδιαίτερα τις τελευταίες δύο δεκαετίες. Οι υπεύθυνοι φορείς του τουρισμού, καθώς και οι αναπτυξιακές εταιρείες και οργανισμοί προσπαθούν με την εκπόνηση των ανάλογων προγραμμάτων να προωθήσουν την εφαρμογή τους. Επίσης, οι επενδυτές του ιδιωτικού τομέα από την πλευρά τους αναλαμβάνουν τις απαραίτητες επιχειρηματικές - επενδυτικές πρωτοβουλίες. Αυτό το ενδιαφέρον θα μπορούσε να ερμηνευθεί από τα παρακάτω αίτια (Σωτηριάδης & Φάρσαρη, 2009<sup>25</sup>, [www.mintour.gov.gr](http://www.mintour.gov.gr), 2017<sup>26</sup>):

1. Ο κύκλος ζωής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος έχει περάσει στο στάδιο της ωρίμανσης / παρακμής.
2. Η ύπαρξη χρηματοδοτικών πλαισίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προκειμένου να ενισχυθούν επενδυτικά σχέδια τα οποία θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη μίας ή περισσότερων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
3. Η ανάγκη να διαφοροποιηθεί και να εμπλουτιστεί το προσφερόμενο ελληνικό τουριστικό προϊόν, ώστε να ξεπεραστεί το ηλιοκεντρικό αναπτυξιακό μοντέλο που στηρίχθηκε στο τρίπτυχο «θάλασσα, ήλιος, αρχαιότητες».
4. Η ανάδειξη και περαιτέρω τουριστική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος.
5. Η άμβλυση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

---

<sup>24</sup> Anon, (2017). Πρόγραμμα Εναλλακτικός Τουρισμός |. [online] Available at: <http://www.mintour.gov.gr/Investments/Espa/Administrationservice/enalaktikostourismos> [Accessed 5 Oct. 2017].

<sup>25</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φάρσαρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>26</sup> Anon, (2017). Πρόγραμμα Εναλλακτικός Τουρισμός |. [online] Available at: <http://www.mintour.gov.gr/Investments/Espa/Administrationservice/enalaktikostourismos> [Accessed 5 Oct. 2017].

### 3.3. Ο εναλλακτικός τουρισμός ως παράγοντας προώθησης της πολιτικής της αειφόρας τουριστικής ανάπτυξης

Η έννοια και οι αρχές της αειφόρας ή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στηρίζονται στις αναλύσεις των επιστημόνων για την αειφορία, η οποία στην βιολογία αναφέρεται στην συνεχή ανανέωση της χλωρίδας και της πανίδας. Αυτή η πολιτική εξυπηρετεί την ανάγκη να δημιουργηθεί στις τουριστικές περιοχές ένα μοτίβο ανάπτυξης τέτοιο που να ενσωματώνει την αρμονική συνύπαρξη της τοπικής, κοινωνικής, οικονομικής, πολιτισμικής και περιβαλλοντικής δομής της εκάστοτε περιοχής. Παράλληλα, διασφαλίζει ότι θα υπάρχουν οι κατάλληλες προδιαγραφές σε επίπεδο υπηρεσιών, υποδομών και τεχνογνωσίας, ώστε να ανατροφοδοτείται η ανάπτυξη αυτή. Η προώθηση αυτής της πολιτικής είχε διττή σημασία. Από την μία ήταν η απάντηση στην κριτική που εκφράστηκε σχετικά με τα αποτελέσματα της μαζικής τουριστικής ανάπτυξης. Ενώ, από την άλλη, ήταν η απαρχή της προσέγγισης μακροπρόθεσμα των αναπτυξιακών ζητημάτων με την θέσπιση κατάλληλων ορίων ώστε να εξασφαλίζεται η ανατροφοδότηση της ισορροπημένης ανάπτυξης στις τουριστικές περιοχές (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>27</sup>.

Η αναμενόμενη αύξηση του τουρισμού είναι απολύτως απαραίτητο να συνδυαστεί με την δημιουργία ενός πλαισίου βιώσιμης ανάπτυξης, όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο. Το 2017 κηρύχτηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.)<sup>28</sup> ως Έτος Αειφόρας Τουριστικής Ανάπτυξης. Στην ετήσια έκθεση του Π.Ο.Τ. για το 2016 αναφέρεται ότι οι στόχοι της ενέργειας αυτής είναι η συνειδητοποίηση της προσφοράς της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, η συνεργασία με τους επιχειρηματίες ώστε να γίνει ο κλάδος καταλύτης για μια άκρως θετική στροφή στην αντιμετώπιση του ζητήματος και η επέκταση της αλλαγής σε πολιτικές, σε επιχειρηματικές πρακτικές, ακόμη και στην συμπεριφορά των τουριστών (UNWTO 2016)<sup>29</sup>.



<sup>27</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>28</sup> 2016 ANNUAL REPORT - WORLD TOURISM ORGANIZATION.

<sup>29</sup> 2016 ANNUAL REPORT - WORLD TOURISM ORGANIZATION.

Οι κύριες παράμετροι τις αειφόρας τουριστικής ανάπτυξης είναι οι εξής (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>30</sup>:

1. Ειδικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης, που να στοχεύει στην τήρηση της ισορροπίας ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.
2. Ενίσχυση όλων των μέτρων (τοπικές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες, λειτουργικές διασυνδέσεις ανάμεσα σε διαφορετικούς κλάδους της οικονομίας, έρευνα, εκπαίδευση, μάρκετινγκ) που συμβάλλουν στις διαδικασίες ανατροφοδότησης της ανάπτυξης.
3. Ειδικό θεσμικό πλαίσιο που θα προωθεί τις διαδικασίες της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και την τοπική συμμετοχή.
4. Προώθηση μέτρων και πολιτικών που συμβάλλουν στην προστασία και την ανάδειξη του τοπικού, φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος.
5. Χρήση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως βασικού άξονα της τοπικής τουριστικής ανάπτυξης.

Ο ορισμός που δόθηκε από τους Eadington και Smith το 1992 ορίζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως «μορφές τουρισμού που είναι συμβατές με τις περιβαλλοντικές και τις κοινωνικές αξίες της περιοχής και οι οποίες επιτρέπουν τόσο στην κοινωνία υποδοχής όσο και στους επισκέπτες να απολαύσουν μία θετική και αξιόλογη αλληλεπίδραση και κοινές εμπειρίες» (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>31</sup>. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ενισχύουν αλλά και ενισχύονται από την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Υπό μία έννοια θεωρούνται προϊόντα τα όποια είναι κατάλληλα ώστε να αποτελέσουν την βάση της εμπέδωσης αυτού του προτύπου ανάπτυξης σε εθνικό και τοπικό επίπεδο (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>31</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φαρσάρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>32</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

### 3.4. Η τουριστική εξειδίκευση και η ανάπτυξη των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

Βασικός στόχος των τουριστικών προορισμών που αναπτύσσουν εναλλακτικό τουρισμό είναι η βέλτιστη χρήση των υποδομών (βασικές υποδομές όπως η ύδρευση, υποδομές συγκοινωνίας και επικοινωνίας, περιβαλλοντικές υποδομές, υποδομές υγείας και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, καθώς και πολιτιστικές υποδομές) που αποτελούν την βάση της τουριστικής ανάπτυξης. Ωστόσο, η ανάπτυξη των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στοχεύει βεβαίως και στην επίτευξη σημαντικού εισοδήματος από το οποίο το σύνολο των εμπλεκόμενων αποκομίζει κέρδος, ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο (Σφακιανάκης, 2000)<sup>33</sup>.

Στις χώρες υποδοχής κρίνεται απαραίτητη η τουριστική εξειδίκευση προκειμένου να εξασφαλίζεται η αποτελεσματική συμβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη (Βαρβαρέσος 2008<sup>34</sup>, Λαγός 2005<sup>35</sup>, Vellas 2007<sup>36</sup>). Οι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά τον προσδιορισμό των τύπων εξειδίκευσης, άρα και της τουριστικής ανάπτυξης των προορισμών είναι οι τουριστικοί πόροι και εξοπλισμοί, τα συγκριτικά κόστη, και οι συνθήκες ζήτησης.

Οι τουριστικοί πόροι και εξοπλισμοί ορίζονται από το εύρος των πόρων που έχει στην διάθεσή της μία χώρα υποδοχής ώστε να είναι σε θέση να παράγει όλες τις υπηρεσίες τουρισμού (Κομίλης, 2007)<sup>37</sup>. Μπορούμε να διακρίνουμε τρεις κατηγορίες:

1. Οι φυσικοί πόροι, αποτελούν ουσιαστικά τον τουριστικό χώρο (τοπίο, κλίμα, θάλασσα). Συνήθως είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για τις χώρες υποδοχής. Ενίοτε πρόκειται και για ξεχωριστές ή ιδιαίτερες περιπτώσεις όπως πχ το τροπικό δάσος του Αμαζονίου.
2. Οι πολιτιστικοί και ιστορικοί πόροι, αποτελούν κύριο κίνητρο τουριστικής μετακίνησης, ενώ συγχρόνως οριοθετούν πολύ συγκεκριμένους τρόπους εκμετάλλευσης. Η χώρα που διαθέτει τέτοιους πόρους έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει μια σχεδόν μονοπωλιακή κατάσταση, πχ η Ελλάδα με την Ακρόπολη ή η Αίγυπτος με τις Πυραμίδες.

<sup>33</sup> Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. ΕΛΛΗΝ.

<sup>34</sup> Βαρβαρέσος, Σ. (2008). *Οικονομική του Τουρισμού*. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

<sup>35</sup> Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>36</sup> Vellas, F. (2005). *Economie et Politique du Tourisme International*. Paris: ECONOMICA.

<sup>37</sup> Κομίλης, Π. (2007). *Οικοτουρισμός*. 2nd ed. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

3. Τουριστικοί εξοπλισμοί και υποδομές, κυρίως δηλαδή κεφαλαιουχικοί πόροι, οι οποίοι είναι απαραίτητοι για την τουριστική ανάπτυξη. Αντικειμενικά, αποτελούν τους κυριότερους παράγοντες της τουριστικής παραγωγής, λόγω της σημαντικότητας των υποδομών που χρειάζονται (πχ μεταφορές και τουριστικά καταλύματα). Επαρκή κεφάλαια προς επένδυση απαιτούνται από το παραδοσιακό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης. Πιθανότατα για μια επένδυση στον εναλλακτικό τουρισμό αυτό να ισχύει σε μικρότερο βαθμό, εάν πρόκειται για συμπληρωματική ως προς τους παραδοσιακούς τύπους τουριστικής ανάπτυξης.

Η θέση της χώρας στο πεδίο του διεθνούς τουρισμού και η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού βασίζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην σχετική αφθονία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>38</sup>.

Στα συγκριτικά κόστη περιλαμβάνονται, εκτός από τα κλασσικά συστατικά του κόστους (κατάλυμα, μεταφορά κτλ), τα στοιχεία του κόστους της μισθωτής εργασίας, στη σχέση ποιότητας – τιμής και στην εξειδίκευση (Cuvelier et al. 1994)<sup>39</sup>:

1. Το κόστος της μισθωτής εργασίας: πρόκειται για το πιο αντιπροσωπευτικό κόστος για τα συγκριτικά κόστη και παρέχει ένα πολύ μεγάλο πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς.
2. Η ποιότητα: Ειδικά η σχέση ποιότητα / τιμή είναι ένα από τα πιο σημαντικά κίνητρα επιλογής ενός προορισμού εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Συμβαίνει συχνά η τιμή να είναι λιγότερο σημαντική από την ποιότητα.
3. Η εξειδίκευση: η εξειδικευμένη εργασία αφορά άμεσα την ποιότητα των τουριστικών προϊόντων και αποτελεί σημαντικό κριτήριο ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού (Βαρβαρέσος, 2008)<sup>40</sup>.

Τα συγκριτικά κόστη αποτελούν ένα πάρα πολύ ιδιαίτερο πλεονέκτημα για τους προορισμούς που αναπτύσσουν μεγάλο βαθμό ανταγωνιστικότητας σε όρους κόστους εργασίας (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>41</sup>.

---

<sup>38</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φαρσάρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>39</sup> Cuvelier, P., Torres, E. and Gadrey, J. (1994). *Patrimoine, Modeles de tourisme et Developpement local*. Paris: L'Harmattan.

<sup>40</sup> Βαρβαρέσος, Σ. (2008). *Οικονομική του Τουρισμού*. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.



Οι συνθήκες ζήτησης, δηλαδή η τουριστική ζήτηση, αποτελείται από τρεις διαφορετικούς τύπους, ο ρόλος των οποίων έχει διαφορετικό βάρος από χώρα σε χώρα και έχουν σημαντική επίδραση πάνω στην διαμόρφωση των τουριστικών ροών (Vellas, 2007)<sup>42</sup>:

1. Η εσωτερική τουριστική ζήτηση: με αυτή ερμηνεύεται το μέγεθος του εσωτερικού ή εθνικού τουρισμού. Η αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών χώρων, καθώς και τα καταλύματα, οι υποδομές των μεταφορικών μέσων και οι ειδικές υποδομές των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αποσκοπούν στην ικανοποίηση της τουριστικής ζήτησης. Στις αναπτυσσόμενες χώρες το ότι η εσωτερική τουριστική ζήτηση βρίσκεται σε πολύ χαμηλό επίπεδο αποτελεί σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού.
2. Η περιφερειακή τουριστική ζήτηση: πρόκειται για ζήτηση από επισκέπτες / τουρίστες της ίδιας ηπείρου ή γεωγραφικής ενότητας. Ο περιφερειακός τουρισμός είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος τόσο στις βιομηχανικές, όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η σωστή κατανομή του τουρισμού στο χώρο – χρόνο εξαρτάται σημαντικά από την περιφερειακή ζήτηση. Αυτό το στοιχείο την καταστεί κρίσιμο παράγοντα για την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού. Έτσι, αφορά άμεσα τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που παρουσιάζουν μια καλύτερη χωροχρονική διάρθρωση και διαδραματίζουν ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη ενός αριθμού χωρών.
3. Η διεθνής τουριστική ζήτηση: πρόκειται για το σύνολο της ζήτησης του ενδοπεριφερειακού και διαπεριφερειακού τουρισμού. Αφορά κυρίως της χώρες που έχουν στην διάθεσή τους πιο ανεπτυγμένες τουριστικές υποδομές. Βέβαια, αφορά και μερικές χώρες που έχουν ρόλο περιφερειακού ηγέτη στην περιοχή τους.

---

<sup>41</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φάρσαρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>42</sup> Vellas, F. (2007). Economie et Politique du Tourisme International. Paris: ECONOMICA.

### **3.5. Οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις**

Οι συγκεντρώσεις που παρουσιάζει ο τουρισμός στο χώρο και στο χρόνο είναι ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής δραστηριότητας (Βαρβαρέσος, 2000)<sup>43</sup>. Η τουριστική περίοδος οριοθετείται από τους δύο τύπους συγκέντρωσης, τον χώρο και τον χρόνο. Ο χώρος αναφέρεται στην χωρική διάρθρωση των υποδομών και των δραστηριοτήτων, ενώ ο χρόνος αναφέρεται στη χρονική περίοδο κατά την οποία λειτουργεί η τουριστική δραστηριότητα. Η εφαρμογή εναλλακτικών μορφών τουρισμού περιορίζει τις επιπτώσεις των χωρο-χρονικών συγκεντρώσεων.

#### **3.5.1. Η εποχικότητα**

Η τουριστική δραστηριότητα συνήθως επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (πχ τους καλοκαιρινούς μήνες στην παράκτια ζώνη) δημιουργώντας προβλήματα στην οργάνωση και την αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων. Η οργάνωση του χρόνου παραγωγής στις αγορές ζήτησης (πχ διακοπές εργαζομένων) και οι κλιματολογικές συνθήκες είναι οι αιτίες που μπορούν να ερμηνεύσουν την εποχικότητα του τουρισμού. Ο πολλαπλασιασμός των κινήτρων των υποψήφιων επισκεπτών – τουριστών και η επένδυση στις εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού έχουν θετική επιρροή στην μεταβολή της διαθεσιμότητας του ελεύθερου χρόνου των τουριστών, στο βαθμό κινητικότητας και στον τύπο της τουριστικής δραστηριότητας (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>44</sup>.

#### **3.5.2. Οι χωρικές συγκεντρώσεις**

Οι βασικοί παράγοντες που μπορούν να ερμηνεύσουν τις χωρικές συγκεντρώσεις σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο είναι ο βαθμός συγκέντρωσης και η ακινησία των τουριστικών πόρων. Με την έννοια «βαθμός συγκέντρωσης» περιγράφουμε το γεγονός ότι οι υπηρεσίες υποδοχής, τα τουριστικά καταλύματα και οι εγκαταστάσεις αναψυχής βρίσκονται συγκεντρωμένες σε κάποιες συγκεκριμένες γεωγραφικές ζώνες, πχ παράκτια ζώνη, καθότι εκεί υπάρχουν κατάλληλες υποδομές και ανάλογη χωροταξική διάρθρωση. Με την έννοια «ακινησία των τουριστικών πόρων» περιγράφουμε το ότι τα μνημεία, οι φυσικοί πόροι και οι υπάρχουσες

<sup>43</sup> Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός. Έννοιες. Μεγέθη. Δομές.. 2nd ed. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

<sup>44</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φάρσαρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

υποδομές τουριστικές ή μη είναι ακίνητα και οριοθετημένα. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε περιοχές με κατάλληλους πόρους, οι οποίες παράλληλα ικανοποιούν τα ειδικά κίνητρα των ενδεχόμενων επισκεπτών (πχ αγροτική ζώνη), λειτουργεί καταλυτικά στην μεγέθυνση των οικονομικών αποτελεσμάτων της τουριστικής δραστηριότητας.

### **3.5.3. Οι επιπτώσεις των χωρο-χρονικών συγκεντρώσεων**

Οι επιπτώσεις διαφέρουν ανάλογα με την ένταση των χωρο-χρονικών συγκεντρώσεων και της περιοχής στις οποίες αυτές εξελίσσονται. Πρόκειται για επιπτώσεις πολυ-επίπεδες και συναφείς του πεδίου του τουρισμού και αφορούν:

1. Τις τουριστικές ή μη επιχειρήσεις οι οποίες παρουσιάζουν έντονη εποχικότητα λόγω του ότι εξασκούν την δραστηριότητά τους στην παράκτια ζώνη.
2. Το Δημόσιο Τομέα.
3. Την εποχική λειτουργία των επενδύσεων σε τουριστικές υποδομές συμβάλλει στην χαμηλή αποδοτικότητά τους, καθώς περνούν μια περίοδο σχεδόν μηδενικής λειτουργίας.
4. Την υπερφόρτωση διαφόρων τομέων (μεταφορών ή ενέργειας)
5. Την τοπική κοινωνία (πληθωριστικές τάσεις, ρύπανση, ανασφάλεια κτλ)
6. Την τοπική οικονομία.

Οι χωρο-χρονικές συγκεντρώσεις αναπτύσσονται κυρίως στην παράκτια ζώνη, στην οποία μία επιχείρηση μπορεί να εμφανίσει τις εξής δυσλειτουργίες : μικρή διάρκεια πληρότητας στην περίοδο αιχμής, δυσκολία συμψηφισμού των ζημιών για τους λιγότερο αποδοτικούς μήνες, χαμηλή παραγωγικότητα και δυσκολία εξεύρεσης προσωπικού με κατάλληλη εξειδίκευση (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>45</sup>.

Έτσι, πραγματοποιείται προσπάθεια να περιοριστούν οι επιπτώσεις αυτές με την εφαρμογή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ούτως ώστε να εμπλουτιστεί ή να διαφοροποιηθεί η τουριστική προσφορά. Η διαφοροποίηση της τουριστικής δραστηριότητας, η ανάπτυξή της σε εκτός αιχμής χρονικές περιόδους ή και σε

---

<sup>45</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φαρσάρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

διαφορετικές χρονικές ενότητες, επιδρούν θετικά στην μείωση των όποιων αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας (Σφακιανάκης 2000)<sup>46</sup>.

#### **3.5.4. Οι χωρικές ενότητες υποδοχής**

Η εφαρμογή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού περιορίζει τις οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού καθώς βοηθάει στην αύξηση των τουριστικών ροών. Ο Βαρβαρέσος αναφέρει ότι «Μια ταξινόμηση των προορισμών βάσει της έντασης και του είδους της τουριστικής δραστηριότητας, της γεωμορφολογίας και της ευαισθησίας των πόρων είναι η ακόλουθη:

1. Αναπτυγμένες τουριστικά περιοχές,
2. Αναπτυσσόμενες τουριστικά περιοχές: περιοχές με περιθώρια ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ανεπτυγμένοι πυρήνες μαζικού τουρισμού εντός των ευρύτερων αναπτυσσόμενων περιοχών με περιθώρια ανάπτυξης ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού,
3. Περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος με κυρίαρχες χρήσεις άλλες από τον τουρισμό και δυνατότητες ανάπτυξης ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού,
4. Μητροπολιτικές περιοχές,
5. Νησιά και παράκτιες περιοχές,
6. Ορεινές περιοχές,
7. Πεδινές περιοχές,
8. Παραδοσιακοί οικισμοί,
9. Αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία.» (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>47</sup>.

Η χωρική ενότητα υποδοχής δύναται να αναφέρεται στον τουριστικό προορισμό ή γενικά στην παράκτια ζώνη, στην ύπαιθρο και στην ορεινή ζώνη. Η χωρο-χρονική διευθέτηση που απαιτεί η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού εξυπηρετεί την καλύτερη χωρική οργάνωση και ανάπτυξη των τριών ζωνών (Βαρβαρέσος 1999<sup>48</sup>, Vellas 2007<sup>49</sup>).

<sup>46</sup> Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. ΕΛΛΗΝ.

<sup>47</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φάρσαρη, Ι. (2009). *Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing*. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>48</sup> Βαρβαρέσος, Σ. (1999). *Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση*. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

<sup>49</sup> Vellas, F. (2007). *Economie et Politique du Tourisme International*. Paris: ECONOMICA.

### **3.6. Οι επιδράσεις των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην οικονομία, στην κοινωνία και στο φυσικό περιβάλλον**

Η εφαρμογή των στρατηγικών τουριστικής ανάπτυξης στοχεύουν στην διασφάλιση της ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χρειάζονται ένα ελάχιστο επίπεδο επενδύσεων. Εφόσον αυτές οι επενδύσεις γίνουν πραγματικότητα και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναπτυχθούν, επέρχεται μία σειρά επιδράσεων οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>50</sup>.

#### **3.6.1. Οι οικονομικές επιδράσεις**

Το σύστημα τουριστική κατανάλωση – τουριστική παραγωγή στον τουριστικό προορισμό επιδρά ως εξής:

1. Δημιουργία γεωγραφικής ανακατανομής των τουριστικών ροών προς αγροτικές και ορεινές περιοχές
2. Δημιουργία θέσεων απασχόλησης οποιουδήποτε επιπέδου ειδίκευσης
3. Διαμόρφωση ανώτερου επιπέδου τιμών (γης, αγροτικών και βιοτεχνικών προϊόντων)
4. Δημιουργία τουριστικών υποδομών και ανοδομών (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, τηλεπικοινωνίες)
5. Βελτίωση των τουριστικών εσόδων και δημιουργία συμπληρωματικών εσόδων, κατανεμημένων σε ετήσια βάση
6. Αύξηση των φορολογικών εσόδων
7. Σύνδεση του τουρισμού με άλλους κλάδους της τοπικής οικονομίας (πχ γεωργοκτηνοτροφία)
8. Αναζωογόνηση της τοπικής οικονομίας
9. Αναβίωση διαφόρων τύπων βιοτεχνικής παραγωγής
10. Εφαρμογή μορφών επιχειρηματικής δράσης οικογενειακού τύπου
11. Βελτίωση της εικόνας του τουριστικού προορισμού
12. Αναπροσαρμογή του προτύπου τουριστικής ανάπτυξης
13. Βελτίωση της ποιότητας ζωής (με όρους εισοδήματος)

---

<sup>50</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φαρσάρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.

14. Σταδιακή ενσωμάτωση του τουρισμού στις τοπικές οικονομίες
15. Δημιουργία καινούριων ζωνών τουριστικής δραστηριότητας
16. Ανάπτυξη υποδομών εντεταγμένων στην περιβαλλοντική κλίμακα του τόπου υποδοχής
17. Βελτίωση του οδικού δικτύου, των υποδομών υγείας και πρόνοιας
18. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

### **3.6.2. Οι κοινωνικές ή πολιτιστικές επιδράσεις**

Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιδράσεις των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού είναι οι εξής:

1. Γίνεται αποκέντρωση των εγκαταστάσεων στα πλαίσια μιας καινούριας χωρο-χρονικής κατανομής
2. Μέσω της ανάπτυξης νέων τουριστικών δραστηριοτήτων επιτυγχάνεται μείωση του πολιτισμικού «σοκ» για τους δύο πληθυσμούς που αλληλεπιδρούν
3. Δημιουργούνται ήπιοι χαρακτήρα εγκαταστάσεις ενσωματωμένων στις τοπικές κοινωνίες
4. Οι τουριστικές ροές επαναπροσδιορίζονται και αυξάνεται η τουριστική πελατεία που σέβεται τις τοπικές κοινωνίας
5. Γίνεται σταδιακή αντικατάσταση του μαζικού τουρίστα από τον υπεύθυνο εναλλακτικό
6. Τα δίκτυα μετακίνησης και παραμονής διαμορφώνονται και ενσωματώνονται στο κοινωνικό περιβάλλον
7. Μειώνεται δραστικά η αστυφιλία με την δημιουργία πολυαπασχόλησης στους κατοίκους
8. Περιορίζονται τα φαινόμενα «μιμιτισμού» από τις μικρές τοπικές κοινωνίες και διαμορφώνονται καλύτερες ισορροπίες στις σχέσεις «τουρίστα – ντόπιου»
9. Οι τοπικοί πληθυσμοί ευαισθητοποιούνται στα θέματα πολιτισμού και γίνονται κοινωνοί τους
10. Η πολιτιστική κληρονομιά αναδεικνύεται και προβάλλεται
11. Ο τοπικός πληθυσμός αναπτύσσει καινοτόμες ενέργειες
12. Η τοπική ταυτότητα αναδεικνύεται σημαντικά και προβάλλεται.

### **3.6.3. Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις**

Στους τόπους υποδοχής είναι συνηθισμένο η τουριστική δραστηριότητα να δημιουργεί προβλήματα στο περιβάλλον όπως υπερεκμετάλλευση των τουριστικών πόρων, υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, κακή χρήση γης και παράκτιων ζωνών, κορεσμένες περιοχές από υπερμεγέθεις συγκεντρώσεις, αισθητική καθώς και περιβαλλοντική ρύπανση. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχει ως βασική στόχευση την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιδράσεων του τουρισμού με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον. Συνεπώς, η εφαρμογή εναλλακτικών μορφών τουρισμού συμβάλλει στην:

1. Αποδοχή και οριοθέτηση της αειφόρου ανάπτυξης
2. Λογική χρήση και αξιοποίηση των φυσικών και ανθρώπινων πόρων
3. Διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος και χρήση φιλικών προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας
4. Ανάπτυξη έργων προστασίας του περιβάλλοντος
5. Δημιουργία παρεμβάσεων ανάπλασης σε παραδοσιακούς οικισμούς και περιοχές φυσικού κάλλους
6. Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας
7. Ενίσχυση της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης

### **3.6.4. Προβλήματα οικονομικής ανάπτυξης Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού**

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι συνδεδεμένες με την έννοια του εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος, της χωρο-χρονικής αναδιάρθρωσής του και της δημιουργίας ειδικών κινήτρων, επιδρώντας συνολικά στην μεταβολή της τουριστικής κατανάλωσης. Ωστόσο, υπάρχουν παράγοντες οι οποίοι δυσχεραίνουν την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στους τουριστικούς προορισμούς. Αυτοί είναι:

1. Η μεταφορά της τεχνολογίας
2. Οι χρηματοδοτικοί πόροι
3. Η κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού
4. Οι πολιτισμικές αντιθέσεις και διαφορές μεταξύ νοοτροπιών

5. Οι ενίοτε χαμηλές αποδοτικότητες των επενδύσεων και η αμφισβήτηση των όποιων ωφελειών
6. Η βιωσιμότητα των καινούριων τουριστικών επενδύσεων
7. Η διαπραγματευτική δύναμη των επιχειρηματιών που εμπλέκονται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, απέναντι στα κανάλια διάθεσης.
8. Η δυσκολία στην ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των τουριστικών προορισμών.

Η μη ικανοποίηση των παραπάνω συνθηκών μπορεί να οδηγήσει σε γενικότερη απαξίωση της βάσης της τουριστικής ανάπτυξης, καθώς επέρχεται η υποβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών προϊόντων και της τουριστικής εικόνας του τουρισμού. Επισημαίνεται ότι οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν για το σύνολο της τουριστικής ανάπτυξης είναι οικονομικοί, κοινωνικοί, περιβαλλοντικοί και εικόνας (marketing). Αξίζει, ακόμη, να αναφερθεί ότι η ενίσχυση της διαπραγματευτικής ικανότητας, η διαμόρφωση κάθετων και οριζόντιων συνεργασιών ανάμεσα στις τουριστικές επιχειρήσεις και η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής είναι οι συνθήκες που μπορούν εφόσον ικανοποιηθούν να βελτιώσουν την προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην τουριστική ανάπτυξη του τόπου υποδοχής.

### **3.7. Η έννοια της Τουριστική Φέρουσας Ικανότητας**

«Η έννοια της Τουριστικής Φέρουσας Ικανότητας είναι η πιο κρίσιμη έννοια για τον αειφόρο τουρισμό επειδή αναδεικνύει την αναγκαιότητα καθορισμού ορίων» (Σωτηριάδης & Φαρσάρη, 2009)<sup>51</sup>. Πρόκειται για την μέγιστη χρήση ενός τόπου χωρίς να:

- Προκαλούνται αρνητικές επιπτώσεις στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους του.
- Μειώνεται η ικανοποίηση που λαμβάνει ο τουρίστας.
- Ασκούνται αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία, οικονομία και πολιτισμό.

Η Τουριστική Φέρουσα Ικανότητα διακρίνεται σε φυσική, οικολογική, οικονομική, κοινωνική και ψυχολογική φέρουσα ικανότητα.

---

<sup>51</sup> Σωτηριάδης, Μ. and Φάρσαρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.



Η Φυσική Φέρουσα Ικανότητα περιλαμβάνει τους περιορισμούς που τίθενται από τον ίδιο τον χώρο, όπως η έκταση του προορισμού, οι διαθέσιμοι δρόμοι και χώροι στάθμευσης αυτοκινήτων, το πλήθος των σκαφών που μπορεί να δεχτεί μια μαρίνα κτλ.

Η Οικολογική Φέρουσα Ικανότητα περιλαμβάνει τους περιορισμούς που τίθενται προκειμένου να διατηρηθούν οι φυσικοί πόροι, τα χαρακτηριστικά και οι βασικές λειτουργίες των οικοσυστημάτων.

Η Οικονομική Φέρουσα Ικανότητα περιλαμβάνει τους περιορισμούς που τίθενται και αφορούν την διατήρηση της ισορροπίας στην οικονομία, αποφεύγοντας την πιθανότητα μιας «τουριστικής μονοκαλλιέργειας». Η σταδιακή αλλαγή χρήσεων γης προς όφελος του τουρισμού αποτελεί έναν πιθανό κίνδυνο.

Η Κοινωνική Φέρουσα Ικανότητα περιλαμβάνει τους περιορισμούς που τίθενται προκειμένου να ελεγχθεί το πλήθος των τουριστών που μια περιοχή δύναται να φιλοξενήσει, προκειμένου να μην αλλοιωθεί η κοινωνική ταυτότητα και συνοχή.

Η Ψυχολογική Φέρουσα Ικανότητα περιλαμβάνει τους περιορισμούς που τίθενται και αφορούν την ανοχή των τουριστών στο συνωστισμό.

Αξίζει να αναφερθεί ότι προκειμένου να αποφασιστεί η διεύρυνση της Τουριστικής Φέρουσας Ικανότητας ενός τόπου είναι θέμα επιλογής και συνεκτίμησης όλων των παραγόντων.

### **3.8. Είδη Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού**

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν τα τουριστικά προϊόντα που ουσιαστικά αποτελούν τις διάφορες μορφές των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο τρόπος ο οποίος έχει επιλεγεί για την παρουσίασή τους στηρίζεται στην ομαδοποίησή τους βάσει του κυρίαρχου κινήτρου ανά ομάδα προϊόντων που σχηματίζεται. Αρχικά θα αναφέρουμε κάποια γενικά στοιχεία για την ομάδα και έπειτα θα εξετάσουμε τα επιμέρους τουριστικά της προϊόντα.

### **3.8.1. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο την γνωριμία με τη φύση και την ύπαιθρο**

Αυτή η ομάδα προϊόντων βασίζεται στο κίνητρο της γνωριμίας με την φύση και την ύπαιθρο, με την έννοια της διαμονής, της άθλησης, της περιήγησης και της παρατήρησης. Σε αυτή συμπεριλαμβάνονται πολλές δραστηριότητες τουρισμού και ελεύθερου χρόνου που έχουν ως άξονά τους την βιώσιμη ανάπτυξη. Σε αυτή την ομάδα εντάσσονται ο αγροτικός τουρισμός (αγροτουρισμός), οικολογικός τουρισμός (οικοτουρισμός), χιονοδρομικός τουρισμός (τουρισμός χιονοδρομικών σπορ) και ο ορεινός τουρισμός (ορειβατικός τουρισμός). Το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων αυτών αναπτύσσονται στην ύπαιθρο, αξιοποιώντας κυρίως φυσικούς, αλλά και πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους. Οι τουριστικές δραστηριότητες αυτής της ομάδας εκδηλώνονται κυρίως από το φθινόπωρο μέχρι την άνοιξη. Μιλάμε για μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης της υπαίθρου η οποία δεν υπερβαίνει τα όρια της φέρουσας τουριστικής ανάπτυξης και συγχρόνως αναδεικνύει και προστατεύει το περιβάλλον. Ο παραδοσιακός τουρίστας μετατρέπεται σε ενεργός χρήστης της ολοκληρωμένης τουριστικής εμπειρίας μέσω της συμμετοχής του σε αυτή. Τέλος, αναπτύσσει περιβαλλοντική συνείδηση και οικολογική συμπεριφορά, μαθαίνοντας βιωματικά να προφυλάσσει το περιβάλλον και εν τέλει μεταλαμπαδεύει αυτή του την στάση στους οικείους του. Σε γενικές γραμμές, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην ύπαιθρο προσπαθούν να αναπληρώσουν το κενό στη σχέση του ανθρώπου, που ζει στην πόλη κυρίως, με την φύση. Πρέπει να αναφερθεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις, λόγω της ανάπτυξης των τουριστικών δραστηριοτήτων που έχουν άμεση σχέση με την φύση εντοπίστηκε η μεγάλη σημασία της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος με αποτέλεσμα πχ την ανακήρυξη κάποιων περιοχών ως προστατευόμενων. Θα πραγματοποιηθεί μια ανάλυση SWOT της ομάδας αυτής και στη συνέχεια θα εξετάσουμε τα βασικά τουριστικά προϊόντα της ξεχωριστά (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>52</sup>.

Δυνατά σημεία: Το κράτος, οι ΟΤΑ, οι αναπτυξιακές εταιρείες και οι επιχειρηματίες είναι θετικά προσκείμενα προς αυτή. Είναι αδιαμφισβήτητα τα περιβαλλοντικά χωρικά πλεονεκτήματα από τη συνδυασμένη ανάπτυξη των μορφών αυτών. Υπάρχει ζήτηση από πολλά και διαφορετικά target – group πελατών.

<sup>52</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Αδύνατα σημεία: Υπάρχει μεγάλη έλλειψη σε εξειδικευμένο και καταρτισμένο προσωπικό, καθώς και σε αναπτυξιακούς φορείς και θεσμούς πολλών περιοχών. Επίσης, η ζήτηση των προϊόντων είναι χωρικά εντοπισμένη σε συγκεκριμένες περιοχές.

Ευκαιρίες: Είναι πολύ σημαντική η σωστή προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και η αξιοποίηση περιοχών με σημαντικά συγκριτικά φυσικά και γεωγραφικά πλεονεκτήματα, ειδικά σε τοπικό επίπεδο. Το κόστος για την οργάνωση και λειτουργία είναι σχετικά μικρό.

Απειλές: Παρατηρείται έλλειψη σε προσωπικό διαχείρισης των περιοχών όπου έχουν αναπτυχθεί ή αναπτύσσονται οι μορφές αυτές. Σε διεθνές επίπεδο ο ανταγωνισμός είναι ισχυρός καθώς υπάρχει πληθώρα προορισμών.

#### 3.8.1.1. Αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός

«Στον αγροτουρισμό οι τουρίστες που επιλέγουν αυτή την μορφή τουρισμού διαμένουν είτε σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην αγροτική περιοχή είτε σε ένα αγρόκτημα ή αγροτικό κατάλυμα (φάρμα ή ράντζο), μαζί ή σε διαφορετικό χώρο από τη γεωργική οικογένεια, παρατηρούν τις αγροτικές δραστηριότητες, τρέφονται με τα ίδια φαγητά και συχνά συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>53</sup>.

Ο αγροτουρισμός είναι εκείνη η εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που συνενώνει τον τουριστικό και τον αγροτικό τομέα ώστε και οι δύο να επωφεληθούν. Σκοπός του είναι με την ενεργή συμμετοχή των τουριστών που θέλουν να βιώσουν την εμπειρία του αγροκτήματος, παρατηρώντας τις βασικές εργασίες του, να επιτευχθεί η σημαντική αξιοποίηση του τοπικού αγροτικού ανθρώπινου δυναμικού, η ανάπτυξη των τοπικών δομών κάθε περιοχής, η ανάληψη και ενίσχυση τοπικών πρωτοβουλιών καθώς και η προώθηση της τοπικής βιωσιμότητας. Αφορά επίσκεψη σε έναν αγροτικό τουρισμό με σκοπό την διαμονή σε αγρόκτημα και την γνωριμία με τον αγροτικό τρόπο ζωής μέσα από την παράδοση του και τις καθημερινές αγροτικές δραστηριότητες. Οι εγκαταστάσεις που χρειάζονται είναι ήπιας μορφής και μικρής

---

<sup>53</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

κλίμακας, ενώ απαιτούνται μόνο στην περίπτωση που οι επισκέπτες δεν μένουν στον ίδιο χώρο με την αγροτική οικογένεια.

Από άποψη υποδομών, ωστόσο, είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει στην περιοχή καλό οδικό δίκτυο, είτε κατάλληλα μεταφορικά μέσα με τα οποία ασφαλώς θα μετακινείται ο επισκέπτης σε απομακρυσμένες περιοχές. Ο αγροτουρισμός οργανώνεται κυρίως από την ιδιοκτήτρια αγροτική οικογένεια του καταλύματος (ειδικά η γυναίκα έχει σημαντικό ρόλο), αλλά και από ειδικά τουριστικά πρακτορεία ή τοπικούς φορείς όπως πχ συνεταιρισμοί. Στρατηγικοί σύμμαχοι για επένδυση στον αγροτουρισμό μπορεί να είναι τα Υπουργεία Αγροτικής Ανάπτυξης και Τουρισμού με τους εποπτευόμενους φορείς του (πχ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού), οι Γενικές Γραμματείες Ισότητας και Νέας Γενιάς, η Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Γεωργικών Συνεταιρισμών και άλλοι. Προκειμένου να ενισχυθούν οι επενδύσεις προσφέρονται προγράμματα στήριξης από την Ευρωπαϊκή Ένωση όπως τα προγράμματα LEADER και ΕΣΠΑ 2014 – 2020 ([www.gnto.gov.gr](http://www.gnto.gov.gr))<sup>54</sup>.

Τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού είναι τα εξής: i) Το μέγεθος του ελληνικού αγροτικού οικισμού σε σύγκριση με άλλα ευρωπαϊκά κράτη είναι αρκετά μικρό και ο αγροτικός χώρος στην Ελλάδα διασκορπισμένος. ii) Ο τουρισμός εντάσσεται στον αγροτικό κλάδο προσφέροντας στον αγρότη συμπληρωματικό εισόδημα. iii) Ένταξη στο περιβάλλον καθώς δημιουργούνται επιχειρήσεις μικρομεσαίας κλίμακας που συγχρόνως προστατεύουν και αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά. iv) Οι κάτοικοι των πόλεων κάνουν διακοπές στις οποίες απολαμβάνουν ηρεμία, συμμετέχοντας σε διάφορες δραστηριότητες. v) Βοηθά στην ανάπτυξη του δευτερογενούς κλάδου της παραγωγής καθώς προωθούνται αρκετά τοπικά αγροτικά προϊόντα, όπως γαλακτοκομικά, τυροκομικά, κτηνοτροφικά και άλλα. vi) Οι άνδρες απασχολούνται στις αγροτικές δραστηριότητες, ενώ οι γυναίκες διαδραματίζουν σημαντικότατο ρόλο καθώς παράγουν τα τοπικά προϊόντα όπως τρόφιμα, γλυκά και υφαντά. vii) Είναι κρίσιμο τα οποιαδήποτε καταλύματα προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των επισκεπτών να προμηθεύονται και να καταναλώνουν κυρίως συνεταιριστικά προϊόντα τοπικής παραγωγής.

---

<sup>54</sup> Gnto.gov.gr. (2017). ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ. [online] Available at: <http://gnto.gov.gr/el/%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%9C%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%91> [Accessed 13 Oct. 2017].

### 3.8.1.2. Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός

«Ο οικοτουρισμός (συχνά αναφερόμενος και ως «πράσινος», υπεύθυνος, ήπιος, φυσιολατρικός, «μαλακός» τουρισμός, σε αντίθεση με τον «σκληρό», μαζικό παραθεριστικό τουρισμό διακοπών) πρόκειται για έναν τύπο «υπεύθυνου» τουρισμού υπαίθρου σε αξιόλογο φυσικό περιβάλλον που συμβάλλει στην προστασία και τη διατήρηση του περιβάλλοντος και στην ήπια τοπική ανάπτυξη. Συχνά χρησιμοποιούνται, επίσης, ως ευρύτερη οριοθέτηση και οι όροι «τουρισμός υπαίθρου» ή «φυσιολατρικός τουρισμός» οι οποίοι, όμως, περιλαμβάνουν μεγαλύτερο εύρος δραστηριοτήτων, ενώ ο οικοτουρισμός αφορά, κυρίως, δραστηριότητες παρατήρησης, περιήγησης και επιστημονικής διερεύνησης του φυσικού περιβάλλοντος. Οι εμπειρίες που προκαλούνται είναι είτε άμεσες (προκύπτουν από την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη σε διάφορες δραστηριότητες) είτε έμμεσες (προκύπτουν από ορισμένες μορφές αναπαράστασης – φωτογράφισης ή παρατήρησης)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>55</sup>.

Αυτός ο τύπος τουρισμού μπορεί να προσφέρει ικανοποιητικά σε ένα μοντέλο ανάπτυξης που έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος και στην σαφή σύνδεση των οικολογικών διαδικασιών με οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους. Υπολογίζεται ότι το 5% του συνόλου των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων προέρχεται από τον οικοτουρισμό (Γλυνιά, Λύτρας & Μάρας 2004)<sup>56</sup>.

Οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα μέσα από τις δραστηριότητες που προαναφέρθηκαν (παρατήρηση, περιήγηση κτλ) να απολαύσουν εμπειρίες υψηλής ποιότητας σχετικές με την μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος (Κομίλης, 2007)<sup>57</sup>. Οι οικοτουρίστες προτιμούν να οργανώνουν τα ταξίδια τους οι ίδιοι, κάνοντας χρήση των τουριστικών γραφείων κυρίως στην περίπτωση των μεταφορικών μέσων. Η σωστή ανάπτυξη και διαχείριση των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων σε μια περιοχή μπορεί να βοηθήσει αποφασιστικά στην διατήρηση των πολύ ευαίσθητων οικοτόπων, προσφέροντας την ίδια στιγμή σημαντικά οικονομικά οφέλη (Τσάρτας,

<sup>55</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>56</sup> Γλυνιά, Ε., Λύτρας, Π. and Μάρας, Δ. (2004). Ανιμασιόν, ψυχαγωγία και άθληση στον τουρισμό. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>57</sup> Κομίλης, Π. (2007). Οικοτουρισμός. 2nd ed. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

2001)<sup>58</sup>. Οι άμεσα εμπλεκόμενοι φορείς στο πεδίο του οικοτουρισμού είναι δημόσιοι και ιδιωτικοί. Παραδείγματα δημόσιων φορέων αποτελούν το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, καθώς και το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης με τον Ελληνικός Οργανισμό Τουρισμού. Αντίστοιχα, ιδιωτικοί φορείς είναι η Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Φύσης, η Ελληνική Εταιρεία για την Προστασία του Περιβάλλοντος και της Πολιτιστικής Κληρονομιάς, το WWF και άλλα. Επιγραμματικά θα αναφέρουμε τις έντεκα πιο σημαντικές κατηγορίες διαχείρισης φυσικών περιοχών, οι οποίες είναι:

1. Επιστημονικό Καταφύγιο/Αυστηρώς Φυσικό Καταφύγιο: πρόκειται για περιοχές με εξαιρετικά οικοσυστήματα και είδη χλωρίδας και πανίδας εθνικής επιστημονικής σημασίας.
2. Εθνικό Πάρκο: μια μεγάλη περιοχή, με ένα ή παραπάνω οικοσυστήματα, τα οποία προστατεύονται από ενδεχόμενες μεταβολές επειδή η κυβερνητική αρχή έχει πάρει τα κατάλληλα μέτρα.
3. Εθνικό Μνημείο/Φυσικό Ορόσημο: αυτή η περιοχή περιλαμβάνει μοναδικά ή σπάνια οικοσυστήματα μεγάλης εθνικής σημασίας.
4. Φυσικό Διατηρητέο Καταφύγιο/Διοικούμενο Φυσικό Καταφύγιο/Καταφύγιο Άγριων Ζώων: αναφέρεται σε πολλές περιοχές οι οποίες συνήθως ελέγχονται συνεχώς ως προς τις φυσικές τους συνθήκες προκειμένου να προστατευθεί όχι μόνο η φύση αλλά και κάποια σπάνια είδη.
5. Προστατευμένο Τοπίο: πρόκειται για μια αρκετά μεγάλη κατηγορία που εμπεριέχει πλήθος ημιφυσικών και πολιτιστικών τοπίων.
6. Καταφύγιο Φυσικών Πόρων (Προσωρινή Μονάδα Συντήρησης): Περιοχές μεγάλες, ελάχιστα κατοικημένες που όμως υπάρχει τεράστιο ενδιαφέρον για περισσότερη ανοικοδόμηση.
7. Περιοχές Φυσικής Διαβίωσης/Ανθρωπολογικά Καταφύγια: Περιοχές φυσικές όπου η τεχνολογία και ο σύγχρονος άνθρωπος δεν έχουν μεταβάλλει τον παραδοσιακό τρόπο ζωής των κατοίκων. Το φυσικό περιβάλλον και η παραδοσιακή κοινωνία διαφυλάσσονται από την διοίκηση της περιοχής.

---

<sup>58</sup> Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Κυριακάκη, Α. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Οικοτουρισμός.. ΕΤΑ ΑΕ.

8. Περιοχή Πολλαπλών Χρήσεων/Διοικούμενη Περιοχή Φυσικών Πόρων: μεγάλες περιοχές που παράγουν ξυλεία, νερό, βοσκοτόπια, θαλάσσια προϊόντα και υπαίθρια αναψυχή.
9. Καταφύγια Βιόσφαιρας: σκοπός τους είναι να δημιουργηθούν παγκόσμια και εθνικά δίκτυα καταφυγίων ώστε να διατηρηθούν παγκοσμίως οι πιο αντιπροσωπευτικές φυσικές περιοχές.
10. Περιοχή Παγκόσμιας Κληρονομιάς: αναφέρεται σε φυσικά/πολιτιστικά στοιχεία παγκόσμιας φυσικής αξίας και πρέπει να προστατευθούν.
11. Υδροβιότοποι Διεθνούς Σημασίας (Ramsar): Η συνθήκη Ramsar προστατεύει έλη, βαλτώδεις και υδάτινες εκτάσεις σημαντικές για τον έλεγχο των πλημμυρών, την διατήρηση των φυσικών βιοτόπων συγκεκριμένων ζώων, την παραγωγή ειδών τροφής κτλ.

#### 3.8.1.3 Χιονοδρομικός τουρισμός ή τουρισμός χιονοδρομικών σπορ

«Βασικό πεδίο ανάπτυξης αυτού του τύπου τουρισμού είναι τα χιονοδρομικά κέντρα ή θέρετρα χιονοδρομίας που συγκροτούνται από οργανωμένες και πολυσύνθετες υποδομές για χειμερινά σπορ, κοντά ή σε απόσταση από ορεινούς οικισμούς. Συχνά, αντί του «χιονοδρομικού» χρησιμοποιείται και ο όρος «χειμερινός τουρισμός», ο οποίος, όμως, είναι πολύ ευρύτερος και αφορά τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται τη χειμερινή περίοδο και έχουν να κάνουν τόσο με ταξίδια στην ύπαιθρο όσο και με ταξίδια πολιτισμού και αστικού τουρισμού, συνήθως μικρής διάρκειας» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>59</sup>.

Πρόκειται για ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού το οποίο ξεκίνησε από τις Σκανδιναβικές χώρες και είναι συνυφασμένο με χειμερινά σπορ τα οποία εξασκούνται βασικά τον χειμώνα (Βενετσανοπούλου, 2006)<sup>60</sup>. Σήμερα είναι το κυρίαρχο εθνικό τουριστικό προϊόν αρκετών χωρών όπως η Γαλλία, ο Καναδάς, η Αυστρία και η Ελβετία (ΙΤΑ, 2008)<sup>61</sup>.

<sup>59</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>60</sup> Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>61</sup> Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης (2008). Οδηγός Τουρισμού της Υπαιθρου για τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αθήνα: ΙΤΑ.

Συνήθως οι δραστηριότητές του χιονοδρομικού τουρισμού άρα και η εξάσκηση του γίνονται σε ορεινές περιοχές με συστηματική χιονόπτωση και συγκεκριμένα πλέον σε οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα. Οι φορείς που μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στο να πραγματοποιηθεί μια τέτοια επένδυση είναι είτε κρατικοί (πχ ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού), είτε ιδιωτικοί και ΟΤΑ (πχ ορειβατικοί σύλλογοι και αναπτυξιακές δημοτικές επιχειρήσεις).

Επιλέγεται συνήθως κατά τις περιόδους εκτός αιχμής (μήνες Νοέμβριος έως Μάρτιος) που υφίστανται και οι απαιτούμενες καιρικές συνθήκες. Οι ενδιαφερόμενοι συνήθως είτε έχουν μικρή έως μεσαία ηλικία είτε είναι οικογένειες και κατά κύριο λόγο προέρχονται από εύρωστες οικονομικά τάξεις. Οι επισκέπτες του χιονοδρομικού τουρισμού διαμένουν σε καταλύματα τα οποία ενδέχεται να είναι ξενοδοχεία υψηλών κατηγοριών, σαλέ ή παραδοσιακοί ξενώνες απολαμβάνοντας υψηλή πολυτέλεια και ισορροπημένη διατροφή προκειμένου να έχουν ενέργεια για να ανταπεξέλθουν στις αθλητικές τους δραστηριότητες (Γλυνιά, 2004)<sup>62</sup>.

#### 3.8.1.4. Ορεινός ή ορειβατικός τουρισμός

«Ο ορεινός τουρισμός αφορά ταξίδια, συχνά μικρής διάρκειας, σε ορεινούς όγκους για δραστηριότητες, κυρίως, στην ύπαιθρο, συνήθως σε συνδυασμό με ήπιες περιπατητικές, ορειβατικές ή αθλητικές δραστηριότητες. Ως ορειβασία νοείται η ανάβαση, διάσχιση και κατάβαση σε ορεινές τοποθεσίες (500 μέχρι 1500 μέτρα) ή ψηλό βουνό (άνω των 1500 μέτρων) που χαρακτηρίζεται είτε βατό, οπότε και δεν απαιτούνται ειδικές τεχνικές γνώσεις και σύνεργα, είτε δύσβατο, οπότε και απαιτούνται ειδικές γνώσεις και συγκεκριμένες τεχνικές» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>63</sup>.

Αυτή η μορφή τουρισμού αφορά δραστηριότητες με βασικό κίνητρο την φυσιολατρία σε ορεινούς όγκους. Η φυσιολατρία εκδηλώνεται με την μορφή περιήγησης, περιπάτου, ορειβασίας ή αθλητισμού. Διαδρομές με ποδήλατα, οχήματα 4X4 ή μοτοσυκλέτες, διάσχιση φαραγγιών ή πέραςμα χαράδρας, πεζοπορία, αναρρίχηση, κατάβαση απότομων βράχων, κινήγι, ιππασία, τοξοβολία και πλεύση σε ποταμό με σχεδία (rafting) είναι κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτών των

<sup>62</sup> Γλυνιά, Ε., Λύτρας, Π. and Μάρας, Δ. (2004). Ανιμασιόν, ψυχαγωγία και άθληση στον τουρισμό. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>63</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.



δραστηριοτήτων. Ορισμένα είδη αυτής της κατηγορίας εμπίπτουν και στον τουρισμό περιπέτειας που θα παρουσιαστεί αργότερα. Οι φορείς που στηρίζουν αυτή την ειδική μορφή τουρισμού είναι tour operators, αυτόνομοι επιχειρηματίες και φυσιολατρικοί ή ορειβατικοί σύλλογοι και σωματεία.

Οι επισκέπτες επιλέγουν συνήθως πιο φθηνά καταλύματα προκειμένου να ξεκουραστούν ενώ οι διακοπές τους είναι συνήθως ολιγοήμερες. Πρόκειται για άτομα ή οικογένειες με εμπειρία στα σπορ του βουνού, νεαρής έως μέσης ηλικίας με καλή φυσική κατάσταση ώστε να αντιμετωπίσουν τις ανάλογες δυσκολίες του βουνού. Ο αριθμός των ταξιδιών ορεινού τουρισμού αυξάνεται τα τελευταία χρόνια με σταθερό ρυθμό.

### **3.8.2. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τον πολιτισμό, τη θρησκεία, την επιστήμη και την εκπαίδευση**

Αυτή η ομάδα βασίζεται στην επιθυμία των επισκεπτών να έρθουν σε επαφή, να γνωρίσουν και να κατανοήσουν τα υλικά και πνευματικά στοιχεία πολιτισμού της χώρας που επιλέγουν. Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει στηριχθεί εν πολλοίς στο κεφάλαιο του πολιτισμού. Τα μνημεία, τα ήθη και έθιμα, οι θρησκευτικές παραδόσεις, οι πολιτιστικές δραστηριότητες, τα χειροτεχνήματα και οι διάφορες μορφές τέχνης αποτελούν κίνητρα ώστε κάποιος τουρίστας να επισκεφτεί μια περιοχή. Έτσι, δημιουργείται και ενισχύεται το τουριστικό φαινόμενο (ΙΤΑ, 2008)<sup>64</sup>.

Πιο συγκεκριμένα, τουριστικοί πόροι μπορούν να θεωρηθούν στοιχεία του πολιτισμού όπως οι μορφές τέχνης (μουσική, χορός, γλυπτική κτλ), τα τοπικά έθιμα και οι τοπικές παραδόσεις μιας περιοχής, η ιστορία και η θρησκεία, το δομημένο περιβάλλον (πχ αρχιτεκτονική), τα σύνολα φυσικού περιβάλλοντος ή μικτού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (τοπία) και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις (Τσάρτας, 1996)<sup>65</sup>.

Όπως αναφέρει ο Hannerz, αν θεωρήσουμε ότι ο κόσμος είναι ένα δίκτυο κοινωνικών σχέσεων στο πλαίσιο του οποίου διαμορφώνεται ροή εννοιών, σαν την μετακίνηση ατόμων και αγαθών, τότε ο παγκόσμιος τουρισμός αποτελεί η καλύτερη ευκαιρία για

<sup>64</sup> Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης (2008). Οδηγός Τουρισμού της Υπαίθρου για τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αθήνα: ΙΤΑ.

<sup>65</sup> Τσάρτας, Π. (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ.

πολιτιστικές αλλαγές αφού οι άνθρωποι με διαφορετικές κουλτούρες έρχονται πιο κοντά διαμορφώνοντας ένα κλίμα παγκόσμιας κατανόησης (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011)<sup>66</sup>.

Οι βασικές μορφές τουρισμού που περιλαμβάνονται σ αυτή την ομάδα είναι ο πολιτισμικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός και ο αστικός τουρισμός. Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μια SWOT ανάλυση της δεύτερης ομάδα προϊόντων και έπειτα θα παρουσιαστούν τα βασικά τουριστικά προϊόντα της ξεχωριστά (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>67</sup>.

**Δυνατά σημεία:** Είναι φανερό πως υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης με διαφορετικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ενώ συγχρόνως πολύ σημαντική είναι η ικανοποιητική σύνδεση με τον τουρισμό διακοπών. Πρόκειται για μια ομάδα προϊόντων με μεγάλη παράδοση και σημαντική θέση διεθνώς.

**Αδύνατα σημεία:** Είναι αναγκαίο να χαρακτηριστούν διαφορετικοί πολιτιστικοί πόροι από ειδικό καθεστώς προστασίας. Σημαντικό μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων χρειάζονται αναβάθμιση με πολύ μεγάλο κόστος συντήρησης, καθώς και αύξηση της αισθητικής τους αξίας.

**Ευκαιρίες:** Είναι μεγάλη η σημασία της για την τοπική ανάπτυξη. Η δυνατότητα σύνδεσης με πολλές ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως και η σύνδεση με το βασικό πρότυπο ανάπτυξης τον τουρισμό διακοπών.

**Απειλές:** Η ανεπάρκεια της εξειδικευμένης διαφημιστικής εικόνας.

#### 3.8.2.1. Πολιτισμικός τουρισμός

«Ο πολιτισμικός τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικά ταξίδια τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικές με τον πολιτισμό, όπως συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση τόπων και χώρων, επίσκεψη σε περιοχές με παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον, επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία,

---

<sup>66</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>67</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα καθώς και την τοπική γαστρονομία» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα)<sup>68</sup>.

Στόχος του πολιτισμικού τουρισμού είναι η ανάδειξη τόσο της πολιτιστικής κληρονομιάς, όσο και των αρχαιολογικών, αρχιτεκτονικών και ιστορικών μνημείων για την ανάπτυξη μιας σύνθετης μορφής τουρισμού στην περιοχή. Από την πλευρά του επισκέπτη, αυτός προσπαθεί να έρθει σε επαφή με τον τρόπο ζωής των κατοίκων του τόπου που επισκέφτηκε, την παράδοση και τον πολιτισμό τους. Βάσει των συγκεκριμένων ενδιαφερόντων του μπορεί να ασχοληθεί με κάτι πιο ειδικό, όπως πχ η ιστορία, η γαστρονομία, τα τοπικά ήθη και έθιμα κτλ. Έτσι, εμπλουτίζει τις γνώσεις του μελετώντας πηγές, όπως ειδικά βιβλία και περιοδικά ή το Διαδίκτυο, και συμμετέχοντας σε διάφορες δραστηριότητες. Υπάρχουν οι τουρίστες που κάθε φορά επιλέγουν διαφορετικούς προορισμούς με σκοπό να τους γνωρίσουν, καθώς έχουν ένα γενικό πολιτισμικό ενδιαφέρον. Υπάρχουν όμως και εκείνοι που παρουσιάζουν ένα πιο ειδικό ενδιαφέρον και είτε επισκέπτονται συγκεκριμένες περιοχές ώστε να τις γνωρίσουν καλύτερα το πολιτιστικό τους υπόβαθρο, είτε μπορεί να ταξιδεύουν σε διαφορετικούς προορισμούς, όμως το κάνουν βάσει κάποιου συγκεκριμένου αντικειμένου (πχ μουσεία, φεστιβάλ, έθιμα κτλ).

Σε γενικές γραμμές, η ζήτηση για περιοχές με σημαντικά αξιοθέατα και πολιτισμικούς πόρους αυξάνεται και οι τουρίστες επιλέγουν να ταξιδεύουν όλο τον χρόνο, ειδικά με μικρής διάρκειας ταξίδια. Οι τελευταίοι συνήθως προέρχονται από ανεπτυγμένες χώρες, έχουν υψηλό επίπεδο παιδείας, καθώς και μέσο ή υψηλό μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο. Εκτός από τις κλασσικές υποδομές διαμονής, μετακίνησης είναι κρίσιμο να αναπτυχθούν στις περιοχές που υφίσταται πολιτισμικός τουρισμός υπηρεσίες ειδικές όπως ξενάγηση, περιήγηση και σχεδιασμός «διαδρομών – περιηγήσεων» όπου ο τουρίστας δύναται να επισκεφθεί περισσότερες περιοχές.

Οι φορείς που πρέπει σε εθνικό επίπεδο να ενεργοποιηθούν ώστε να αναδείξουν αυτής της μορφής τον τουρισμό είναι το κράτος, οι ΟΤΑ, οι επιχειρηματίες και ο τοπικός πληθυσμός, ο οποίος είναι αναγκαίο να εκπαιδευτεί κατάλληλα για τα θέματα διαχείρισης και προστασίας του πολιτιστικού πλούτου. Ωστόσο, είναι αναγκαίο να αναφερθεί ότι σε διεθνές επίπεδο υπάρχουν πολλοί φορείς που ασχολούνται με το

---

<sup>68</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

έργο της προστασίας και της ανάδειξης της πολιτισμικής κληρονομιάς, όπως η UNESCO, η Επιτροπή για την Παγκόσμια Κληρονομιά (WHC – World Heritage Committee), η Πανευρωπαϊκή Ομοσπονδία για την Κληρονομιά (Europa Nostra), το Διεθνές Κέντρο για την Μελέτη της Συντήρησης και της Αποκατάστασης της Πολιτιστικής Περιουσίας (International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property - ICOHTEC) και άλλοι.

### 3.8.2.2. Θρησκευτικός τουρισμός

«Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, όπως είναι οι Άγιοι Τόποι, η Μέκκα και ο Άγιος Πέτρος, αλλά και εξερευνήσεις ή επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία με σκοπό την επαφή, τη γνωριμία, τη μελέτη και τη γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, και συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, εφόσον η θρησκεία αποτελεί τμήμα του» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα)<sup>69</sup>.

Στόχος του θρησκευτικού τουρισμού είναι να δημιουργήσει κίνητρα θρησκευτικού ή προσκυνηματικού χαρακτήρα. Έτσι, προσπαθεί να αναδείξει και να προβάλλει τα αξιοθέατα που έχουν θρησκευτικό χαρακτήρα, ώστε οι ταξιδιώτες να κάνουν ένα ταξίδι με ιερό σκοπό για να ικανοποιήσουν πνευματικές και υλικές ανάγκες. Τα ταξιδιωτικά γραφεία που ασχολούνται με αυτού του τύπου τον τουρισμό, έχοντας και την εκκλησία σε ρόλο μεσάζοντα, σχηματίζουν φθηνά τουριστικά πακέτα (Μοίρα, 2009)<sup>70</sup>.

Προορισμοί θρησκευτικού τουρισμού δύνανται να είναι: i) εμβληματικοί τόποι προσκυνήματος ή ταξίδια σε θρησκευτικά κέντρα (στις μέρες μας ενδιαφέρει κυρίως η πολιτισμική αξία του μνημείου ή του χώρου), ii) θρησκευτικοί τόποι που συνδέονται με ιστορικά γεγονότα, πολιτιστικά επιτεύγματα ή πανηγύρια και iii) θρησκευτικά φεστιβάλ. Αφετηρία της τέλεσης ενός ταξιδιού θρησκευτικού τουρισμού, όταν πρόκειται για ταξίδι λόγω συγκεκριμένου γεγονότος, μπορεί να είναι μια θρησκευτική εορτή, ή, όταν πρόκειται για συχνότερες επισκέψεις για ειδικούς λόγους, μπορεί να είναι η αναζήτηση της ευλογίας. Ακόμη, ειδικά θέλγητρα αποτελούν το δομημένο περιβάλλον της περιοχής (περιβάλλοντες χώροι ναών,

<sup>69</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>70</sup> Μοίρα, Π. (2009). Θρησκευτικός τουρισμός. Αθήνα: INTERBOOKS.

παραδοσιακοί οικισμοί), το φυσικό περιβάλλον που συνήθως σε αυτές τις περιοχές είναι πλούσιο και ο μοναδικός πολιτισμικός πλούτος που συναποτελείται από όλα τα κειμήλια του θρησκευτικού προσκυνήματος. Χαρακτηριστικά στοιχεία των ταξιδιών θρησκευτικού τουρισμού αποτελούν το τάμα και το θρησκευτικό ενθύμιο.

Η ζήτηση παρουσιάζει μια ιεράρχηση των θρησκευτικών προορισμών στις πιο πολλές θρησκείες ως εξής: i) ιερά κέντρα τα οποία συνδέονται άμεσα με την κεφαλή της θρησκείας, ii) τόποι που συνδέονται με την παρουσία του Θεού στη γη, όπως χώροι που συνέβησαν θαύματα ή αποκαλύψεις και που φυλάσσονται ιερά λείψανα ή κειμήλια, iii) τοποθεσίες που συνδέονται με άλλες παραδόσεις θρησκευτικής πίστης ή έδρες θρησκευτικών ιδρυμάτων ή χώροι όπου έδρασαν μεγάλοι δάσκαλοι, άγιοι ή προφήτες όπως μονές και ναοί. Αυτή η ζήτηση προέρχεται από δύο ειδών θρησκευτικούς τουρίστες: i) οι πιστοί, δηλαδή αυτοί που επισκέπτονται έναν θρησκευτικό προορισμό ως προσκυνητές και ii) οι αποστασιοποιημένοι θρησκευτικά, δηλαδή αυτοί που επισκέπτονται έναν θρησκευτικό προορισμό ως κλασσικοί τουρίστες, λόγω πολιτισμικού ή εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος.

Οι επισκέπτες σε ένα μεγάλο μέρος τους είναι άτομα τρίτης ηλικίας και προέρχονται από όλες τις οικονομικοκοινωνικές τάξεις. Τείνουν να επιζητούν κυρίως ομαδικές εκδρομές με οργανωμένες ξεναγήσεις στους θρησκευτικούς χώρους και χρησιμοποιούν όλες τις υποδομές του πολιτισμικού τουρισμού στις περιοχές που αυτοί βρίσκονται. Προκειμένου να μεταβούν στον επιθυμητό τόπο, εάν αυτός βρίσκεται εντός της χώρας, χρησιμοποιείται συνήθως το πούλμαν ενώ για τα περισσότερα μεγάλα θρησκευτικά κέντρα εκτός χώρας υπάρχει απευθείας αεροπορική σύνδεση.

### 3.8.2.3. Εκπαιδευτικός ή επιστημονικός τουρισμός

«Ως εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι με κίνητρο, αφενός την εκπαίδευση (σεμινάρια, εκδηλώσεις, επισκέψεις κ.ά.) και, αφετέρου, την επιστήμη (επιστημονικές ανταλλαγές, έρευνες, επισκέψεις κτλ.) συγκεκριμένων ομάδων τουριστών (νέων επιστημόνων, εκπαιδευτικών)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>71</sup>.

---

<sup>71</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Στόχος του εκπαιδευτικού τουρισμού είναι να προσελκύσει τουρίστες με εκπαιδευτικά ή επιστημονικά κίνητρα μέσω της ανάδειξης υποδομών και δραστηριοτήτων του αντίστοιχου αντικειμένου. Οι πιθανοί επισκέπτες θέλγονται από το περιεχόμενο που είναι σχετικό με τις γνώσεις και τις δεξιότητες τους ή από τον εμπλουτισμό των γνώσεων τους μέσω της συμμετοχής σε σεμινάρια, έρευνα, προγράμματα εκπαίδευσης, επισκέψεις σε χώρους «παραγωγής» επιστημονικής γνώσης.

Οι φορείς που διενεργούν εκπαιδευτικά προγράμματα είναι τα πανεπιστήμια, τα ιδιωτικά εκπαιδευτήρια, τα ιδρύματα πάσης φύσεως, επιχειρήσεις, υπουργεία και άλλοι. Αξίζει να αναφερθεί ότι πολλά εκπαιδευτικά προγράμματα λειτουργούν υπό την αιγίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αυτός ο τύπος του τουρισμού χρησιμοποιεί όλες τις υποδομές του κλασσικού τουρισμού (για διαμονή, μετακίνηση κτλ) και το χώρο που ο επισκέπτης επισκέπτεται. Ωστόσο, απαιτούνται ποιοτικές εκπαιδευτικές υποδομές, υψηλή τεχνογνωσία σε κάποιο τομέα και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

#### 3.8.2.4. Αστικός τουρισμός

«Ως αστικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι –συνήθως μικρής διάρκειας σε αστικά κέντρα- με κίνητρα τις διακοπές, τον πολιτισμό, τις αγορές (shopping) και ευρύτερα τη γνωριμία με το αστικό και πολιτισμικό περιβάλλον της συγκεκριμένης πόλης» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>72</sup>.

Προκειμένου ένας αστικός χώρος να χαρακτηριστεί ως τουριστικός, πρέπει να διαθέτει κάποια χαρακτηριστικά σε επίπεδο υπηρεσιών, υποδομών και πρόσβασης: i) είναι απαραίτητο να υπάρχουν στην πόλη δραστηριότητες και εκδηλώσεις για να εμπλουτιστεί και να γίνει πιο σύνθετο το τουριστικό προϊόν, ii) η σύνδεση της πόλης με αεροπλάνο, ει δυνατόν μεγάλο και υπερσύγχρονο έστω κι αν είναι κοστοβόρο ώστε να μειώνεται ο χρόνος ταξιδιού στο ελάχιστο, iii) τα καταλύματα πρέπει να είναι ξενοδοχειακές μονάδες με προδιαγραφές ποιότητας και iv) να υπάρχουν έργα υποδομής όπως μετρό, οδικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίας κτλ. Επίσης, καλό θα ήταν σε επίπεδο ενδιαφερόντων να έχει στοιχεία όπως το να βρίσκεται η πόλη σε κομβικό

---

<sup>72</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

σημείο, να έχει ιστορία και πολιτισμική κληρονομιά (αξιοθέατα, μνημεία, μουσεία κτλ), να παρέχει δραστηριότητες διασκέδασης (shopping, νυχτερινή διασκέδαση κτλ) και διάφορες εκδηλώσεις (φεστιβάλ), να επικρατούν καλές καιρικές συνθήκες και η έλλειψη του φυσικού περιβάλλοντος να καλύπτεται εν μέρει από χώρους πρασίνου. Χαρακτηριστικά παραδείγματα πόλεων αστικού τουρισμού είναι το Παρίσι, η Αθήνα, το Λονδίνο και η Ρώμη.

Οι επισκέπτες του αστικού τουρισμού είναι άτομα οποιασδήποτε ηλικίας και οποιονδήποτε χαρακτηριστικών. Αυτά τα άτομα κατά κανόνα ξοδεύουν αρκετά χρήματα, καθώς εκτός από τα έξοδα του ταξιδιού ξοδεύουν χρήματα σε ψώνια, επισκέψεις μουσείων, διασκέδαση κτλ εκμεταλλευόμενοι τις πολλές προτάσεις της πόλης - προορισμού.

### **3.8.3. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τον επαγγελματικό λόγο**

«Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες ταξιδιών που πραγματοποιούνται με βασική αιτία τους επαγγελματικούς λόγους, δηλαδή την εργασία, και τα οποία συχνά συνδυάζονται και με άλλες δραστηριότητες (όπως διακοπές, πολιτισμό κτλ), εξαιρώντας όμως τοπικού χαρακτήρα ταξίδια που πραγματοποιούν οι επιχειρηματίες» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>73</sup>. Ερμηνευτικά μπορούμε να πούμε ότι πρόκειται για περιπτώσεις στις οποίες ο φορέας απασχόλησης επιλέγει να στείλει τον εργαζόμενο σε κάποιο επαγγελματικό ταξίδι.

Οι βασικές μορφές τουρισμού που περιλαμβάνονται σε αυτή την ομάδα είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων και το ατομικό επαγγελματικό ταξίδι. Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μία SWOT ανάλυση αυτής της ομάδας και έπειτα θα εξετάσουμε τα προϊόντα της ξεχωριστά (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>74</sup>.

Δυνατά σημεία: Τα προϊόντα αυτής της ομάδας κατέχουν παραδοσιακά ισχυρή θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Οι υποδομές και οι υπηρεσίες τους συνδέονται σχεδόν με όλες τις μορφές τουρισμού. Στοιχεύουν σε οποιονδήποτε πραγματοποιεί ταξίδια εργασίας, είτε σε διεθνές είτε σε εθνικό επίπεδο.

<sup>73</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>74</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Αδύνατα σημεία: Οι επενδύσεις σε υποδομές και ανωδομές είναι κοστοβόρες. Παρουσιάζονται αδυναμίες στο σύστημα τουριστικής εκπαίδευσης. Η ζήτηση περιορίζεται σε δεδομένες χρονικές περιόδους και τοποθεσίες.

Ευκαιρίες: Διεύρυνση του πελατολογίου των επιχειρήσεων. Συνδυασμός πολλών τύπων ταξιδιών και τουριστικών προορισμών. Η πολύ καλή τουριστική υποδομή του επαγγελματικού τουρισμού που αναβαθμίζει τουριστικά την περιοχή.

Απειλές: Σε διεθνές επίπεδο ο ανταγωνισμός είναι πολύ υψηλός. Σε τοπικό επίπεδο οι πρωτοβουλίες σχετικά με τον επαγγελματικό τουρισμό είναι περιορισμένες.

### 3.8.3.1. Συνεδριακός τουρισμός

«Πρόκειται για οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση, αλλά και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκόμενων στην εκδήλωση – συνέδρων ομιλητών (Γκρίμπα, 2005<sup>75</sup>, Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου, 2007<sup>76</sup>). Οι όροι που χρησιμοποιούνται ευρύτητα και αποδίδουν το νόημα του συνεδρίου είναι για την Ευρώπη congress, για το Ηνωμένο Βασίλειο conference και για τις ΗΠΑ convention.» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>77</sup>.

Ο τύπος της συνεδριακής εκδήλωσης έχει άμεση σχέση με το αντικείμενο του συνεδρίου που μπορεί να είναι επιστημονικό συνέδριο, σεμινάρια, εμπορικό – επαγγελματικό συνέδριο, πολιτικά – κομματικά συνέδρια, και συσκέψεις ή συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών. Οργανώνεται από διάφορους φορείς (πχ δημόσιο, ιδιώτες, PCO, CB ή CVB, συνεδριακά κέντρα, ΜΚΟ, Παγκόσμιους Οργανισμούς κτλ) και συμμετέχουν οι σύνεδροι (επίσημοι προσκεκλημένοι, εισηγητές – ομιλητές, επίσημοι προσκεκλημένοι) και άλλοι ενδιαφερόμενοι ή ομάδες που βοηθούν στην οργάνωση και την επικοινωνία του συνεδρίου (δημοσιογράφοι, χορηγοί, τεχνικό προσωπικό και προσωπικό τουριστικής υποστήριξης). Οι μήνες κατά τους οποίους κυρίως διοργανώνεται αυτή η μορφή τουρισμού είναι ο Σεπτέμβριος και ο Ιούνιος.

---

<sup>75</sup> Γκρίμπα, Ε. (2005). Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Επαγγελματικού Τουρισμού στην Ελλάδα - Διδακτορική Διατριβή. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

<sup>76</sup> Κραβαρίτης, Κ. and Παπαγεωργίου, Α. (2007). Επαγγελματικός Τουρισμός: εκθέσεων - κινήτρων, επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>77</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.



Από την πλευρά των υποδομών είναι πολύ σημαντικό ο συνεδριακός τουρισμός να οργανώνεται σε υψηλών προδιαγραφών χώρους και η περιοχή που επιλέγεται να είναι εύκολα προσβάσιμη έχοντας πχ αεροδρόμιο. Προκειμένου μια περιοχή να γίνει πόλος έλξης για τον συνεδριακό τουρισμό θα πρέπει να διαφημιστεί επαρκώς (ως προς το image της), να έχει ενδιαφέρον τόσο πολιτιστικό όσο και φυσικό ή δομημένο περιβάλλον, πολιτική ευστάθεια, και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Στο κόστος, από την πλευρά του επισκέπτη πρέπει να αναφερθεί ότι συνήθως περιλαμβάνεται το δικαίωμα εγγραφής στο συνέδριο (registration fee) και τα κλασσικά τουριστικά έξοδα που περιλαμβάνουν μεταφορά, διατροφή, διαμονή, αγορές κτλ.

### 3.8.3.2. Εκθεσιακός τουρισμός

«Πρόκειται για παρουσιάσεις προϊόντων ή υπηρεσιών σε συγκεκριμένους χώρους, με πρωτεύοντα σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων – επισκεπτών, εκθετών – και δευτερεύοντα σκοπό την αγορά αυτών (Γκρίμπα, 2005, Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου, 2007)<sup>78</sup>. Οι όροι που χρησιμοποιούνται διεθνώς για να αποδώσουν το νόημα της έκθεσης είναι exhibition, exposition, trade show/fair» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>79</sup>.

Κύριος στόχος του εκθεσιακού τουρισμού είναι η προβολή περιοχών, προϊόντων ή εταιρειών και η επίτευξη εμπορικών συμφωνιών. Μπορεί να διοργανωθεί από διάφορους φορείς όπως ενώσεις, συνεταιρισμούς, επιμελητήρια, ΜΚΟ, μεμονωμένες επιχειρήσεις και ανεξάρτητες εξειδικευμένες εταιρείες. Οι συμμετέχοντες διακρίνονται στους εκθέτες, επισκέπτες, συνοδούς, επίσημους προσκεκλημένους, δημοσιογράφοι, χορηγοί, λοιπό προσωπικό, εισηγητές / ομιλητές, εταιρείες οργάνωσης περιπτέρων και προσωπικό τουριστικής υποστήριξης. Οι συμμετέχοντες εκθέτες, ανάλογα με την φήμη της εταιρείας ή των προϊόντων τους, μπορούν να συμβάλλουν τα μέγιστα στην επιτυχία της έκθεσης.

---

<sup>78</sup> Κραβαρίτης, Κ. and Παπαγεωργίου, Α. (2007). Επαγγελματικός Τουρισμός: εκθέσεων - κινήτρων, επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>79</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Οι απαραίτητες υποδομές δεν είναι μόνο οι εκθεσιακοί χώροι υψηλών προδιαγραφών. Αυτοί είναι αναγκαίο να είναι τοποθετημένοι σε περιοχές με ανεπτυγμένο μεταφορικό δίκτυο και διεθνή αεροδρόμια. Ακόμη, πρέπει στην ευρύτερη περιοχή να υπάρχει μια πληθώρα ποιοτικών ξενοδοχειακών υποδομών για την βέλτιστη εξυπηρέτηση των παρευρισκομένων.

Χρονικά ο εκθεσιακός τουρισμός αναπτύσσεται κυρίως τον Σεπτέμβριο και τον Ιούνιο, όπως και ο συνεδριακός τουρισμός. Απευθύνεται σε διαφορετικό κοινό ανάλογα με το αντικείμενο της εκθεσιακής εκδήλωσης. Οι επισκέπτες αναλαμβάνουν τα κλασσικά έξοδα του τουρισμού (διαμονή, μεταφορά, διατροφή, αγορές κτλ) συν το αντίτιμο για την συμμετοχή στην έκθεση (registration fee).

Στα πλαίσια του επαγγελματικού τουρισμού, ο εκθεσιακός τουρισμός συνδυάζεται με ημερίδες και μίνι συνέδρια καταγράφοντας υψηλή ανάπτυξη.

### 3.8.3.3. Τουρισμός κινήτρων

«Πρόκειται για ταξίδι – δώρο που προσφέρουν επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται, κυρίως, στον ιδιωτικό τομέα στα στελέχη ή στους συνεργάτες τους ως κίνητρο, αναγνώριση και επιβράβευση της πετυχημένης απόδοσης στην εργασία τους (Γκρίμπα, 2005)<sup>80</sup>» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>81</sup>.

Ο τουρισμός κινήτρων σχετίζεται με την πολιτική που οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν στην διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού τους. Βασικές επιδιώξεις είναι η επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, η καλλιέργεια της επικοινωνίας και της συνεργασίας μεταξύ των στελεχών της καθώς και η τόνωση της πίστης τους σε αυτή, και η ανάπτυξη της κοινής οργανωσιακής κουλτούρας (Witt, Gammon & White, 1992)<sup>82</sup>.

Η οργάνωση του ταξιδιού γίνεται είτε από εξειδικευμένες εταιρείες και τουριστικά γραφεία, είτε από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Σύννηθες φαινόμενο είναι και ο συνδυασμός τους ή ο συνδυασμός επιχείρησης και εργαζομένου. Η δαπάνη ενός τέτοιου τύπου ταξιδιού θεωρείται αμελητέα μπροστά στο κέρδος που θα επιτευχθεί από την προσπάθεια των εργαζόμενων για να φτάσουν στον επιθυμητό στόχο.

<sup>80</sup> Γκρίμπα, Ε. (2005). Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Επαγγελματικού Τουρισμού στην Ελλάδα - Διδακτορική Διατριβή. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

<sup>81</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>82</sup> Witt, S., Gammon, S. and White, J. (1992). Incentive travel. Overview and case study of Canada as a destination for the UK market. TOURISM MANAGEMENT.

Για την προσέλκυση αυτής της μορφής τουρισμού απαιτούνται υποδομές υψηλής ποιότητας, που να δίνουν την αίσθηση της πολυτέλειας, με αντίστοιχο επίπεδο υπηρεσιών.

#### 3.8.3.4. Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι

«Πρόκειται για ταξίδια που πραγματοποιούνται σε ατομική βάση για τις ανάγκες της επιχείρησης στην οποία εργάζεται ο επαγγελματίας – πωλητής (Γκρίμπα, 2005<sup>83</sup>, Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου, 2007<sup>84</sup>). Οι όροι που χρησιμοποιούνται ευρύτατα και αποδίδουν το νόημα του ατομικού επαγγελματικού ή επιχειρηματικού τουρισμού είναι business travel, corporate travel και business accounts» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>85</sup>.

Συνήθως αυτά τα ταξίδια αποτελούν ξεχωριστή κατηγορία γιατί ατομικά κάποιος ταξιδεύει με σκοπό κάποια επαγγελματική συμφωνία ή την πώληση και την προώθηση προϊόντων. Η οργάνωση τους γίνεται από την ίδια την επιχείρηση ή τον εργαζόμενο, αλλά σε περιπτώσεις πολλών επαναλαμβανόμενων ταξιδιών αναλαμβάνουν οι οργανωτές ταξιδιών.

Από την άποψη των υποδομών που απαιτούνται ισχύει ότι και για ένα απλό ταξίδι. Ο εργαζόμενος – ταξιδιώτης μεταβαίνει σε οποιοδήποτε μέρος χρειαστεί και χρησιμοποιεί τις υποδομές του μαζικού τουρισμού (Λαγός, 2005)<sup>86</sup>. Τα έξοδά του συνήθως περιορίζονται στα πλαίσια του προϋπολογισμού (budget) που του έχει αναθέσει η εταιρεία, ενώ οι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες που ταξιδεύουν μόνοι τους προσπαθούν να αξιοποιήσουν πλήρως τα χρήματά τους.

#### **3.8.4 Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα**

Αυτή η ομάδα προϊόντων περιλαμβάνει τα τουριστικά προϊόντα που έχουν σχέση με την θάλασσα και το παράκτιο περιβάλλον. Σε αυτή την ομάδα προϊόντων οι βασικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται είναι ο θαλάσσιος τουρισμός, ο

---

<sup>83</sup> Γκρίμπα, Ε. (2005). Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Επαγγελματικού Τουρισμού στην Ελλάδα - Διδακτορική Διατριβή. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

<sup>84</sup> Κραβαρίτης, Κ. and Παπαγεωργίου, Α. (2007). Επαγγελματικός Τουρισμός: εκθέσεων - κινήτρων, επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>85</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>86</sup> Λαγός, Δ. (2005). Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.

τουρισμός γιότινγκ ή ιστιοπλοΐας, ο τουρισμός κρουαζιέρας και ο τουρισμός θαλάσσιων σπορ ή ναυταθλητισμός.

Αυτή η ομάδα προϊόντων στην Ελλάδα παρουσιάζει δυναμική ανάπτυξη εφάμιλλη του ελληνικού τουρισμού, καθώς το βασικό κίνητρο είναι οι διακοπές στην θάλασσα κατά την καλοκαιρινή περίοδο. Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μια SWOT ανάλυση αυτής της ομάδας και έπειτα θα εξεταστούν τα προϊόντα της ξεχωριστά (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>87</sup>.

Δυνατά σημεία: Το επίπεδο των υποδομών, του θεσμικού πλαισίου και των επενδύσεων είναι πολύ υψηλό και σύγχρονο. Η ζήτηση που προέρχεται από διαφορετικό αλλά και δυναμικό κοινό οποιουδήποτε κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου.

Αδύνατα σημεία: Το κόστος ελλιμενισμού (ειδικά στις μαρίνες) είναι δυσανάλογο των υπηρεσιών που προσφέρονται. Λάθος διαφημιστική εικόνα, μη εξειδικευμένη και ασαφής.

Ευκαιρίες: Η μεγάλη παράδοση αυτής της αγοράς αλλά και η σημαντική της θέση παγκοσμίως. Ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να εμπλουτιστεί με τουριστικές δραστηριότητες (από όλες τις μορφές τουρισμού) οικολογικού περιεχομένου.

Απειλές: Οι ανταγωνιστές εφαρμόζουν επιθετική τιμολογιακή πολιτική. Η παγίωση της εντύπωσης στο ευρύ καταναλωτικό κοινό ότι πρόκειται για ένα ακριβό τουριστικό προϊόν.

#### 3.8.4.1. Θαλάσσιος τουρισμός

«Με τον όρο θαλάσσιος τουρισμός χαρακτηρίζεται κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της – είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική ή πολιτιστική διάσταση (Διακομιχάλης, 2009<sup>88</sup>, Κραντονέλλης, 1995<sup>89</sup>)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>90</sup>.

---

<sup>87</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>88</sup> Διακομιχάλης, Μ. (2009). Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

Ο θαλάσσιος τουρισμός πρόκειται για θερινό τουρισμό ο οποίος οργανώνεται από τον ίδιο τον τουρίστα ή από τουριστικά γραφεία που παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες και σκάφη. Απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και σε όλες τις κοινωνικές και οικονομικές ομάδες. Οι τουρίστες κάνουν δραστηριότητες σχετικές πάντα με την θάλασσα και την παράκτια ζώνη και βασικά τους κίνητρα είναι οι διακοπές, ο αθλητισμός και η πολιτιστική περιήγηση. Το κόστος που αναλαμβάνει ο τουρίστας εξαρτάται από το είδος των δραστηριοτήτων στις οποίες θα συμμετάσχει, καθώς άλλες είναι πιο φθηνές και άλλες πιο ακριβές.

Στο κομμάτι των υποδομών, για τον θαλάσσιο τουρισμό χρησιμοποιείται ένα σύστημα υποδομών που περιλαμβάνει όλες τις τουριστικές υποδομές του μαζικού τουρισμού και κάποιες πιο ειδικές υποδομές όπως μαρίνες (εκεί μπορούν να ελλιμενιστούν πολλά σκάφη), σκάλες (μικροί λιμένες αναψυχής ανάμεσα στις μαρίνες), καταφύγια (προκαθορισμένοι όρμοι ανάμεσα σε σκάλες και μαρίνες), επισκευαστικοί χώροι, καταστήματα ναυτικών ειδών, υπαίθριοι χώροι στάθμευσης και κατασκευές ειδικών σημείων συλλογής απορριμμάτων και αναρρόφησης λυμάτων των πλωτών μέσων.

Όσο αφορά την Ελλάδα συγκεκριμένα, αξίζει να αναφέρουμε ότι είναι σημαντικός πόλος έλξης θαλάσσιου τουρισμού, καθώς καταλυτικό ρόλο σε αυτό παίζουν η μεγάλη της θαλάσσια επιφάνεια, η πολυνησία που την χαρακτηρίζει και η έκταση της ακτογραμμής της σε συνδυασμό με τις εξαιρετικές καιρικές συνθήκες. Η μεγάλη ελληνική ναυτική παράδοση και τα μοντέρνα σκάφη που πλέουν στην χώρα, στηρίζονται άρτια από τις παρεχόμενες υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.

#### 3.8.4.2. Τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας

«Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας πραγματοποιείται με την εκμίσθωση διαφορετικών τύπων σκαφών τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως τόπος διαμονής και αναψυχής από ομάδα ατόμων με ομοειδή χαρακτηριστικά που

---

<sup>89</sup> Κραντονέλλης, κ. (2017). "Διεθνείς τουριστικές εξελίξεις και οι κρουαζιέρες στη Μεσόγειο", Ημερίδα με θέμα: "Θαλάσσιος Τουρισμός - Ανάπτυξη Προοπτικές", 24 Νοεμβρίου 1993. Βόλος: Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας - Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

<sup>90</sup> Κοκκωσης, Χ., Τσαρτας, Π. and Γκριμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

διαμορφώνουν από κοινού πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης (Διακομιχάλης, 2009)<sup>91</sup>» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>92</sup>.

Ερμηνευτικά, σε αυτή τη μορφή τουρισμού ο τουρίστας κάνει χρήση θαλαμηγού, μηχανοκίνητου σκάφους ή ιστιοφόρου για λόγους αναψυχής (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009)<sup>93</sup>.

Ο τουρίστας αυτού του τύπου οργανώνει μόνος του το ταξίδι σε όποιο χρόνο και προορισμό αυτός επιθυμεί. Συνήθως διαμορφώνεται μια μικρή ομάδα, γύρω στα 5-6 άτομα (ή και περισσότερα ανάλογα του μεγέθους του σκάφους), που κάνει χρήση ενός πακέτου που περιλαμβάνει περιπέτεια, πολυτέλεια και όμορφο περιβάλλον. Οι κατηγορίες γιότινγκ που υπάρχουν είναι οι εξής: i) γιότινγκ με ιδιόκτητο σκάφος, δηλαδή ο ιδιοκτήτης ταξιδεύει μόνος του ή με παρέα χωρίς την ύπαρξη ναύλων, ii) γιότινγκ με επαγγελματικό σκάφος, δηλαδή ο ενδιαφερόμενος ναυλώνει σκάφος, με πλήρωμα ή χωρίς. iii) γιότινγκ με ερασιτεχνικό σκάφος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεταφορά των τουριστών καλύπτεται από το γραφείο μέχρι το σημείο που παραλαμβάνεται το σκάφος. Στο σκάφος προσφέρονται πλήρως οι υπηρεσίες διαμονής και διατροφής, όποτε το κόστος τελικά δεν είναι πολύ μεγάλο. Στο κόστος περιλαμβάνεται και η αμοιβή του καπετάνιου, στις περιπτώσεις που αυτός προσλαμβάνεται. Επίσης, μέσω του σκάφους, πραγματοποιούνται ενασχολήσεις όπως προσέγγιση δυσπρόσιτων από την ξηρά ακτών, περιήγηση, κολύμβηση σε απομονωμένα σημεία, θαλάσσιο σκι, κατάδυση, ερασιτεχνική αλιεία, μερικές εκδηλώσεις πάνω στο πλοίο και παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών. Οι υποδομές που απαιτούνται είναι όμοιες του θαλάσσιου τουρισμού, εστιάζοντας ιδιαίτερα στους χώρους της μαρίνας.

#### 3.8.4.3. Τουρισμός κρουαζιέρας

«Ο τουρισμός κρουαζιέρας συνδυάζει σε ένα ταξίδι μεταφορά, εστίαση, πολιτισμό, τουρισμό αναψυχής και δραστηριότητες ψυχαγωγίας εν πλω

---

<sup>91</sup> Διακομιχάλης, Μ. (2009). Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

<sup>92</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>93</sup> Αποστολόπουλος, Κ. and Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ.

(Διακομιχάλης, 2009<sup>94</sup> , Wild & Dearing, 2000<sup>95</sup>)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>96</sup>.

Το ταξίδι του τουρισμού κρουαζιέρας λαμβάνει χώρα στην ανοιχτή θάλασσα, είναι προκαθορισμένο με συγκεκριμένο δρομολόγιο και προγραμματισμένες στάσεις (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009)<sup>97</sup>. Διεθνείς προορισμοί είναι τα νησιά της Καραϊβικής και η Μεσόγειος, ενώ στην Ελλάδα προτιμούνται τα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου. Ανάλογα με τον τουριστικό προορισμό που επιλέγεται υπάρχουν οι εξής τύποι:

- Κρουαζιέρες εγχώριες ή εσωτερικού: πρόκειται για κρουαζιέρες συνήθως μικρής διάρκειας, που πραγματοποιούνται εντός των χωρικών υδάτων της χώρας προέλευσης του τουρίστα.
- Μικτές κρουαζιέρες: πρόκειται για κρουαζιέρες που ξεκινούν από την χώρα προέλευσης του τουρίστα και καταλήγουν σε κάποια άλλη χώρα.
- Κρουαζιέρες εξωτερικού: πρόκειται για κρουαζιέρες που γίνονται στα χωρικά ύδατα της χώρας προορισμού, πχ με αφετηρία λιμάνια εκτός Ελλάδας προσεγγίζονται τα ελληνικά λιμάνια.

Οι κρουαζιέρες παίρνουν διάφορες μορφές ανάλογα με το συνδυασμό των προσφερόμενων προϊόντων (παραδοσιακή, εκπαιδευτική, κρουαζιέρα και διαμονή και άλλες) και διάφορες εξειδικεύσεις ανάλογα με το είδος της παρεχόμενης δραστηριότητας (αθλητικές, εκπαιδευτικές, τρίτης ηλικίας, υγείας κλπ) (Διακομιχάλης, 2009<sup>98</sup> , Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2005<sup>99</sup>).

Τα προϊόντα κρουαζιέρας απευθύνονται σε όλους. Πρόκειται για ταξίδια που χαρακτηρίζονται από ασφάλεια και κοινωνικότητα. Για την ασφάλεια τα προτιμούν οι μεγαλύτεροι σε ηλικία, ενώ για την κοινωνικότητα οι νεότεροι. Στην τιμή των

---

<sup>94</sup> Διακομιχάλης, Μ. (2009). Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

<sup>95</sup> Wild, G. and Dearing, J. (2000). "Development and prospects for cruising in Europe". Maritime Policy and Management.

<sup>96</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>97</sup> Αποστολόπουλος, Κ. and Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ.

<sup>98</sup> Διακομιχάλης, Μ. (2009). Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

<sup>99</sup> Μυλωνόπουλος, Δ. and Μοίρα, Π. (2005). Θαλάσσιος Τουρισμός. Αθήνα: INTERBOOKS.

ναύλων περιλαμβάνονται η διατροφή, η διαμονή και οι περιηγήσεις, αλλά ενδεχομένως μπορεί να υπάρξει ένα παραπάνω κόστος για άλλες εκδρομές.

#### 3.8.4.4. Τουρισμός θαλάσσιων σπορ / ναυταθλητισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού έχει τις ρίζες του στο παρελθόν. Η διαχρονική παρουσία των θαλάσσιων σπορ (σκάφη κανό - κανόε, σκάφη καγιάκ, σχεδία – raft, θαλάσσιο σκι, ιστιοσανίδα – windsurfing, ιστιοπλοΐα – surfing, κωπηλασία και ελεύθερη κατάδυση) στην ανθρώπινη ιστορία το αποδεικνύει. Οι δραστηριότητές του έχουν μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό δυσκολίας ανάλογα με την φύση τους.

Οι υποδομές που απαιτούνται είναι γενικά όμοιες με του θαλάσσιου τουρισμού. Σε ορισμένες όμως περιπτώσεις, όπως πχ στις καταδύσεις, πρέπει να κατασκευαστούν τα απαραίτητα πλήρως εξοπλισμένα υποβρύχια καταλύματα.

Αυτού του τύπου ο τουρισμός πραγματοποιείται συνήθως είτε με προσωπική πρωτοβουλία των αθλητών είτε με την αφορμή κάποιου αθλητικού γεγονότος, συνήθως ετήσιας βάσης. Λόγω της μεγάλης συμμετοχής αθλητών και του μεγάλου ενδιαφέροντος από την πλευρά του κόσμου, απαιτείται προσεκτικός και οργανωμένος σχεδιασμός από εξειδικευμένα τουριστικά πρακτορεία.

Ο τουρισμός θαλασσιών σπορ επιλέγεται κυρίως από αθλητικά νεαρά άτομα και αναπτύσσεται σχεδόν όλο τον χρόνο. Το κόστος του διαφέρει από σπορ σε σπορ, μερικά είναι φθηνά ενώ κάποια άλλα αρκετά ακριβά.

#### **3.8.5. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχα κίνητρα τους κοινωνικούς λόγους, την υγεία και την ποιότητα ζωής**

Σε αυτή την ομάδα μπορούμε να διακρίνουμε δύο βασικά κίνητρα. Το πρώτο είναι το κίνητρο της υγείας και ποιότητας ζωής το οποίο παράγει την μορφή του ιαματικού / θεραπευτικού τουρισμού και περιέχει τις μορφές του ιατρικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας. Το δεύτερο είναι το κίνητρο των κοινωνικών λόγων, το οποίο παράγει την μορφή του κοινωνικού τουρισμού και περιέχει τις μορφές του τουρισμού ατόμων με ειδικές ανάγκες και του τουρισμού ατόμων τρίτης ηλικίας.



Στην συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μια SWOT ανάλυση της ομάδας και έπειτα θα εξεταστούν τα προϊόντα της (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>100</sup>.

**Δυνατά σημεία:** Τα τελευταία χρόνια έχει διαμορφωθεί πολύ θετικό επενδυτικό κλίμα. Η ζήτηση προέρχεται από πελάτες με διάφορα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά.

**Αδύνατα σημεία:** Σε σχέση με το κόστος οι υπηρεσίες είναι λίγες. Σε περιφερειακό επίπεδο οι υποδομές είναι ανεπαρκείς.

**Ευκαιρίες:** Υπάρχει δυνατότητα διασύνδεσης ανάμεσα στους προορισμούς τουρισμού ευεξίας και ιαματικού τουρισμού. Δυνατότητα διασύνδεσης υπάρχει και με τις άλλες ομάδες εναλλακτικού τουρισμού.

**Απειλές:** Λόγω της οικονομικής κρίσης υπάρχει η τάση για εύρεση πακέτων χαμηλότερου κόστους. Ο ανταγωνισμός σε διεθνές επίπεδο είναι υψηλός με πληθώρα προορισμών.

#### 3.8.5.1. Ιαματικός ή θεραπευτικός τουρισμός

«Βασικό στοιχείο του ιαματικού / θεραπευτικού τουρισμού αποτελεί η χρήση ιαματικών πηγών ή θεραπειών, ενώ στόχος είναι η πρόληψη, η διατήρηση ή η αποκατάσταση της σωματικής / ψυχικής υγείας του ατόμου (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009<sup>101</sup>, ΙΤΑ, 2008<sup>102</sup>). Στον ιατρικό τουρισμό σκοπός είναι η παροχή ιατρικών υπηρεσιών σε μη υγιή άτομα για αποκατάσταση ασθενειών / παθήσεων και μάλιστα σε ειδικούς χώρους με νοσοκομειακές υποδομές (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009)<sup>103</sup>. Στον τουρισμό ευεξίας το ταξίδι που πραγματοποιείται έχει ως κύριο κίνητρο τη διατήρηση ή τη βελτίωση της υγείας εκείνων που συμμετέχουν σε

---

<sup>100</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>101</sup> Αποστολόπουλος, Κ. and Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ.

<sup>102</sup> Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης (2008). Οδηγός Τουρισμού της Υπαίθρου για τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αθήνα: ΙΤΑ.

<sup>103</sup> Αποστολόπουλος, Κ. and Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ.

αυτό, με δραστηριότητες αθλητισμού ή υγείας – θεραπείας, spa, κ.ο.κ (Διακοστεργίου, 2007)<sup>104</sup>» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>105</sup>.

Στην Ελλάδα, σημαντικό χαρακτηριστικό του ιαματικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει. Η «λουτρική» περίοδος, όπως αυτή λέγεται, περιλαμβάνει τους μήνες από τον Μάιο μέχρι τον Οκτώβριο.

Μέχρι πριν λίγα χρόνια, στην Ελλάδα η οργάνωση και διαχείριση του ιαματικού τουρισμού γινόταν μόνο από το κράτος. Τελευταία, στον κλάδο ενεργούν και ιδιώτες οι οποίοι έχουν λάβει τον έλεγχο και την λειτουργία των ιαματικών πηγών από το κράτος ή τους ΟΤΑ.

Ο ιαματικός τουρισμός στηρίζεται σε κέντρα παροχής υπηρεσιών ανάλογα του προσφερόμενου προϊόντος. Σε αυτά τα κέντρα διατίθενται ιατρεία, εξοπλισμένα γυμναστήρια, ειδικά προγράμματα υγιεινής διατροφής, δίαιτας και ομορφιάς κτλ, συν όποιες άλλες δραστηριότητες αναψυχής και αθλητικών δραστηριοτήτων παρέχουν. Τέτοια κέντρα είναι τα spa resorts, τα health resorts & τα health farms.

Ο ιατρικός τουρισμός επιλέγεται από άτομα όλων των ηλικιών τα οποία έχουν πραγματοποιήσει μια σειρά δύσκολων επεμβάσεων ή θεραπειών, δηλαδή από ασθενείς οι οποίοι αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα υγείας. Η αποκατάσταση της υγείας των ασθενών προέχει, όμως υπάρχει πληθώρα δραστηριοτήτων για να απασχολούνται κατά την διάρκεια του ελεύθερου χρόνου τους.

Ο τουρισμός ευεξίας επιλέγεται από υγιή άτομα μέσης ηλικίας, τα οποία επιθυμούν την βελτίωση της υγείας τους και την πρόληψη μελλοντικών προβλημάτων υγείας. Τα άτομα αυτά στοχεύουν στην βελτίωση της ποιότητας ζωής τους και στη διατήρηση ισορροπίας ανάμεσα στο σώμα και το πνεύμα τους. Συνήθως είναι άνθρωποι μεσαίου ή υψηλότερου εισοδήματος, επιτυχημένοι οικονομικά και επαγγελματικά, που αναζητούν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, ψυχαγωγία και τρόπο ζωής. Η δαπάνη για αυτή την μορφή τουρισμού είναι μεσαίου ή υψηλού επιπέδου καθώς διοργανώνεται από αυτόνομα κέντρα ή ξενοδοχεία υψηλής κατηγορίας.

---

<sup>104</sup> Διακοστεργίου, Π. (2007). Ορισμός προδιαγραφών για ξενοδοχειακά spa στο πλαίσιο της προώθησης ειδικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα - Διπλωματική εργασία. ΕΣΔΔΑ - Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης.

<sup>105</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

### 3.8.5.2. Κοινωνικός Τουρισμός

«Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί επίσης μια ευρύτερη μορφή τουρισμού εμπρικλείοντας το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, άμεσων ή έμμεσων, που διευκολύνουν και ενισχύουν τη συμμετοχή στον τουρισμό ασθενέστερων ειδικών κοινωνικοοικονομικών ομάδων (όπως οι νέοι, οι αγρότες, οι άνεργοι, οι πολύτεκνοι). Στον Τουρισμό Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες προσφέρονται υπηρεσίες, υποδομές και δραστηριότητες που εξυπηρετούν αυτή την ομάδα τουριστών με ειδικά χαρακτηριστικά. Στον Τουρισμό, τέλος, Τρίτης Ηλικίας προσφέρονται υπηρεσίες, υποδομές, και δραστηριότητες οι οποίες εξυπηρετούν αυτή την ομάδα τουριστών με ειδικά χαρακτηριστικά» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>106</sup>.

Η ύπαρξή του στηρίζεται στο λεγόμενο «Κοινωνικό Κράτος», το οποίο εξασφαλίζει διακοπές σε ειδικές κατηγορίες ατόμων, χαμηλού εισοδήματος δωρεάν ή με μικρό ποσοστό συμμετοχής. Οι μορφές του αναπτύσσονται κυρίως στο εσωτερικό και κατά την χαμηλή και μέση τουριστική περίοδο με διάρκεια από δύο μέχρι οχτώ μέρες περίπου (Σφακιανάκης, 2000)<sup>107</sup>.

Ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες και ατόμων τρίτης ηλικίας παρέχεται στα άτομα που εμφανίζουν σημαντικά προβλήματα υγείας (είτε λόγω κινητικών και ψυχολογικών προβλημάτων, είτε λόγω ηλικίας) ώστε να βοηθηθούν να βιώσουν αυτή την εμπειρία. Αυτό ωστόσο είναι κάτι που δεν συνδέεται άμεσα με την βελτίωση της υγείας τους (Βενετσανοπούλου, 2006)<sup>108</sup>.

Για τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες σε επίπεδο υποδομών, παρουσιάζεται πρόβλημα καθώς οι τουριστικές εγκαταστάσεις, κυρίως τα ξενοδοχεία δεν έχουν τις εγκαταστάσεις που απαιτούνται. Αυτό τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να βελτιώνεται μετά από παρεμβάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα άτομα με ειδικές ανάγκες ταξιδεύουν συνήθως με τους οικείους τους και ανάλογα της πάθησής τους μπορεί να έχουν και ιατρικό προσωπικό μαζί τους. Το τουριστικό πακέτο που τους προσφέρεται δεν περιλαμβάνει πολλές δραστηριότητες. Σε γενικές

<sup>106</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>107</sup> Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. ΕΛΛΗΝ.

<sup>108</sup> Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: INTERBOOKS.

γραμμές το κόστος του τουρισμού για άτομα με ειδικές ανάγκες είναι υψηλό, καθώς οι ανάγκες που πρέπει να καλύπτονται απαιτούν ξενοδοχεία υψηλής κατηγορίας.

Για τον τουρισμό για άτομα τρίτης ηλικίας σε επίπεδο υποδομών, εφόσον δεν υπάρχουν σημαντικά κινητικά προβλήματα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι εγκαταστάσεις του μαζικού τουρισμού. Γενικά δίνεται προσοχή στην προσβασιμότητα των χώρων και στο γενικότερο τρόπο μετακίνησης των ηλικιωμένων.

Τα άτομα τρίτης ηλικίας παρουσιάζουν το προφίλ ενός έμπειρου απαιτητικού ταξιδιώτη. Επίσης, έχει παρατηρηθεί ότι έχουν οικονομική δυνατότητα λόγω αποταμίευσης (Σφακιανάκης, 2000)<sup>109</sup>. Επιλέγουν απλά καταλύματα και μετακινούνται με μέσα της επιλογής τους. Τέλος, συμμετέχουν σε διάφορες δραστηριότητες και κοινωνικές ενασχολήσεις, εφόσον είναι σε θέση να το κάνουν (Βενετσανοπούλου, 2006)<sup>110</sup>.

### **3.8.6 Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο το θεματικό κίνητρο**

«Η ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο το θεματικό κίνητρο στηρίζεται σε κάποιο ιδιαίτερο θέμα ή χόμπυ των τουριστών και αποτελείται από τα εξής προϊόντα: τον τουρισμό καζίνο, τον τουρισμό θεματικών πάρκων και μουσείων, τον τουρισμό γκολφ, τον τουρισμό περιπέτειας και Mega events – μεγάλες διοργανώσεις (κυρίως αθλητικού ή πολιτιστικού χαρακτήρα, όπως είναι οι εθνικοί ή ολυμπιακοί αγώνες, τα παγκόσμια κύπελλα ποδοσφαίρου, τα φεστιβάλ τζαζ ή κλασικής μουσικής)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>111</sup>.

Οι επιμέρους μορφές τουρισμού που απαρτίζουν τον θεματικό τουρισμό είναι ο τουρισμός καζίνο, ο τουρισμός θεματικών πάρκων ή μουσείων, ο τουρισμός γκολφ, ο τουρισμός περιπέτειας και οι μεγάλες διοργανώσεις ή mega events (αθλητικού ή πολιτιστικού χαρακτήρα). Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μια SWOT ανάλυση της

---

<sup>109</sup> Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. ΕΛΛΗΝ.

<sup>110</sup> Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: INTERBOOKS.

<sup>111</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

ομάδας και έπειτα θα εξεταστούν ξεχωριστά οι μορφές που ανήκουν σε αυτή (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>112</sup>.

**Δυνατά σημεία:** Η τουριστική προσφορά αφορά ένα εμπλουτισμένο τουριστικό προϊόν. Παρατηρείται δυναμική ζήτηση από υψηλά εισοδηματικά στρώματα. Απευθύνεται σε δυναμικά κοινωνικά πρότυπα και χόμπυ.

**Αδύνατα σημεία:** Υπάρχει μεγάλος διεθνής ανταγωνισμός από χώρες με δυνατές υποδομές και διαφημιστική εικόνα. Έλλειψη επαρκούς διαφήμισης και προβολής.

**Ευκαιρίες:** Διεύρυνση της τουριστικής περιόδου σε τοπικό επίπεδο. Δημιουργία ειδικής τουριστικής υποδομής που να καλύπτει την ζήτηση υψηλών και εξειδικευμένων απαιτήσεων.

**Απειλές:** Προβλήματα χρήσεων γης σε περιπτώσεις γκολ και θεματικών πάρκων. Οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα από την ίδρυση καζίνο.

#### 3.8.6.1. Τουρισμός καζίνο

«Ο τουρισμός καζίνο αποτελεί την ειδική εκείνη μορφή που στηρίζεται στην παροχή υπηρεσιών και δραστηριοτήτων οι οποίες εξυπηρετούν τα άτομα τα οποία επισκέπτονται το καζίνο» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>113</sup>.

Σκοπός αυτής της μορφής τουρισμού είναι καταρχήν το κέρδος και έπειτα η εκπλήρωση ειδικών επιθυμιών σαν την συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια και η εμπειρία της συμμετοχής σε μια ατμόσφαιρα πλούτου και καλής ζωής. Στην Ελλάδα, ο τουρισμός καζίνο έχει αναπτυχθεί συγχρόνως με το τουριστικό προϊόν σε περιοχές όπως η Ρόδος και η Χαλκιδική (Τσάρτας, 2001)<sup>114</sup>.

Σε επίπεδο υποδομών, τα καζίνο είναι σημαντικό να συνδυάζονται με τουριστικές υποδομές (ξενοδοχειακά καταλύματα, εστιατόρια κτλ), προκειμένου να αποτελέσουν κομμάτι του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, πρέπει να είναι πλήρως εξοπλισμένα και τεχνολογικά εξελιγμένα ώστε να λειτουργούν σωστά και να προσφέρουν υπηρεσίες

---

<sup>112</sup> Κοκκωσης, Χ., Τσαρτας, Π. and Γκριμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>113</sup> Κοκκωσης, Χ., Τσαρτας, Π. and Γκριμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>114</sup> Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Χαμάκος, Γ. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Θεματικός τουρισμός. ΕΤΑ ΑΕ.

που να άπτονται του πλαισίου του τουρισμού. Τέλος, πρέπει να υπάρχει καλό οδικό δίκτυο για να οδηγηθείς στο καζίνο, ειδικά όταν απευθύνεται σε εσωτερικό τουρισμό.

Τα συνηθισμένα καζίνο απευθύνονται σε πελάτες της ευρύτερης περιοχής, ενώ τα θέρετρα καζίνο σε επισκέπτες άλλων χωρών. Πρόκειται για πελάτες συνήθως άνω των σαράντα ετών μεσαίου ή υψηλού εισοδήματος. Στόχος των επισκεπτών είναι η διασκέδαση στην επιπρόσθετη επιλογή του καζίνο που τους παρέχεται. Το ποσό που πρέπει να δαπανήσουν αφορά το πακέτο που προσφέρεται (περιλαμβάνει συνήθως διατροφή και διαμονή, σε υψηλής κατηγορίας ξενοδοχείο), καθώς και τα χρήματα που θα χρησιμοποιηθούν παίζοντας στο καζίνο (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>115</sup>.

#### 3.8.6.2. Τουρισμός θεματικών πάρκων ή μουσείων

«Πρόκειται για πάρκα ή ειδικού τύπου μουσεία που έχουν ως σκοπό να ψυχαγωγήσουν τους ενδιαφερόμενους (συνήθως μεγάλες ομάδες με ομοειδή χαρακτηριστικά) και τα οποία συγκεντρώνουν πληθώρα στοιχείων, όπως αξιοθέατα και καταστήματα, σε ένα ενιαίο σύνολο. Ένα πάρκο ψυχαγωγίας ή ένα θεματικό μουσείο συνδέεται συνήθως με κάποια ειδικά χαρακτηριστικά σχετικά, για παράδειγμα με την παιδική ηλικία (πάρκα Ντίσνεϊ, Αστερίξ, Στρουμφ) ή με κάποιο ειδικό γεγονός ή παραγόμενο προϊόν (Μουσεία Αυτοκινήτου, Μουσεία εταιρειών παραγωγής ούισκι ή σοκολάτας)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>116</sup>.

Στοχεύουν στην κάλυψη επιθυμιών που έχουν σχέση με την μόρφωση, την εκπαίδευση, τον πολιτισμό, την επιστήμη και την ψυχαγωγία. Συνήθως την επιχειρηματική λειτουργία τους επωμίζεται το κράτος, τοπικοί φορείς και διάφορα δημόσια ιδρύματα. Θέτοντας συμβολική τιμή στο εισιτήριο, προσπαθούν να αναβαθμίσουν της δυνατότητες της περιοχής ούτως ώστε να προσελκύσουν το ενδιαφέρον άλλων επενδυτών.

Τα είδη των θεματικών πάρκων που υπάρχουν είναι: i) Ιστορικά πάρκα ii) Πάρκα διασκέδασης iii) Πάρκα σαφάρι iv) Άλλες μορφές πάρκων (Αποστολόπουλος &

<sup>115</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>116</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Σδράλη, 2009<sup>117</sup>, Baud-Bovy & Lawson, 1977<sup>118</sup>). Τα είδη των θεματικών μουσείων που υπάρχουν είναι: i) τα κλασσικά οργανωμένα μουσεία (χώροι για την προβολή εκθεμάτων) ii) μουσεία που σχεδιάστηκαν με εκμετάλλευση υφισταμένων χώρων όπως πχ νεοκλασσικά κτίρια. Αυτά διακρίνονται περαιτέρω ανάλογα με το αν χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες σε συντηρητικά ή στατικά μουσεία και σε διαδραστικά ή μοντέρνα μουσεία (Τσάρτας, 2001)<sup>119</sup>.

Αυτού του είδους ο τουρισμός αναπτύσσεται κυρίως της περιόδους εκτός αιχμής. Η πελατεία προέρχεται από ανθρώπους ηλικιακών ομάδων και ενδιαφερόντων αντίστοιχων του αντικειμένου. Σημαντικό ρόλο, ωστόσο, παίζει και ο πληθυσμός της ευρύτερης περιοχής που επισκέπτεται πιο συχνά τους χώρους αυτούς λόγω τις κοντινής απόστασης.

Από την άποψη των υποδομών, απαιτούνται να υπάρχουν οι αντίστοιχες τουριστικές και ειδικές τουριστικές υποδομές. Η απαιτούμενη ταξιδιωτική δαπάνη συμπεριλαμβάνει την τιμή του τουριστικού πακέτου (διαμονή, μεταφορά, διατροφή, λοιπές δραστηριότητες) που επιλέχθηκε, καθώς και η τιμή του εισιτηρίου.

#### 3.8.6.3. Τουρισμός γκολφ

«Ο τουρισμός γκολφ έχει ως ειδικό κίνητρο το γκολφ και τις δραστηριότητες που αυτό συνεπάγεται για τα άτομα τα οποία έχουν αυτό το χόμπυ. Συνδυάζεται συχνά με διαμονή σε οργανωμένα θέρετρα που διαθέτουν γήπεδα γκολφ» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>120</sup>.

Σκοπός του τουρισμού γκολφ είναι η συμμετοχή των επισκεπτών στο σπορ. Αναπτύσσεται κυρίως τις περιόδους εκτός αιχμής και χρειάζεται καλές καιρικές συνθήκες επειδή αυτό το άθλημα ασκείται σε ανοικτό χώρο. Στη χώρα μας, όλα τα μεγάλα συγκροτήματα ξενοδοχείων έχουν γήπεδα γκολφ, με την Κρήτη να κατέχει ιδιαίτερη θέση.

---

<sup>117</sup> Αποστολόπουλος, Κ. and Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ.

<sup>118</sup> Baud-Bovy, M. and Lawson, F. (1977). Tourism and recreation development. London: The Architectural Press.

<sup>119</sup> Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Χαμάκος, Γ. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Θεματικός τουρισμός. ΕΤΑ ΑΕ.

<sup>120</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Το προϊόν αυτό απευθύνεται σε μορφωμένους επισκέπτες, οικολογικά ευαίσθητους, οικονομικά ευκατάστατους με υψηλή κατά κεφαλήν δαπάνη που απαιτούν ποιότητα φιλοξενίας.

Σε επίπεδο υποδομών, το πώς είναι σχεδιασμένο το τοπίο είναι πολύ σημαντικό. Οι ερασιτέχνες ενδιαφέρονται για το φυσικό τοπίο (βουνά, λίμνες, θέα κτλ), ενώ οι επαγγελματίες για τα τεχνικά χαρακτηριστικά (χλοοτάπητας κτλ). Ωστόσο, είναι πολύ σημαντικό να υπάρχουν συνοδευτικές δραστηριότητες επιπέδου πολυτελείας σε όλα τα επίπεδα (ξενοδοχειακά καταλύματα, υπηρεσίες, εστιατόρια κτλ).

#### 3.8.6.4. Τουρισμός περιπέτειας

«Ο τουρισμός περιπέτειας έχει ως κίνητρα τις αθλητικές ή περιηγητικές δραστηριότητες οι οποίες συνδυάζουν την αναζήτηση συγκίνησης και συχνά περιέχουν κάποιο βαθμό κινδύνου σε ένα συνήθως απομακρυσμένο, ασυνήθιστο προορισμό της υπαίθρου (Fennell, 2001 , Dickinson,1996)<sup>121</sup>» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>122</sup>.

Σκοπός της μορφής αυτής είναι η συμμετοχή των τουριστών σε δραστηριότητες με υψηλό βαθμό δυσκολίας που λαμβάνουν χώρα στη φύση. Προκειμένου οι δραστηριότητες να μην θεωρηθούν ένα απλό σπορ, είναι απαραίτητη η ύπαρξη «κινδύνου» (Τσάρτας, 2001)<sup>123</sup>. Οργανώνεται από ειδικά πρακτορεία που είναι έμπειρα στη διοργάνωση αυτού του τύπου των δραστηριοτήτων και ικανά να επιλύσουν οποιοδήποτε πρόβλημα προκύψει στην πορεία.

Ο τουρισμός περιπέτειας μπορεί να χωριστεί σε δύο κατηγορίες (WWF Ελλάς, 2010 , Τσάρτας, 2001):

1. Η σκληρή ή ακραία περιπέτεια: απαιτεί εμπειρία και καλή φυσική και νοητική κατάσταση. Εμπεριέχει υψηλό βαθμό κινδύνου και χειρισμό δύσκολων καταστάσεων. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται δραστηριότητες όπως

---

<sup>121</sup> Dickinson, L. (1996). Safety in the Adventure Tourism industry: voluntary and regulatory approaches. Wellington: Ministry of Commerce - New Zealand.

<sup>122</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>123</sup> Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Χαμάκος, Γ. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Θεματικός τουρισμός. ΕΤΑ ΑΕ.



(Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>124</sup>: αναρρίχηση, διαδρομές με ποδήλατο βουνού ή ποδηλασία ανώμαλου δρόμου, κατάβαση απότομων βράχων, πέρασμα χαράδρας, καταδύσεις, ελεύθερη πτώση, πλεύση σε ποταμό με καγιάκ και άλλα.

2. Η ήπια περιπέτεια: δεν απαιτεί ιδιαίτερη εμπειρία και υπάρχει η δυνατότητα ξεκούρασης. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται δραστηριότητες όπως (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>125</sup>: πεζοπορία με διανυκτέρευση, πεζοπορία, ορειβασία, κάμπινγκ, καγιάκ ποταμού, εξερεύνηση σπηλαίων, διαδρομές με άλογα, χιονοδρομία, τοξοβολία, ιππασία και άλλα.

Οι δραστηριότητες αυτές ανάλογα με την φύση της περιπέτειας (λίμνη, ποτάμι, στέπα, φαράγγι κτλ) στο αντίστοιχο μέρος αναπτύσσονται. Σε επίπεδο υποδομών, απαιτείται πολυτέλεια σε τουριστικές ή μη υποδομές. Είναι επίσης σημαντικό, η πρόσβαση να είναι μελετημένη και έχοντας τα απαραίτητα οδικά σήματα ο προορισμός έναρξης της δραστηριότητας να είναι ομαλά προσεγγίσιμη. Στις προσφερόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνεται η άρτια εκπαίδευση του προσωπικού, και η άριστη ποιότητα του εξοπλισμού που ενδεχομένως χρησιμοποιείται. Είναι κρίσιμο να υπάρχουν κοντά σταθμοί πρώτων βοηθειών και νοσοκομεία με εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό ώστε να καλύπτονται τα θέματα προληπτικής και θεραπευτικής ιατρικής. Για κάθε περίπτωση ατυχήματος, βέβαια, πρέπει να διατίθεται ελικόπτερο ή άλλο μέσο για μεταφορά στις νοσοκομειακές μονάδες. Επιπλέον, οι διοργανωτές καλύπτουν τους επισκέπτες με ασφαλιστικά συμβόλαια (Τσάρτας, 2001)<sup>126</sup>.

Οι τουρίστες που παίρνουν μέρος στον τουρισμό περιπέτειας έχουν ένα μέσο όρο ηλικίας γύρω στα 32,5 έτη (Κουθούρης, 2009)<sup>127</sup>. Πρόκειται για οικονομικά ευκατάστατους κατοίκους μεγαλουπόλεων, κυρίως, που έτσι νιώθουν πως τελούν μία «απόδραση» από την καθημερινότητα και το στρες. Αυτού του είδους ο τουρισμός ασκείται όλο τον χρόνο και η διάρκεια που επιλέγεται είναι δύο με τρεις ημέρες, συνήθως τα σαββατοκύριακα. Είναι πολύ σημαντικό το ότι ο τουρισμός περιπέτειας

---

<sup>124</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>125</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>126</sup> Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Χαμάκος, Γ. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Θεματικός τουρισμός. ΕΤΑ ΑΕ.

<sup>127</sup> Κουθούρης, Χ. (2009). Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, ακραία αθλήματα: μανάτζμεντ υπηρεσιών, εκπαίδευση στελεχών. Θεσσαλονίκη: ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΙΔΗ.

στηρίζεται στον εσωτερικό τουρισμό καθώς έτσι αμβλύνεται το φαινόμενο της εποχικότητας.

#### 3.8.6.5. Μεγάλες διοργανώσεις / Mega events (αθλητικού και πολιτιστικού χαρακτήρα)

«Ως «mega events» ή «μεγάλα γεγονότα» χαρακτηρίζονται οι εκδηλώσεις εκείνες που διοργανώνονται και λαμβάνουν χώρα για μια μικρής διάρκειας χρονική περίοδο και μόνο για μία φορά μέσα σε ένα έτος (Erber, 2009). Πρόκειται, λοιπόν, για εκδηλώσεις, κυρίως, διεθνούς εμβέλειας, με συγκεκριμένο θεματικό χαρακτήρα (αθλητικού ή πολιτιστικού, συνήθως, περιεχομένου)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>128</sup>.

Ο σκοπός των «mega events» είναι το να μεταδώσουν αποτελεσματικά μηνύματα επικοινωνίας, δια της ενεργοποίησης του συμμετέχοντος ούτως ώστε να του ασκηθεί συναισθηματική επιρροή. Οι διοργανωτές αναλαμβάνουν να επιτύχουν μια ζωντανή εμπειρία βιωματικών κόσμων με την ολοκληρωμένη επικοινωνία, την ενεργή συμμετοχή και τον πολυαισθητηριακό ερεθισμό των συμμετεχόντων.

Τα «mega events» διεξάγονται όλο τον χρόνο (η εποχή επιλέγεται αναλόγως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους) διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες, τα πολιτιστικού και τα αθλητικού χαρακτήρα. Η διοργάνωσή τους περιλαμβάνει τρία στάδια: i) προ-event: ο πρόλογος του σεναρίου του «mega event», ο οποίος γίνεται με προσκλήσεις και ανακοινώσεις, ii) κυρίως-event: η τελική συναρπαστική και ολοκληρωμένη δομή, στηριγμένη σε ένα διαρκές μοτίβο και iii) μετά-event: με ακόλουθες δραστηριότητες που στην ουσία μιμούνται το event.

Η ομάδα – στόχος ενδέχεται να είναι εσωτερικές και εξωτερικές υπηρεσίες, ιδιοκτήτες, προμηθευτές, έμποροι/franchisers, διαμορφωτές κοινής γνώμης, τύπος / ΜΜΕ, κοινό και σε άλλους. Αυτός ο τύπος τουρισμού προκειμένου να πετύχει τον στόχο του πρέπει το κοινό να είναι ομοιογενές σε συμπεριφορά, προτιμήσεις κτλ. Ουσιαστικά, επενδύει στην τμηματοποίηση του κοινού, επιλέγοντάς το έτσι, ώστε να διαμορφωθούν δύο ομάδες - στόχοι: το κοινό του event που έχει κοινά ενδιαφέροντα και συμμετέχει με την φυσική του παρουσία, και η ομάδα lifestyle με την οποία το

---

<sup>128</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

κοινό του event ταυτίζεται, αλλά δεν απαιτείται η φυσική της παρουσία (Erber, 2009).

Στο κόστος του ταξιδιού περιλαμβάνεται το κόστος του τουριστικού πακέτου (διαμονή, διατροφή, μεταφορά και δραστηριότητες) και κάθε στοιχείο της σκηνοθεσίας (τοποθεσία, τεχνική, κατασκευή, catering, πρόγραμμα με την έννοια των καλλιτεχνών και των μουσικών, ασφάλεια, προσωπικό κτλ) (Erber, 2009).

Σε επίπεδο υποδομών, χρειάζονται υποδομές αθλητικού ή πολιτιστικού τύπου που να έχουν την δυνατότητα να φιλοξενήσουν, σε κάποια επαναλαμβανόμενη χρονική βάση, δραστηριότητες στις οποίες θα συμμετέχουν μεγάλα πλήθη επισκεπτών. Το ίδιο σημαντικό είναι και ο εξοπλισμός που θα υποστηρίξει ποιοτικά και τεχνολογικά τις δραστηριότητες αυτές.

Σε επίπεδο υπηρεσιών, ιδιαίτερο ρόλο έχει το εξειδικευμένο προσωπικό που πληροφορεί το κοινό πριν μετά και κατά την διάρκεια διεξαγωγής της εκδήλωσης. Επίσης, η πώληση προϊόντων (αναμνηστικά ρούχα, cd, αξεσουάρ κτλ) έχουν αποδειχτεί ιδιαίτερος κερδοφόρα δραστηριότητα. Τέλος, ουσιαστική παράμετρο για την προσέλκυση των επισκεπτών είναι το να υπάρχουν δραστηριότητες στην ευρύτερη περιοχή που να πλαισιώνουν την κεντρική εκδήλωση καθώς αυτοί παραμένουν αρκετές μέρες.

### **3.8.7. Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχα κίνητρα τον παραθερισμό, το οργανωμένο real estate εξογικών κατοικιών και τη χρονομεριστική μίσθωση (timesharing)**

«Η ομάδα προϊόντων με βάση τα κίνητρα του παραθερισμού βασίζεται κυρίως στην χρήση διαφορετικών τύπων υποδομών δεύτερης κατοικίας σε διαφορετικές εποχές και χρονικά διαστήματα στη διάρκεια του έτους, καθώς και στο θεσμό της χρονομεριστικής μίσθωσης (timesharing), στη βάση της οποίας έχουν διαμορφωθεί και νέα προϊόντα όπως τα Fractionals, τα Private Residence Clubs (PRC), τα Destination Clubs και τα Condo (minium) Hotels. Στόχος είναι η εφαρμογή ευέλικτων συστημάτων διαχείρισης στους διαφορετικούς τύπους αυτών των προϊόντων, τα οποία παρέχουν στους ενδιαφερόμενους αγοραστές δικαιώματα τα

οποία ποικίλουν (από την μακροχρόνια μίσθωση έως την πλήρη κυριότητα)» (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>129</sup>.

Οι υπο-ομάδες προϊόντων που εντάσσονται σε αυτή την ομάδα είναι οι εξής: i) ο παραθερισμός σε εξοχικές κατοικίες ιδιαίτερα από κατοίκους αστικών κέντρων, ii) το οργανωμένο real-estate σε περιοχές με περιβαλλοντικό, πολιτιστικό και τουριστικό ενδιαφέρον και iii) η χρονομεριστική μίσθωση. Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί μια SWOT ανάλυση της ομάδας και έπειτα θα εξεταστούν ξεχωριστά οι μορφές που ανήκουν σε αυτή (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011)<sup>130</sup>.

**Δυνατά σημεία:** Διατίθεται εξειδικευμένο νομικό πλαίσιο που διασφαλίζει την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον και από το εσωτερικό και από το εξωτερικό για τα προϊόντα αυτά. Η ζήτηση προέρχεται από ανθρώπους ποικίλων οικονομικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών.

**Αδύνατα σημεία:** Υποβάθμιση μερικών πόρων λόγω του μαζικού τουρισμού. Η υπερτίμηση της αγοράς ακινήτων έχει αντίκτυπο στις τιμές της παραθεριστικής κατοικίας.

**Ευκαιρίες:** Υπάρχει δυνατότητα αξιοποίησης της διεθνούς εμπειρίας. Επικέντρωση του αναπτυξιακού προφίλ προς πιο βιώσιμες κατευθύνσεις σε περιοχές με τουριστική και παραθεριστική ανάπτυξη.

**Απειλές:** Δημιουργούνται κερδοσκοπικές τάσεις στη γη. Κακή ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών, λόγω έλλειψης σωστής οργάνωσης και διαχείρισης.

#### 3.8.7.1. Παραθερισμός

Ο παραθερισμός είναι εκείνη η μορφή τουρισμού στην οποία ο ενδιαφερόμενος τουρίστας αγοράζει, ενοικιάζει ή χρησιμοποιεί εξοχική κατοικία την οποία δύναται να λειτουργήσει οποιαδήποτε στιγμή επιθυμήσει. Η επιλογή της τοποθεσίας στην οποία θα βρίσκεται η εξοχική κατοικία γίνεται με κριτήρια την εύκολη πρόσβαση, την ταχύτητα, την καταγωγή και γενικότερα το περιβάλλον. Είναι

---

<sup>129</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

<sup>130</sup> Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

χαρακτηριστικό ότι ο κάτοχος της κατοικίας κάνει χρήση της αυτόνομα, σταθερά και επαναλαμβανόμενα.

Σε επίπεδο υποδομών, παρουσιάζονται διαφορές ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης των περιοχών. Σε επίπεδο υπηρεσιών, οι παραθεριστικές περιοχές συνήθως διαθέτουν χαρακτηριστικά τουριστικών περιοχών, άρα και τις αντίστοιχες υπηρεσίες. Από άποψη τοποθεσίας πρόκειται συχνά για παραθαλάσσιες ή ορεινές περιοχές με καλό κλίμα και φυσικό περιβάλλον. Ωστόσο, η επιλογή της κατοικίας αλλά και της περιοχής διαφέρει ανάλογα με την οικονομική δυνατότητα του ενδιαφερόμενου.

Η ζήτηση αυτής της μορφής τουρισμού προέρχεται κυρίως από την εγχώρια αγορά, αν και σε μερικές χώρες (Ελλάδα, Ιταλία, Γαλλία και άλλες) υπάρχει ζήτηση και από αλλοδαπούς.

#### 3.8.7.2. Οργανωμένο real estate εξοχικών κατοικιών

Το οργανωμένο real estate εξοχικών κατοικιών πρόκειται για εκείνη την μορφή τουρισμού όπου ο ενδιαφερόμενος προτιμά να αγοράζει (και λιγότερο να νοικιάζει) μια παραθεριστική κατοικία από ένα συγκρότημα τέτοιων κατοικιών. Το συγκρότημα αυτό έχει κατασκευαστεί με σκοπό την πώληση των επιμέρους κατοικιών από εταιρείες real estate με ίδια αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά και κοινές υποδομές – παροχές όπως πισίνα, πάρκινγκ, εστιατόρια, παιδική χαρά.

Η οργάνωση και διαχείριση των συγκροτημάτων αυτών γίνεται από τις ίδιες τις real estate εταιρείες που τα κατασκεύασαν, είτε από εξειδικευμένες διαχειριστικές εταιρείες, είτε από το προσωπικό που οι ιδιοκτήτες επιλέγουν και προσλαμβάνουν.

Σε επίπεδο υποδομών, το real estate αναπτύσσεται σε τουριστικά ανεπτυγμένα μέρη τα οποία διαθέτουν ήδη εύκολη προσβασιμότητα, καθώς και πολύ καλές υποδομές και υπηρεσίες. Η τοποθεσία των εγκαταστάσεων και η ποιότητά τους είναι πολύ καλές καθώς το προϊόν απευθύνεται σε υψηλού εισοδηματικού επιπέδου πληθυσμό. Το υψηλό οικονομικό επίπεδο δίνει σε αυτά τα προϊόντα χαρακτήρα επένδυσης για αλλοδαπούς και ημεδαπούς.

### 3.8.7.3. Χρονομεριστική μίσθωση (timesharing)

Η χρονομεριστική μίσθωση είναι η περίπτωση εκείνη που ο ενδιαφερόμενος αγοράζει (με τη νομική έννοια ενοικιάζει) την χρήση για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (συνηθίζεται για μία ή δύο εβδομάδες) ένα δωμάτιο ή διαμέρισμα ενός τουριστικού συγκροτήματος. Ο επισκέπτης έχει το δικαίωμα είτε να το χρησιμοποιήσει το συγκεκριμένο διάστημα, είτε να το «ανταλλάξει» με αντίστοιχα καταλύματα σε διαφορετική τουριστική περιοχή. Αυτά τα τουριστικά προϊόντα τα διαχειρίζονται εξειδικευμένες τουριστικές και ξενοδοχειακές εταιρείες όπως οι Marriot, Hilton, Disney, Four Season και άλλες.

Το προϊόν απευθύνεται σε τουρίστες μέσω οικονομικών δυνατοτήτων που προγραμματίζουν και οργανώνουν χωρίς τις διακοπές τους.

Το κόστος για την αγορά ενός χρονομεριδίου είναι περίπου στα 1000 ευρώ και το ετήσιο κόστος συντήρησης περίπου στα 300 ευρώ. Τα καταλύματα είναι κορυφαίας κατηγορίας ή πολυτελείας και συμπεριλαμβάνεται διατροφή και μεταφορά. Τέλος, ο πελάτης επιλέγει τις δραστηριότητες που τον ενδιαφέρουν.

## Κεφάλαιο 4: Σχεδιασμός και μεθοδολογία έρευνας

### 4.1. Σκοπός της έρευνας

Μέσω της παρούσης έρευνας επιχειρείται να αναγνωρισθούν εκείνοι οι παράγοντες οι οποίοι οδηγούν στη επιτυχημένη εφαρμογή των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού στις υπό εξέταση περιπτώσεις. Ουσιαστικά θα αναζητηθεί ο τρόπος με τον οποίο τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα μιας περιοχής αποτέλεσαν επενδυτική ευκαιρία στα πλαίσια μιας βιώσιμης και αειφόρας τουριστικής ανάπτυξης.

### 4.2. Μελέτη περιπτώσεων

#### 4.2.1. Η περίπτωση της COSTA NAVARINO στην Μεσσηνία

##### Ιστορία της TEMES

Η ιστορία της Costa Navarino ξεκινάει από τον καπετάν Βασίλη Κωνσταντακόπουλο, ο οποίος γεννήθηκε στο Διαβολίτσι Μεσσηνίας. Σε ηλικία 18 χρονών άρχισε την καριέρα του στη ναυτιλία και 21 χρόνια μετά αγόρασε το πρώτο του εμπορικό πλοίο καταφέροντας να δημιουργήσει μία εταιρεία, την Costamare Shippig Company που σήμερα κατέχει ηγετικό ρόλο στον κόσμο των εμπορευματοφόρων πλοίων. Ο ίδιος έχοντας έντονη οικολογική συνείδηση αλλά και μεγάλη αγάπη για την πατρίδα του ξεκίνησε να αγοράζει γη στην Μεσσηνία και να οραματίζεται την ανάπτυξη της με την διατήρηση της οικολογικής και παραδοσιακής ταυτότητας της. Έτσι ίδρυσε την TEMES που αποτελεί τον φορέα υλοποίησης της Costa Navarino ([www.costanavarino.com](http://www.costanavarino.com))<sup>131</sup>.

##### Η θέση του Costa Navarino στην τουριστική αγορά

Η TEMES υλοποιώντας το όραμα του ιδρυτή της, του καπετάν Βασίλη Κωνσταντακόπουλου πραγματοποίησε μία από τις μεγαλύτερες επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού στην Μεσόγειο. Η Costa Navarino είναι μια τουριστική επιχείρηση που εδρεύει στην Μεσσηνία και αποτελείται από ένα σύμπλεγμα με ξενοδοχειακές μονάδες, θερινά καταλύματα, δωμάτια και σουίτες, τα οποία

---

<sup>131</sup> Costa Navarino. (2017). Luxury Holidays in Greece | Costa Navarino Greece. [online] Available at: <https://www.costanavarino.com/> [Accessed 18 Oct. 2017].

βρίσκονται εντός μιας μεγάλης έκτασης. Βασισμένη σε ισχυρά οικονομικά θεμέλια, η επιχείρηση στο μέλλον θα συμπεριλαμβάνει πέντε περιοχές αναψυχής με ξενοδοχεία πέντε αστέρων, ποιοτικές εγκαταστάσεις και τουλάχιστον τέσσερα παγκοσμίας κλάσεως γήπεδα γκολφ. Μέχρι στιγμής η Costa Navarino έχει αναπτύξει σε δύο διαφορετικά παραθαλάσσια τοπία το «Navarino Dunes» και το «Navarino Bay». Σκοπός της εταιρείας είναι η παροχή ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών πολύ υψηλών προδιαγραφών. Η φιλοσοφία της καθοδηγείται από την επιθυμία να διαφημίσει την Μεσσηνία διεθνώς, ενώ συγχρόνως θα προστατεύει και θα αναδεικνύει την φυσική της ομορφιά και την κληρονομιά της. Στην ευρύτερη περιοχή παράγει σημαντικό έργο καθώς έχει προσφέρει λάμψη σε όλη την Μεσσηνία καθώς έχει εγγραφεί στον χάρτη σαν ένα από τα καλύτερα resorts στην Ευρώπη. Συγχρόνως προσφέρει δουλειά και εκπαίδευση σε πολλούς ανθρώπους, αφού το 75% των ατόμων που προσλαμβάνονται είναι νέοι από την περιοχή, ενώ παράλληλα προσφέρει σημαντική βοήθεια στο Σχολείο Τουρισμού της Καλαμάτας. Αξίζει να αναφερθεί ότι το 60% των προμηθειών που χρησιμοποιούνται από την Costa Navarino παρέχονται από τοπικούς παραγωγούς και επιχειρήσεις ([www.costanavarino.com](http://www.costanavarino.com))<sup>132</sup>.

#### *Η Costa Navarino ως επένδυση εναλλακτικού τουρισμού:*

Ουσιαστικά η Costa Navarino έχει την δυνατότητα να υποστηρίξει πολλές μορφές τουρισμού λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του φυσικού περιβάλλοντος της περιοχής, αλλά και των εγκαταστάσεων της εταιρείας.

ι) Με την μορφή του οικοτουρισμού: Το μοντέλο του εναλλακτικού τουρισμού στηρίζεται στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης. Το μοντέλο της Costa Navarino στηρίζεται επίσης στην βιώσιμη ανάπτυξη. Η εταιρεία επιθυμεί την διαφήμιση και προώθηση της Μεσσηνίας προστατεύοντας και αναδεικνύοντας το φυσικό της περιβάλλον και την κληρονομιά της. Η Costa Navarino είναι ένας από τους κυριάρχους βιώσιμους προορισμούς της Μεσογείου και βρίσκεται στην Μεσσηνία ανάμεσα σε ένα από τα πιο παρθένα και εκπληκτικά παραθαλάσσια τοπία. Το βουνό Ταΰγετος, η λιμνοθάλασσα της Γιάλοβας και ο κόλπος της Κυπαρισσίας αποτελούν μοναδική πηγή χλωρίδας και πανίδας και αποτελούν θέλγητρα για τους επισκέπτες που έχουν κίνητρα σχετικά με τον οικοτουρισμό, καθώς έχουν την ευκαιρία να

---

<sup>132</sup> Costa Navarino. (2017). Luxury Holidays in Greece | Costa Navarino Greece. [online] Available at: <https://www.costanavarino.com/> [Accessed 18 Oct. 2017].



παρατηρήσουν το παρθένο φυσικό περιβάλλον. Η Costa Navarino συμμορφώνεται πλήρως με αυστηρές περιβαλλοντικές οδηγίες προστασίας και αρχές διαχείρισης, αναγνωρίζοντας την σημαντική συνεισφορά του πρωτόγονου φυσικού περιβάλλοντος στην διαμόρφωση ενός βιώσιμου τουριστικού προϊόντος. Αξίζει να σημειωθεί ότι η TEMES έχει αναπτύξει αρκετά περιβαλλοντικά προγράμματα σε συνεργασία με το πανεπιστήμιο της Στοκχόλμης, την Ακαδημία Αθηνών και περιβαλλοντικές ΜΚΟ.

ii) Με την μορφή του τουρισμού γκολφ: Στην προσπάθειά του να επιβεβαιώσει το υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών που παρέχει αλλά και να εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν που προσφέρει η Costa Navarino διαθέτει ήδη δύο πολυβραβευμένα γήπεδα (ενδεικτικά αναφέρονται τα βραβεία «European Golf Resort of the Year 2017» «Best Newcomers» το 2014 και «Best Service» το 2015) γκολφ. Το πρώτο εδρεύει στην εγκατάσταση «Navarino Dunes» και ονομάζεται «The Dunes Course». Το δεύτερο εδρεύει στην εγκατάσταση «Navarino Bay» και ονομάζεται «Bay Course». Όπως αναφέρει ο Διευθύνων Σύμβουλος και Αντιπρόεδρος της TEMES AE – Costa Navarino «η τοποθεσία, ο σχεδιασμός των γηπέδων γκολφ και οι κλιματολογικές συνθήκες καθιστούν την Costa Navarino έναν κορυφαίο προορισμό για τους λάτρεις του γκολφ.» ([www.naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr))<sup>133</sup>. Αξίζει να αναφερθεί ότι επίσης στα γήπεδα της Costa Navarino διοργανώνονται διεθνείς εκδηλώσεις γκολφ κατά την διάρκεια των εποχών εκτός αιχμής.

ii) Με την μορφή του τουρισμού ευεξίας: Στο περιβάλλον που εκ φύσεως διαθέτει η περιοχή, η Costa Navarino επέλεξε να επενδύσει διαμορφώνοντας τις απαραίτητες συνθήκες ώστε να δημιουργήσει το κατάλληλο κίνητρο στους επισκέπτες που ενδιαφέρονται για τον τουρισμό ευεξίας. Συγκεκριμένα στο «Navarino Dunes» έχει τεθεί σε λειτουργία το «Anazoe Spa». Πρόκειται για έναν χώρο συνολικής έκτασης 4000 τετραγωνικών μέτρων, όπου οι πλέον εξελιγμένες μέθοδοι αισθητικής, συνδυάζονται αρμονικά με θεραπείες από την Αρχαία Ελλάδα, χρησιμοποιώντας αναζωογονητικά συστατικά της Μεσσηνιακής φύσης, καθώς και επιλεγμένα αρωματικά βότανα και ιάματα. Το αποτέλεσμα είναι μία ολοκληρωμένη εμπειρία αναζωογόνησης που ηρεμεί το πνεύμα και αναδομεί το σώμα.

---

<sup>133</sup> [Naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr). (2017). Καλύτερο golf resort στην Ευρώπη ανακηρύχτηκε η Costa Navarino. [online] Available at: <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1173211/kalutero-golf-resort-stin-europi-anakiruxtike-i-costa-navarino> [Accessed 18 Oct. 2017].

iv) Με την μορφή του συνεδριακού τουρισμού: Η Costa Navarino παρέχει τη δυνατότητα διεξαγωγής συνεδρίων στο χώρο της. Συγκεκριμένα διαθέτει σύγχρονες εγκαταστάσεις, χωρητικότητας μέχρι 1600 άτομα. Ακόμη διατίθενται 26 αίθουσες συναντήσεων, οπτικοακουστικός εξοπλισμός και τεχνικοί, πλήρως εξοπλισμένο business center και καμπίνες διερμηνείας. Τον άρτια διαμορφωμένο χώρο πλαισιώνει ιδανικά η υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση.

v) Διοργάνωση άλλων event με άξονα τον πολιτισμό και τον αθλητισμό σε περιόδους εκτός αιχμής. Ενδεικτικά αναφέρεται το Navarino Challenge, όπου διάφορες αθλητικές δραστηριότητες λαμβάνουν χώρα στη Μεσσηνία και συμμετέχουν άνθρωποι όλων των ηλικιών. Πρόκειται για ένα μη ανταγωνιστικό event στο οποίο δίνεται έμφαση στα πλεονεκτήματα της υγιεινής ζωής, στην άσκηση και στην Μεσογειακή διατροφή.

#### SWOT Ανάλυση της Costa Navarino ως επένδυση εναλλακτικών μορφών τουρισμού

##### **Δυνατά σημεία**

- Το ιδανικό φυσικό περιβάλλον, όπου εναλλάσσεται το παράκτιο με το ορεινό τοπίο, με ποικιλία φυσικών οικοσυστημάτων και ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού.
- Η ισχυρή ιστορική, αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής.
- Η ύπαρξη φυσικού περιβάλλοντος με σημαντική βιοποικιλότητα, πλήρους προστατευμένου από τους διεθνείς κανόνες.
- Ευνοϊκές καιρικές συνθήκες για την ανάπτυξη τουρισμού ετήσιας διάρκειας.
- Οι σύγχρονες πολυτελείς εγκαταστάσεις (ξενοδοχεία 5 αστέρων, γήπεδα γκολφ, χώροι ΣΠΑ, χώροι συνεδρίων κτλ).
- Υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.
- Η χρήση προϊόντων παραγωγής της περιοχής (ελαιόλαδο, σύκα κτλ).
- Υποδομές μεταφοράς (αεροδρόμιο, σύνδεση με Αθήνα μέσω του νέου αυτοκινητόδρομου).
- Ισχυρή σύνδεση με την τοπική κοινωνία.

- Ισχυρό brand name στην τουριστική αγορά με πολλές βραβεύσεις σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο.

### **Αδύνατα σημεία**

- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού.
- Έλλειψη ικανοποιητικού δικτύου για εύκολη προσβασιμότητα και δικτύωση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
- Ανεπαρκείς μεταφορικές υποδομές.
- Ανεπαρκής συντήρηση και αξιοποίηση χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.
- Προβληματική λειτουργία των υποδομών υγείας.

### **Ευκαιρίες**

- Η παραγωγή εξειδικευμένου προσωπικού, μέσω του Σχολείου Τουρισμού Καλαμάτας.
- Η πολύ δυνατές επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού.
- Η δημιουργία περισσότερων χώρων αναψυχής στην ευρύτερη έκταση που ανήκει στην Costa Navarino (2 γήπεδα γκολφ και 3 ξενοδοχεία)
- Δημιουργία υψηλής ποιότητας ακινήτων προς πώληση.
- Η ισχυροποίηση των υφιστάμενων εκδηλώσεων και η περαιτέρω ανάπτυξη τους.
- Η αναμενόμενη άνοδος του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

### **Απειλές**

- Χαμηλός βαθμός προστασίας – συντήρησης του αρχαιολογικού πλούτου, με κίνδυνο καταστροφής τμήματος της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής.
- Υψηλός ανταγωνισμός με σημαντικούς ευρωπαϊκούς και διεθνείς προορισμούς.

- Αδυναμία περαιτέρω αποτελεσματικής προβολής της περιοχής λόγω έλλειψης συντονισμού κρατικών φορέων και ιδιωτών.
- Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος – διαρκής έλεγχος σε θέματα οικολογικής συνείδησης και κανόνων προστασίας περιβάλλοντος.

#### Συμπεράσματα περίπτωσης Costa Navarino

Πρόκειται για μια πολυτελή επένδυση η οποία αξιοποιώντας και προβάλλοντας το φυσικό περιβάλλον της περιοχής σε συνδυασμό με τις υψηλής ποιότητας εγκαταστάσεις που διαθέτει, είναι ικανή να υποστηρίξει διάφορες ειδικές μορφές τουρισμού. Στα πλαίσια του εναλλακτικού τουρισμού αναγκαία είναι η αρμονική του συνύπαρξη με την τοπική κοινωνία. Το Costa Navarino έχει εναρμονιστεί πλήρως με τις ανάγκες της κοινωνίας, παράγει εκπαιδευτικό έργο, προσφέρει απασχόληση, προστατεύει και αναδεικνύει το περιβάλλον και δημιουργεί σημαντική αξία στην περιοχή. Οι βασικές μορφές που αναπτύσσει είναι ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός γκολφ, ο τουρισμός ευεξίας και ο συνεδριακός τουρισμός. Παρατηρώντας τα χαρακτηριστικά αυτών των ειδικών μορφών τουρισμού, όπως αυτά αναλύθηκαν στην προηγούμενη ενότητα, παρατηρούμε ότι κοινό χαρακτηριστικό των τριών από τις τέσσερις είναι ότι η αγορά στην οποία στοχεύουν είναι οι τουρίστες που είναι συνήθως μορφωμένοι, με οικολογική συνείδηση, οικονομικά ευκατάστατους με υψηλή κατά κεφαλήν δαπάνη. Τέλος η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, καθώς και των διάφορων εκδηλώσεων πετυχαίνουν την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ελαχιστοποίηση της εποχικότητας της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος. Στην Ελλάδα της κρίσης μια τέτοια επένδυση κατάφερε να αναδείξει την Μεσσηνία σε παγκόσμιο τουριστικό προορισμό.

#### **4.2.2. Η περίπτωση του Οινοτουρισμού στη Σαντορίνη**

##### Το νησί της Σαντορίνης

Η Σαντορίνη ή αλλιώς Θήρα εκτείνεται στο νότιο τμήμα των Κυκλάδων στο Αιγαίο πέλαγος. Έχει έκταση 76 τετραγωνικά χιλιόμετρα και το μήκος των ακτών της είναι 69 χιλιόμετρα. Μέχρι το 1700 πΧ, πριν την έκρηξη του πασίγνωστου ηφαιστείου της, ονομαζόταν «Στρογγύλη» λόγω του σχήματός της. Αποτελεί σύμπλεγμα των νησιών (υπολείμματα του προϊστορικού στρογγυλού νησιού) Θήρα,

Θηρασιά, Ασπρονήσι και των ηφαιστειών Παλιά και Νέα Καμένη. Βρίσκονται μέσα σε μια βαθιά λεβιτοειδή θαλασσινή λεκάνη η οποία ονομάζεται Καλντέρα. Η Καλντέρα και ολόκληρο το σύμπλεγμα των νησιών της Σαντορίνης, έχουν χαρακτηριστεί ως ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, ενώ ο οικισμός της Οίας έχει ονομαστεί «παραδοσιακός οικισμός». Πρόκειται για ένα νησί με παράδοση στην γεωργία και παραγωγή προϊόντων όπως ντομάτα, φάβα, τα δημητριακά και εκλεκτές ποικιλίες κρασιού.

#### Τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν στο νησί εξαιτίας του μαζικού τουρισμού

Το νησί της Σαντορίνης δεν έχει μεγάλο μέγεθος και η τουριστική δραστηριότητα της έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της αξίας της γης και των κτιριακών υποδομών. Έτσι εκδηλώθηκε μια υπέρμετρη δόμηση για την επέκταση των υπαρχόντων οικισμών ή την δημιουργία νέων οικισμών στα σημεία που πριν υπήρχαν καλλιέργειες, ούτως ώστε να μειώνονται σημαντικά οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις. Η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη και η επακόλουθη αύξηση της απασχόλησης στον τουριστικό κλάδο, οδήγησε σε μείωση της γεωργικής δραστηριότητας. Η άναρχη υπερβολική τουριστική και κατασκευαστική ανάπτυξη βλάπτουν την φυσική ομορφιά της Σαντορίνης. Η κατάχρηση των υδάτινων πόρων, οι μεγαλύτερες ενεργειακές απαιτήσεις, η φθορά των παραλιών, η μεγάλη παραγωγή και επεξεργασία αποβλήτων, καθώς και η μόλυνση του αέρα εξαιτίας των διαρκών αεροπορικών δρομολογίων είναι μερικές από τις συνέπειες της αλόγιστης τουριστικής δραστηριότητας.

#### Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως λύση στα προβλήματα του νησιού

Η ανάπτυξη και βελτίωση υποδομών σχετικών με την υγεία, την υδροδότηση, τα λύματα, τα απόβλητα και τις εναλλακτικές πηγές ενέργειας, όπως και προτάσεις σχετικά με δημιουργία μονάδας αφαλάτωσης του θαλασσινού νερού είναι αναγκαία και χρήσιμα. Όσον αφορά στο καθεαυτό κομμάτι του τουρισμού η εφαρμογή εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού, με γνώμονα την Τουριστική Φέρουσα Ικανότητα του νησιού, καθίσταται αναγκαία. Σκοπός της θα είναι το να τεθεί η βάση εκείνη που θα ενισχύσει την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού και που θα συμβάλλει στην αειφορία των φυσικών και ανθρωπογενών γνωρισμάτων του περιβάλλοντος, ώστε να μπορέσουν οι επόμενες γενιές να απολαύσουν την ιδιαίτερη ομορφιά του. Ήδη η Σαντορίνη είναι ο κορυφαίος προορισμός ποιοτικού τουρισμού, ενώ τελευταία προσελκύει επισκέπτες γαμήλιου τουρισμού (οι Αμερικάνοι δείχνουν ιδιαίτερο

ενδιαφέρον για αυτό). Ωστόσο υπάρχουν οι δυνατότητες να αναπτυχθούν ήπιες και βιώσιμες τουριστικές δραστηριότητες όπως είναι ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οινικός τουρισμός, ο γαστρονομικός και άλλοι. Στην παρούσα μελέτη γίνεται επιλογή και παρουσίαση του οινικού τουρισμού ή οινοτουρισμού.

Ο οινοτουρισμός στη Σαντορίνη (Winesurveyor, 2017)<sup>134</sup>

#### □ Ιστορία της Σαντορίνης στην αμπελουργία

Η Σαντορίνη διαθέτει μία μακράιωνη ιστορία στην αμπελουργία και την παραγωγή κρασιού. Υπάρχουν στο νησί ευρήματα, όπως κάρβουνα από αμπελόξυλο και σπόροι σταφυλιών που χρονολογούνται στο 1700 π.Χ. Επίσης πρόσφατα έγινε η ανακάλυψη ενός πατητηριού μαζί με το δοχείο εναπόθεσης του μούστου, ενώ διάφορα ειδικά πιθάρια και αμφορείς που χρησιμοποιούνταν για την μεταφορά του έχουν έρθει στο φως από την αρχαιολογική σκαπάνη.

#### □ Οι οίνοι της Σαντορίνης

Το έδαφος της Σαντορίνης είναι πολύ δύσκολο για την καλλιέργεια αμπελιών. Η βροχή είναι σπάνια, η υγρασία της ατμόσφαιρας και της γης είναι ελάχιστη, ενώ στην περιοχή πνέουν ισχυροί άνεμοι και η θερμοκρασία είναι υψηλή. Ωστόσο πιθανότατα χάρις σε αυτές τις δυσκολίες τα τοπικά κρασιά είναι υψηλής ποιότητας και πολυβραβευμένα. Διαθέτουν περίπλοκο άρωμα και η γεύση τους συνδυάζει τα καλύτερα στοιχεία της οξύτητας και της αίσθησης του αλκοόλ. Είναι ποιοτικοί οίνοι με έντονο χαρακτήρα και πυκνότητα. Οι ποικιλίες των σταφυλιών που απαντώνται στο νησί είναι εκπληκτικές και περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων λιγότερων φημισμένων, το Ασύρτικο, το Μαυροτράγανο, το Νυχτέρι, το Αϊδάνη και το Αθήρι. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι λευκοί οίνοι ΠΟΠ Σαντορίνη με τις εκδοχές τους Νυχτέρι και Vinsanto είναι παγκοσμίας κλάσεως. Η γη της Σαντορίνης προσδίδει στα κρασιά που παράγει έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα που ξεπερνάει αυτόν της ποικιλίας. Αποτελούν ιδανικά κρασιά φαγητού καθώς εστιάζουν περισσότερο στην δομή τους στο στόμα και λιγότερο στην αρωματικότητά τους. Το βασικό μειονέκτημα τους είναι ότι παράγονται σε ένα νησί σπάνιας ομορφιάς με μεγάλη τουριστική ανάπτυξη, η οποία έχει οδηγήσει σε ανεξέλεγκτη δόμηση που πιέζει και μειώνει την αμπελουργική

<sup>134</sup> Οινικές εξερευνήσεις. (2017). Ασύρτικο - Οινοτουρισμός στη Σαντορίνη - Wines & Wine Tours in Santorini. [online] Available at: <https://winesurveyor.weebly.com/tour1805-3.html> [Accessed 22 Oct. 2017].

ζώνη του νησιού. Έτσι μερικές λάθος αποφάσεις απειλούν να καταστήσουν αυτό το πολιτιστικό στοιχείο μία ανάμνηση του παρελθόντος.

- Οι αμπελώνες της Σαντορίνης και οι οινοτουριστικές μονάδες

Οι αμπελοκαλλιέργειες της Σαντορίνης καλύπτουν μια έκταση περίπου 14000 στρεμμάτων και αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ομορφιάς του νησιού. Τα αμπέλια της Σαντορίνης έχουν δικές τους ρίζες και δεν χρειάστηκε να μπολιαστούν με αμερικάνικους βλαστούς, αφού το ηφαιστειογενές έδαφος δεν επέτρεψε στο έντομο φυλλοξήρα να αναπτυχθεί στο νησί. Οι παραγωγοί δίνουν στα αμπέλια το σχήμα του καλαθιού. Πρόκειται για την «κουλούρα της Σαντορίνης», είναι μια μοναδική στον κόσμο τεχνοτροπία κλαδέματος των αμπελιών, έτσι ώστε τα σταφύλια να βρίσκονται εντός του καλαθιού και να προστατεύονται από τον ήλιο και τον αέρα. Επίσης τα σταφύλια έτσι απορροφούν την ελάχιστη, πλην όμως πολύ σημαντική, υγρασία που αναδίδει το έδαφος. Ο αμπελώνας της Σαντορίνης έχει αποκτήσει brand name καθώς οι παραγωγοί αντιμετωπίζοντας τις αντίξοες καιρικές συνθήκες, παράγουν υψηλής ποιότητα οίνο ο οποίος βραβεύεται διαρκώς σε διεθνές επίπεδο.

Οι παραγωγοί, έχοντας κατανοήσει ότι οι μονάδες παραγωγής έχουν και τουριστικό ενδιαφέρον, ανέπτυξαν δράσεις που σχετίζονται με τον οινοτουρισμό με αποτέλεσμα ο οινοτουρισμός στη Σαντορίνη να αποτελεί κομμάτι του τουριστικού πακέτου. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την δημιουργία αξιόλογων επισκέψιμων τουριστικών μονάδων. Ενδεικτικά αναφέρονται οι:

- Artemis Karamolegos Winery: Το οινοποιείο Αρτέμη Καραμολέγκου και το εστιατόριο Άρωμα Αυλής που βρίσκονται στην Έξω Γωνιά Σαντορίνης.
- Domaine Sigalas: Επισκέψιμο οινοποιείο με οινοπαραγωγή και εμφιάλωση στους Μπαξέδες Οίας.
- Santo Wines: Συνεταιρισμός Σαντορίνης στον Πύργο με Οινοτουριστικό Κέντρο, επισκέψιμο οινοποιείο, χώρο εστίασης και κατάστημα τοπικών προϊόντων Σαντορίνης.
- Vassaltis: Οινοποιείο στους Αμπελώνες Βαλαμπούς – Αγία Ειρήνη, Βούρβουλος.

- Venetsanos Winery: Επισκέψιμο οινοποιείο στο δρόμο από Φηρά προς Μεγαλοχώρι, είναι το πρώτο βιομηχανικό οινοποιείο του Γιώργου Βενετσάνου στη Σαντορίνη.
- Winery Hatzidakis στον Πύργο Καλλιόστης.
- Ο Αμπελώνας - Οινοποιείο Γαβαλά στο Μεγαλοχώρι.
- Κάναβα Roussos στην Επισκοπή.
- Κτήμα Αργυρού στην Επισκοπή, διαθέτει επίσης μονάδα παραγωγής τσίπουρου, ενώ με το Art Space συνδυάζει το οινοποιείο με χώρο τέχνης.
- Οινοποιείο Μπουτάρη στο Μεγαλοχώρι το οποίο διαθέτει και το Μουσείο Οίνου.

Οι προαναφερθείσες μονάδες είναι μόνο μερικές από τις χαρακτηριστικές μονάδες παραγωγής κρασιού που έχουν ενταχθεί στο πλαίσιο οινοτουρισμού του νησιού. Οι επισκέπτες μπορούν να γευτούν ιδιαίτερες ποικιλίες οίνου, να παρακολουθήσουν τον τρόπο παρασκευής τους και να προμηθευτούν όποιο προτιμήσουν. Οι χώροι αυτοί είναι μόνο προς επίσκεψη, αφού δεν διαθέτουν καταλύματα. Ωστόσο ο οινοτουρισμός είναι ξεχωριστό και αναπόσπαστο κομμάτι του τουριστικού προϊόντος της Σαντορίνης και της εμπειρίας που αυτό προσφέρει.

#### SWOT Ανάλυση του Οινοτουρισμού στη Σαντορίνη

##### **Δυνατά σημεία**

- Καλή ποιότητα κρασιού
- Καλή φήμη
- Άριστες υποδομές και υπηρεσίες
- Μοναδικές ποικιλίες
- Επισκέπτες υψηλού οικονομικού επιπέδου
- Ισχυρό brand name στον κλάδο του οίνου

##### **Αδύνατα σημεία**



- Έλλειψη προβολής στο εξωτερικό
- Αντιμετωπίζεται ως δευτερογενής υπηρεσία
- Έλλειψη υποδομών, πχ δεν υπάρχουν ξενώνες στα οινοποιεία
- Έλλειψη συνεργασίας με άλλους κλάδους του τουρισμού

### **Ευκαιρίες**

- Η Σαντορίνη έχει μια ιδιαίτερη δυναμική, πχ στον τουρισμό γάμου
- Καλή διαφαινόμενη πορεία του τουρισμού

### **Απειλές**

- Η συνέχιση της κρίσης
- Το γεγονός ότι οι ιθύνοντες του τουρισμού στο νησί δεν εστιάζουν στον οινοτουρισμό αλλά σε άλλες μορφές τουρισμού

### *Συμπέρασμα περίπτωσης Οινοτουρισμού στην Σαντορίνη*

Βάσει της ανάλυσης που έγινε εξάγεται το συμπέρασμα ότι η Σαντορίνη έχει όλες τις προδιαγραφές ώστε να γίνει ένας προορισμός οινοτουρισμού παγκόσμιας κλάσης. Διαθέτει ήδη υποδομές και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, όπως και καλή φήμη, καθώς και τουρίστες υψηλής οικονομικής κλίμακας που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του ποιοτικού τουρισμού. Το brand name των κρασιών της είναι ονομαστό ανάμεσα στους γνώστες του κρασιού, καθώς οι παραγωγοί δημιουργούν οίνους που κατακτούν πολλές διακρίσεις σε διεθνείς διαγωνισμούς. Ο οινοτουρισμός αποτελεί παράγοντα που αδιαμφισβήτητα εμπλουτίζει το τουριστικό προϊόν της Σαντορίνης. Η περαιτέρω ενδυνάμωση και εν τέλει η αυτονόμηση του οινικού τουρισμού θα μπορούσε να αποτελέσει αποφασιστικό βήμα στην ανάπτυξη μιας αειφόρας και βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, που τόσο έχει ανάγκη το νησί.

### 4.3 Συγκριτική ανάλυση περιπτώσεων

Αρχικά μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι βασικός παράγοντας για την απόφαση περί εφαρμογής των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στις δύο περιπτώσεις είναι η αξιοποίηση του ιδιαίτερου φυσικού περιβάλλοντος. Το Costa Navarino αξιοποίησε και ανέδειξε το φυσικό κάλλος της περιοχής δημιουργώντας μια νέα πρόταση – τουριστικό προϊόν για την περιοχή της Μεσσηνίας, ενώ η Σαντορίνη με την προώθηση του οινοτουρισμού, και τον ιδιαίτερο (λόγω του ηφαιστειογενούς εδάφους) οίνο που παράγει, συμπλήρωσε ιδανικά το τουριστικό της προϊόν. Έπειτα, από την μία η Μεσσηνιακή επένδυση έχει καταστήσει σαφές ότι το εργαλείο για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι η προστασία του περιβάλλοντος και το στηρίζει αυτό ακόμη και με προσωπικούς πόρους (εκπόνηση περιβαλλοντικών μελετών και έργων). Από την άλλη, η οινική βιομηχανία της Θήρας μπορεί και θα έπρεπε να αναλάβει ένα μεγαλύτερο ρόλο στον τομέα του τουρισμού με σκοπό την επίτευξη βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς φαίνεται πως το νησί πλήττεται από τις παθογένειες που έφερε η ραγδαία ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Τέλος, είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι τα προσφερόμενα προϊόντα και των δύο περιπτώσεων έχουν αποσπάσει διεθνή βραβεία που επιβεβαιώνουν την υψηλή ποιότητά τους και ενισχύουν σημαντικά το brand name τους.

## **Βιβλιογραφία**

- **Ξενογλώσσα**

2016 ANNUAL REPORT - WORLD TOURISM ORGANIZATION.

Baud-Bovy, M. and Lawson, F. (1977). Tourism and recreation development. London: The Architectural Press.

Buhalis, D. (2003). e-TourismQ Information Technology for strategic tourism management. Harlow UK: Pearson.

Buhalis, D., Costa, C. and Ford, F. (2005). Tourism Business Frontiers. BUTTERWORTH - HEINEMANN: BURLINGTON.

Cuvelier, P., Torres, E. and Gadrey, J. (1994). Patrimoine, Modeles de tourisme et Developpement local. Paris: L'Harmattan.

Dickinson, L. (1996). Safety in the Adventure Tourism industry: voluntary and regulatory approaches. Wellington: Ministry of Commerce - New Zealand.

Likorish, L. and Jenkins, C. (2004). Μια εισαγωγή στον τουρισμό. ΑΘΗΝΑ: ΚΡΙΤΙΚΗ.

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. (2017). World Economic Forum

TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 GREECE. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL.

TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD. (2017). WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL.

TRAVEL & TOURISM GLOBAL ECONOMIC IMPACT & ISSUES 2017 (2017). World Travel & Tourism Council.

UNWTO (United Nation World Tourism Organization) TOURISM HIGHLIGHTS 2017 EDITION. (2017). WORLD TOURISM ORGANIZATION.

Vellas, F. (2005). Economie et Politique du Tourisme International. Paris: ECONOMICA.

Vellas, F. (2007). Economie et Politique du Tourisme International. Paris: ECONOMICA.

Wild, G. and Dearing, J. (2000). "Development and prospects for cruising in Europe". Maritime Policy and Management.

Witt, S., Gammon, S. and White, J. (1992). Incentive travel. Overview and case study of Canada as a destination for the UK market. TOURISM MANAGEMENT.

Yeoman, I. (2008). Tomorrow's Tourist: Scenario & Trends. OXFORD: BUTTERWORTH - HEINEMANN.

- **Ελληνόγλωσση**

Ακογλάνης, Μ. (2011). Εναλλακτικές Μορφές τουρισμού για την Κρήτη. Ηρακλείο: Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ.

Αποστολόπουλος, Κ. and Σδράλη, Δ. (2009). Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές. Αθήνα: ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ.

Βαρβαρέσος, Σ. (1998). Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές: η ελληνική πραγματικότητα. ΑΘΗΝΑ: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

Βαρβαρέσος, Σ. (1999). Τουριστική Ανάπτυξη και Διοικητική Αποκέντρωση. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). Τουρισμός. Έννοιες. Μεγέθη. Δομές.. 2nd ed. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

Βαρβαρέσος, Σ. (2008). Οικονομική του Τουρισμού. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ.

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: INTERBOOKS.

Γκρίμπα, Ε. (2005). Προϋποθέσεις και Προοπτικές Ανάπτυξης του Επαγγελματικού Τουρισμού στην Ελλάδα - Διδακτορική Διατριβή. Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Γλυνιά, Ε., Λύτρας, Π. and Μάρας, Δ. (2004). Ανιμασιόν, ψυχαγωγία και άθληση στον τουρισμό. Αθήνα: INTERBOOKS.

Διακομιχάλης, Μ. (2009). Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. Αθήνα: ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

Διακοστεργίου, Π. (2007). Ορισμός προδιαγραφών για ξενοδοχειακά spa στο πλαίσιο της προώθησης ειδικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα - Διπλωματική εργασία. ΕΣΔΔΑ - Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης.

Ηγουμενάκης, Ν. and Κραβαρίτης, Κ. (2004). Τουρισμός βασικές έννοιες. ΑΘΗΝΑ: INTERBOOKS.

Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. and Λύτρας, Π. (1998). Εισαγωγή στον τουρισμό. INTERBOOKS.

Ινστιτούτο Τοπικής Αυτοδιοίκησης (2008). Οδηγός Τουρισμού της Υπαίθρου για τους φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αθήνα: ΙΤΑ.

Καραχοντζίδης, Δ. and Σφακιανάκης, Κ. (2002). Τουριστική εποχικότητα. Περιοδικό Τουρισμός και οικονομία.

Κοκκώσης, Χ. and Τσάρτας, Π. (2001). Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον. ΑΘΗΝΑ: ΚΡΙΤΙΚΗ.

Κοκκώσης, Χ., Τσαρτας, Π. and Γκριμπα, Ε. (2011). Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. 1st ed. ΚΡΙΤΙΚΗ.

Κομίλης, Π. (2007). Οικοτουρισμός. 2nd ed. Αθήνα: ΠΡΟΠΟΜΠΙΟΣ.

Κουθούρης, Χ. (2009). Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, ακραία αθλήματα: μάνατζμεντ υπηρεσιών, εκπαίδευση στελεχών. Θεσσαλονίκη: ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΙΔΗ.

Κραβαρίτης, Κ. and Παπαγεωργίου, Α. (2007). Επαγγελματικός Τουρισμός: εκθέσεων - κινήτρων, επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων. Αθήνα: INTERBOOKS.

Κραντονέλλης, κ. (2017). "Διεθνείς τουριστικές εξελίξεις και οι κρουαζιέρες στη Μεσόγειο", Ημερίδα με θέμα: "Θαλάσσιος Τουρισμός - Ανάπτυξη Προοπτικές", 24 Νοεμβρίου 1993. Βόλος: Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας - Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

- Λαγός, Δ. (2005). Τουριστική Οικονομική. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.
- Μοίρα, Π. (2009). Θρησκευτικός τουρισμός. Αθήνα: INTERBOOKS.
- Μυλωνόπουλος, Δ. and Μοίρα, Π. (2005). Θαλάσσιος Τουρισμός. Αθήνα: INTERBOOKS.
- Πολύζος, Σ. (2015). Αστική ανάπτυξη. Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ.
- Σωτηριάδης, Μ. and Φάρσαρη, Ι. (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού - Σχεδιασμός Management και Marketing. Αθήνα: INTERBOOKS.
- Σφακιανάκης, Μ. (2000). Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. ΕΛΛΗΝ.
- Τσάρτας, Π. (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ.
- Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Κυριακάκη, Α. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Οικοτουρισμός.. ΕΤΑ ΑΕ.
- Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Ζαχαράτος, Γ. and Χαμάκος, Γ. (2001). Πρόγραμμα Αξιοποίησης Περιουσίας ΕΟΤ: Θεματικός τουρισμός. ΕΤΑ ΑΕ.

- **Ηλεκτρονική**

Αnon, (2017). Πρόγραμμα Εναλλακτικός Τουρισμός |. [online] Available at: <http://www.mintour.gov.gr/Investments/Espa/Administrationservice/enalaktikostourismos> [Accessed 5 Oct. 2017].

Costa Navarino. (2017). Luxury Holidays in Greece | Costa Navarino Greece. [online] Available at: <https://www.costanavarino.com/> [Accessed 18 Oct. 2017].

Gnto.gov.gr. (2017). ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ. [online] Available at: <http://gnto.gov.gr/el/%CE%A0%CE%A1%CE%9F%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%9C%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%91> [Accessed 13 Oct. 2017].

Fortunegreece.com. (2017). Τα σχέδια του Costa Navarino για ανάπτυξη 3 ξενοδοχείων και 2 γηπέδων γκολφ - BUSINESS STORIES - Fortunegreece.com. [online] Available at: <http://www.fortunegreece.com/article/costa-navarino-schediagia-anaptixi-3-xenodochion-ke-2-gipedon-gkolf/> [Accessed 18 Oct. 2017].

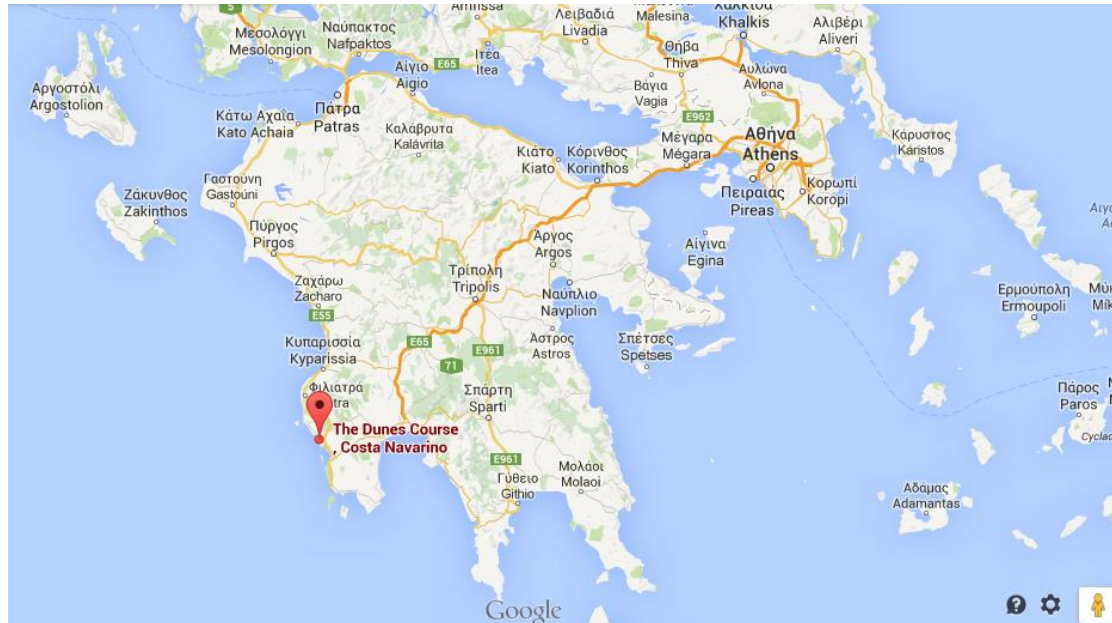
Kathimerini.gr. (2017). Συνεδριακός Τουρισμός: Προοπτικές ανόδου την επόμενη τριετία, ΒΙΚΗ ΤΡΥΦΩΝΑ | Kathimerini. [online] Available at: <http://www.kathimerini.gr/848254/article/ta3idia/sthn-ellada/synedriakos-toyrismos-prooptikes-anodoy-thn-epomenh-trietia> [Accessed 18 Oct. 2017].

Naftemporiki.gr. (2017). Καλύτερο golf resort στην Ευρώπη ανακηρύχτηκε η Costa Navarino. [online] Available at: <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1173211/kalutero-golf-resort-stin-euro-pi-anakiruxtike-i-costa-navarino> [Accessed 18 Oct. 2017].

Οινικές εξερευνήσεις. (2017). Ασύρτικο - Οινοτουρισμός στη Σαντορίνη - Wines & Wine Tours in Santorini. [online] Available at: <https://winesurveyor.weebly.com/tour1805-3.html> [Accessed 22 Oct. 2017].

# Παράρτημα

## *COSTA NAVARINO*



Χάρτης – Τοποθεσία COSTA NAVARINO



Πανοραμική άποψη του COSTA NAVARINO





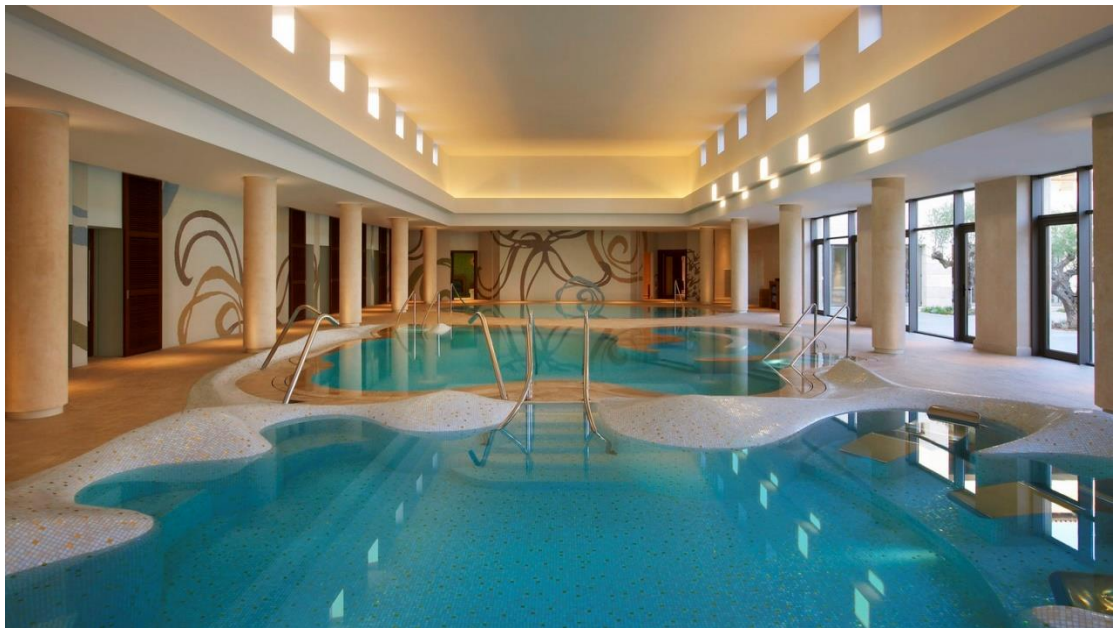
Τμήμα του γηπέδου γκολφ του COSTA NAVARINO – 1



Τμήμα του γηπέδου γκολφ του COSTA NAVARINO - 2



Τμήμα του γηπέδου γκολφ του COSTA NAVARINO – 3

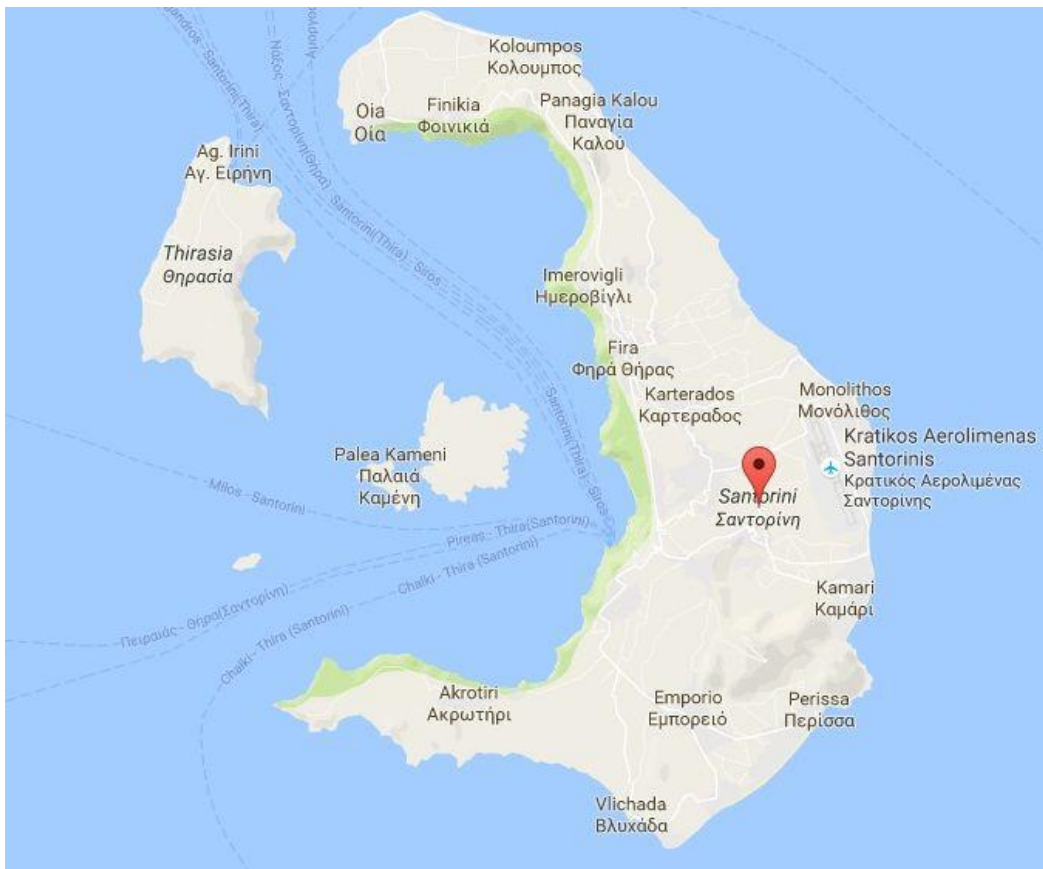


Τμήμα υδρομασάζ (spa) του COSTA NAVARINO



Μέρος παροχής υπηρεσιών στο spa του COSTA NAVARINO

### Οινοποιία και Σαντορίνη



Χάρτης Σαντορίνης





Αμπελώνας στην Σαντορίνη – 1



Αμπελώνας στην Σαντορίνη - 2





Κουλούρα, τύπος αμπελιού στην Σαντορίνη



Μέρος ποικιλίας κρασιών στην Σαντορίνη (SantoWines)