



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΒΑ)**

Διπλωματική Εργασία

***ΑΡΓΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ***

**Βλάχου Κωνσταντίνα
Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Διδασκάλου Ελένη**

Πειραιάς, Νοέμβριος 2023

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : MBA» με τίτλο:

«..... Αρχές.....Τουρισμός: Προσωπικές Ανάπτυξης στην Ελλάδα.....»

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή Ονοματεπώνυμο

Βλάκας... Κωνσταντίνος.....



Ευχαριστίες

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την υποστήριξη και την υπομονή τους στην ολοκλήρωση των σπουδών μου. Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κ. Διδασκάλου Ελένη για την καθοδήγηση και την επίβλεψή της στην ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

ΑΡΓΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Βλάχου Κωνσταντίνα

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας αποτελεί η μελέτη του φαινομένου του Αργού Τουρισμού στην Ελλάδα. Στο πρώτο μέρος της εργασίας, αναλύονται κάποιες βασικές έννοιες που αφορούν τον τουρισμό ενώ γίνονται διακριτές οι συνέπειες του έως τώρα ευρέως χρησιμοποιούμενου μοντέλου του μαζικού τουρισμού. Τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα που εγείρει η διάδοση του μαζικού τουρισμού, οδήγησαν στην ανάγκη δημιουργίας νέων ειδικών μορφών τουρισμού. Ειδικότερα, εξετάζεται η ανάγκη για υιοθέτηση των πρακτικών της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουριστικό τομέα, η οποία οδήγησε στην εφαρμογή του Αργού Κινήματος στον τουρισμό. Σε αυτό το πλαίσιο ο Αργός Τουρισμός, παρέχει τη δυνατότητα για επικοινωνία μεταξύ του επισκέπτη και του κατοίκου του προορισμού σε ένα αυθεντικό φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας, παρατίθενται τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της καλύτερης κατανόησης των προοπτικών ανάπτυξης του Αργού Τουρισμού στην Ελλάδα. Τέλος, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της εργασίας και γίνονται προτάσεις για την ανάπτυξη του Αργού Τουρισμού στην Ελλάδα.

Σημαντικοί όροι: Αργός τουρισμός, Αργό Κίνημα, μαζικός τουρισμός, αειφορία, Ελλάδα.

Abstract

This paper is intended to study the phenomenon of Slow Tourism in Greece. In the first chapter of this paper, basic concepts related to tourism are analyzed while the consequences of the widely used model of mass tourism are distinguished. The environmental, social, and economic issues raised by the spread of mass tourism led to the need to create new special forms of tourism. In particular, the need for the adoption of sustainable development practices in the tourism sector is examined, which led to the implementation of the Slow Movement in the tourism sector. In relation to that, Slow Tourism provides the possibility for communication between the visitor and the resident of the destination in an authentic natural and cultural environment. In the second part of the paper, the results of the research carried out regarding a better understanding of the development prospects of Slow Tourism in Greece are listed. Finally, the conclusions of the present work are presented, as well as proposals for the development of Slow Tourism in Greece.

Keywords: Slow Tourism, Slow Movement, Mass Tourism, sustainability, Greece.

Κατάσταση Πινάκων

Πίνακας 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών ανά (Υπο)περιοχή.....	6
Πίνακας 2: Εισερχόμενος τουρισμός, 2021.....	7
Πίνακας 3: Εγχώριος τουρισμός 2016 - 2020.....	8
Πίνακας 4: Η συμβολή του τουρισμού στην εθνική οικονομία.....	9
Πίνακας 5: Έμμεσα οφέλη του τουρισμού.....	10
Πίνακας 6: Άτομα (ημεδαποί), ταξίδια, διανυκτερεύσεις και δαπάνες, κατά κύριο λόγο ταξιδιού, 2020 – 2021.....	11
Πίνακας 7: Άτομα (ημεδαποί), ταξίδια, διανυκτερεύσεις και δαπάνες, κατά κύριο λόγο ταξιδιού, 2021 – 2022.....	12
Πίνακας 8: Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (2016 - 2030).....	26
Πίνακας 9: Σύγκριση μαζικού και αργού τουρισμού.....	37
Πίνακας 10: Δημογραφικά στοιχεία (φύλο).....	41
Πίνακας 11: Δημογραφικά στοιχεία (ηλικία).....	42
Πίνακας 12: Δημογραφικά στοιχεία (εκπαίδευση).....	43
Πίνακας 13: Δημογραφικά στοιχεία (εργασιακή εμπειρία).....	43
Πίνακας 14: Δημογραφικά στοιχεία (φύση επαγγέλματος).....	44
Πίνακας 15: Δημογραφικά στοιχεία (οικογενειακή κατάσταση).....	45
Πίνακας 16: Αριθμός ταξιδιών τα τελευταία 3 έτη.....	46
Πίνακας 17: Μέσος χρόνος διάρκειας παραμονής.....	47
Πίνακας 18: Προτιμήσεις μεταφορικών μέσων προς τον προορισμό.....	48
Πίνακας 19: Προτιμήσεις μεταφορικών μέσων εντός του προορισμού.....	48
Πίνακας 20: Αναγνώριση Αργού Τουρισμού.....	49
Πίνακας 21: Υιοθέτηση αρχών Αργού Τουρισμού στο παρελθόν.....	50
Πίνακας 22: Υιοθέτηση στοιχείων του Αργού Τουρισμού στο μέλλον.....	51

Κατάσταση Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών	5
Διάγραμμα 2: Δημογραφικά στοιχεία (φύλο).....	41
Διάγραμμα 3: Δημογραφικά στοιχεία (ηλικία).....	42
Διάγραμμα 4: Δημογραφικά στοιχεία (εκπαίδευση)	43
Διάγραμμα 5: Δημογραφικά στοιχεία (εργασιακή εμπειρία)	44
Διάγραμμα 6: Δημογραφικά στοιχεία (φύση επαγγέλματος).....	45
Διάγραμμα 7: Δημογραφικά στοιχεία (οικογενειακή κατάσταση).....	45
Διάγραμμα 8: Αριθμός ταξιδιών τα τελευταία 3 έτη	46
Διάγραμμα 9: Μέσος χρόνος διάρκειας παραμονής	47
Διάγραμμα 10: προτιμήσεις μεταφορικών μέσων προς τον προορισμό	48
Διάγραμμα 11: Προτιμήσεις μεταφορικών μέσων εντός του προορισμού	49
Διάγραμμα 12: Αναγνώριση Αργού Τουρισμού	50
Διάγραμμα 13: Υιοθέτηση αρχών Αργού Ταξιδιού στο παρελθόν	50
Διάγραμμα 14: Υιοθέτηση στοιχείων του Αργού Ταξιδιού στο μέλλον	51

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Ευχαριστίες</i>	2
Περίληψη	3
Abstract.....	4
Κατάσταση Πινάκων	I
Κατάσταση Διαγραμμάτων	II
Εισαγωγή.....	1
Κεφάλαιο 1: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	2
1.1: Ορισμός τουρισμού.....	2
1.2: Ιστορική αναδρομή του φαινομένου του τουρισμού.....	3
1.3: Στοιχεία του Παγκόσμιου Τουρισμού	5
1.4: Η συμβολή του τουρισμού στην Ελλάδα.....	7
Κεφάλαιο 2: ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	13
2.1: Εννοιολογική προσέγγιση	13
2.2: Επιδράσεις στον προορισμό.....	14
2.3: Περιβαλλοντικό αποτύπωμα	16
2.4: Ειδικές μορφές τουρισμού.....	17
Κεφάλαιο 3: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	22
3.1: Βασικές Αρχές Βιώσιμης Ανάπτυξης	22
3.2: Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης	25
3.3: Φέρουσα τουριστική ικανότητα	27
3.4: Βιώσιμος τουρισμός.....	30
Κεφάλαιο 4: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΡΓΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ	32
4.1: Το Αργό κίνημα	32
4.2: Το κίνημα του Αργού Φαγητού	32
4.3: Το κίνημα των Αργών Πόλεων.....	33
4.4: Το κίνημα του Αργού Τουρισμού	35
4.4.1: Διαφορές Αργού και Μαζικού Τουρισμού.....	36
4.4.2: Ο Αργός Τουρισμός στην Ελλάδα.....	38
Κεφάλαιο 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	40
5.1: Γενικοί στόχοι.....	40
5.2: Μεθοδολογία.....	40
5.3: Αποτελέσματα.....	41
5.3.1: Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων.....	41

Κεφάλαιο 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	52
6.1: Ανασκόπηση	52
6.2: Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντική έρευνα	53
Βιβλιογραφία	54
Ελληνική.....	54
Ξενόγλωσση	56
Παράρτημα	58
Ερωτηματολόγιο έρευνας	58

Εισαγωγή

Ο τουρισμός, ως παγκόσμιο φαινόμενο με διαρκώς αυξανόμενο αντίκτυπο, έχει αποτελέσει αναπόσπαστο μέρος της σύγχρονης κοινωνίας. Πρόκειται για μία δυναμική και πολύπλευρη βιομηχανία που δεν αφορά μόνο την παροχή αναψυχής, αλλά συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη, τις πολιτιστικές ανταλλαγές και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Πέρα από τα προσωπικά οφέλη, ο τουρισμός έχει καθοριστική επίδραση στην τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης. Δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης, υποστηρίζει τις τοπικές επιχειρήσεις και συμβάλλει στην ανάπτυξη υποδομών στις κοινότητες υποδοχής.

Ωστόσο, ο τουρισμός έχει και ορισμένες προκλήσεις, οι οποίες χρήζουν προσεκτική διαχείριση. Η εφαρμογή πρακτικών αειφόρου τουρισμού, κρίνονται απαραίτητες για την αντιστάθμιση των θετικών με των αρνητικών επιπτώσεων που σχετίζονται με τα ταξίδια. Ειδικότερα, κρίνεται αναγκαία η προστασία του περιβάλλοντος, η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και η προώθηση της ευημερίας τόσο των κατοίκων όσο και των επισκεπτών των διαφόρων προορισμών.

Τα τελευταία χρόνια ο αργός τουρισμός προσφέρεται ως εναλλακτική λύση. Αποτελεί μία κατηγορία τουρισμού με διαφορετικές κατευθυντήριες γραμμές: εστίαση στην τοπική επαφή και στα αξιοθέατα, κατανάλωση τοπικών προϊόντων, χρήση καθαρής ενέργειας, οικολογικό και ηθικό όραμα, και διατήρηση της ποιότητας της ζωής των κατοίκων και των τουριστών. Ο αργός τουρισμός δημιουργεί περισσότερο χαλαρά ταξίδια με στόχο την εξερεύνηση του προορισμού σε βάθος, μειώνει το περιβαλλοντικό αποτύπωμα και δεσμεύεται στην επίτευξη μίας αξέχαστης ταξιδιωτικής εμπειρίας.

Κεφάλαιο 1: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1: Ορισμός τουρισμού

Ανά τα χρόνια, πληθώρα ορισμών έχουν αποδοθεί στην έννοια του τουρισμού. Ένας από τους πρώτους ορισμούς του τουρισμού στη διεθνή βιβλιογραφία δόθηκε το 1942 από τους καθηγητές του πανεπιστημίου της Βέρνης; W. Hunziker και K. Krapf, σύμφωνα με τους οποίους «ο τουρισμός αποτελείται από το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα συγκεκριμένο μέρος κάποιων ατόμων τα οποία δεν κατοικούν μόνιμα εκεί» (Hunziker & Krapf, 1942). Μία παρόμοια προσέγγιση του όρου υιοθετήθηκε από τους Mathieson και Wall οι οποίοι αναφέρθηκαν στον τουρισμό ως την προσωρινή μετακίνηση των ατόμων σε τόπους εκτός της μόνιμης κατοικίας και εργασίας τους, τις δραστηριότητες που λαμβάνουν μέρος κατά τη διάρκεια της διαμονής τους σε αυτούς τους τόπους, και τις εγκαταστάσεις που έχουν δημιουργηθεί για να καλύψουν τις ανάγκες τους (Mathieson & Wall, 1982).

Ο Leiper (1990) πρότεινε μια διαφορετική εννοιολογική προσέγγιση, σύμφωνα με την οποία ο τουρισμός περιγράφεται ως ένα ανοιχτό σύστημα που αποτελείται από διαφορετικά στοιχεία και παράγοντες (τουρίστες, εκδρομείς, διαμονή, ταξίδια) που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και λειτουργούν με στοιχεία του ευρύτερου περιβάλλοντος. Σε γενικότερο πλαίσιο, ως τουρισμός ορίζεται κάθε ανθρώπινη μετακίνηση από τον μόνιμο τόπο διαμονής του σε διαφορετικούς τουριστικούς προορισμούς όπου ελάχιστο χρονικό διάστημα παραμονής σε αυτούς είναι είκοσι τέσσερις ώρες με σκοπό την ικανοποίηση ψυχαγωγικών και προσωπικών αναγκών (Πολύζος, 2015).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ) ο τουρισμός αποτελείται από τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους διαφορετικούς από το σύννηθες περιβάλλον τους για λόγους αναψυχής, επαγγελματικές υποχρεώσεις κ.α., για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός έτους (UNWTO, 1994). Πιο αναλυτικά, στην έκδοση του Π.Ο.Τ που αφορούσε οδηγίες για τη στατιστική ταξινόμηση του τουρισμού με τίτλο «International Recommendations for Tourism Statistics» αποσαφηνίστηκαν ορισμένες βασικές έννοιες, ενώ ο τουρισμός ορίστηκε από την πλευρά της ζήτησης ως ένα υποσύνολο της κατηγορίας του ταξιδιού. Κατά αυτόν τον τρόπο το ταξίδι περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των επισκεπτών οι οποίοι με τη σειρά

τους διακρίνονται στους τουρίστες: άτομα που διανυκτερεύουν στον τόπο υποδοχής, και στους εκδρομείς: άτομα που δεν διανυκτερεύουν στον τόπο που επισκέπτονται (UNWTO, 2008).

Σύμφωνα με τον Μυλωνόπουλο (2021) υπάρχουν τέσσερις παράγοντες που συντελούν στον χαρακτηρισμό μίας μετακίνησης ως τουριστικής:

- α. Η μετακίνηση από τον τόπο προέλευσης στον τόπο προορισμού
- β. Η ελεύθερη επιλογή
- γ. Ο ελεύθερος χρόνος
- δ. Η αναψυχή

1.2: Ιστορική αναδρομή του φαινομένου του τουρισμού

Οι απαρχές του τουριστικού φαινομένου χρονολογούνται επί αρχαιοτάτων ετών. Πλήθος τουριστικών δραστηριοτήτων εμφανίστηκαν για πρώτη φορά στην αρχαιότητα. Στην αρχαία Ελλάδα και στην αρχαία Ρώμη κατά την πρώτη τουριστική περίοδο, όσοι διέθεταν την οικονομική άνεση, συμμετείχαν σε ταξίδια διαφόρων ειδών. Ο πιο συχνός προορισμός του εξωτερικού, αποτελούσε τόσο για τους αρχαίους Έλληνες όσο και για τους αρχαίους Ρωμαίους, η Αίγυπτος. Όσον αφορά τον εσωτερικό τουρισμό την ίδια περίοδο εμφανίστηκαν οι συναθροίσεις αντιπροσώπων διαφόρων φυλών της αρχαίας Ελλάδας, στη διάρκεια του θεσμού των Αμφικτιονιών, όπου πραγματοποιούνταν συγκεντρώσεις σε ένα μέρος με σκοπό την επίλυση πολιτικών, πολεμικών, φορολογικών καθώς και θρησκευτικών ζητημάτων κοινού ενδιαφέροντος. Ακόμη, στην αρχαία Ελλάδα ευρύτατα διαδεδομένες ήταν και οι μορφές θρησκευτικού και αθλητικού τουρισμού. Ειδικότερα, ο αθλητικός τουρισμός σχετιζόταν με την συμμετοχή στους Ολυμπιακούς αγώνες ενώ ο θρησκευτικός τουρισμός αφορούσε ταξίδια σε μεγάλες θρησκευτικές εορτές για την απόδοση φόρων τιμής στους θεούς της εποχής (Σφακιανάκης, 2000).

Κατά την δεύτερη τουριστική περίοδο, η οποία ξεκινά από την γέννηση του Χριστού έως και το μισό του 19^{ου} αιώνα, δεν εμφανίστηκε ιδιαίτερη ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων. Και αυτό διότι την εποχή αυτή επικρατούσαν δυσμενείς συνθήκες εξαιτίας των συνεχών πολεμικών συγκρούσεων στην Ευρώπη, την άμβλυση της πειρατείας και των ληστειών η οποία συνεπαγόταν την ανασφάλεια των ταξιδιών καθώς και την έλλειψη οδικών, σιδηροδρομικών και τουριστικών υποδομών. Ωστόσο, την

περίοδο αυτή πραγματοποιήθηκαν έργα και ενέργειες οι οποίες αν και δεν εξυπηρετούσαν τουριστικούς σκοπούς, στην πάροδο του χρόνου λειτούργησαν ως θεμέλιοι λίθοι της τουριστικής υποδομής. Παράδειγμα ενός τέτοιου έργου αποτελεί η ολοκλήρωση και λειτουργία του πρώτου οργανωμένου οδικού δικτύου (Σφακιανάκης, 2000).

Στην Τρίτη τουριστική περίοδο, η οποία αφορά τα έτη 1850 έως 1950, σημειώθηκε ραγδαία ανάπτυξη των οδικών δικτύων και των μέσων μεταφοράς, ενώ παράλληλα εδραιώθηκε η χρήση των σιδηροδρομικών μέσων, του αυτοκινήτου και του αεροπλάνου. Τα τουριστικά και εμπορικά ταξίδια έγιναν πιο γρήγορα, ασφαλή και οικονομικά, ενώ ο ξενοδοχειακός κλάδος αναπτύχθηκε από πλευράς εγκαταστάσεων, χωρητικότητας, εξοπλισμού και επιπέδου εξυπηρέτησης. Επιπρόσθετα σε αρκετές Ευρωπαϊκές πόλεις εμφανίστηκαν Διεθνείς Εκθέσεις οι οποίες προσέλκυσαν μεγάλο πλήθος επισκεπτών οι οποίες συνετέλεσαν στην ανάπτυξη μίας νέας μορφής τουρισμού, τον ονομαζόμενο εκθεσιακό τουρισμό. Την ίδια περίοδο εμφανίστηκαν οι πρώτοι οργανωτές διακοπών με πρωτοπόρο τον Thomas Cook. Τέλος, η συνειδητοποίηση της οικονομικής και κοινωνικής διάστασης του φαινομένου του τουρισμού, οδήγησε στην ίδρυση του Δημόσιου τουριστικού φορέα (Σφακιανάκης, 2000).

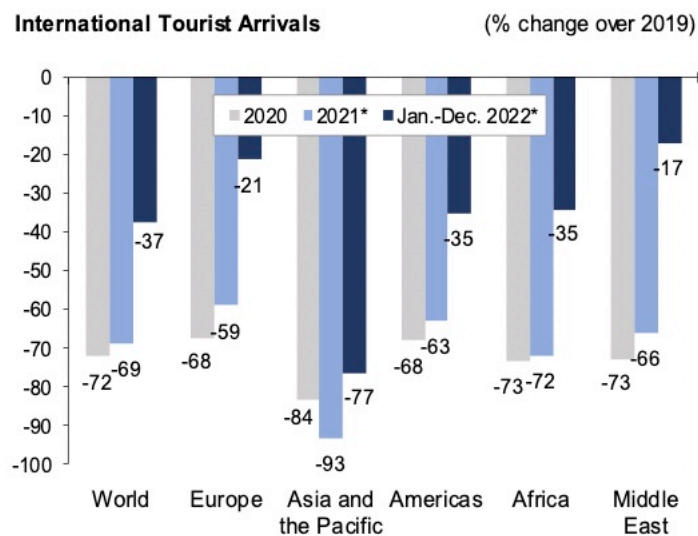
Η τέταρτη τουριστική περίοδος η οποία ξεκίνησε με το πέρας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και τελείωσε το 1980 αποτέλεσε την εποχή ανοδικής αύξησης του τουριστικού φαινομένου. Κρίσιμοι παράγοντες που συνετέλεσαν στην ραγδαία αυτή αύξηση του τουρισμού ήταν η ανάπτυξη και αναβάθμιση των μέσων μεταφοράς και των συγκοινωνιών. Επιπλέον, παρουσιάστηκε αύξηση των εισοδημάτων με παράλληλη αύξηση των ημερών άδειας διακοπών των εργαζομένων. Σαν αποτέλεσμα της αναγνώρισης του τουρισμού ως κοινωνικού αγαθού και την προώθησή του από την πολιτεία επήλθε η εμπορευματοποίησή του από τις επιχειρήσεις με στόχο την μεγιστοποίηση του κέρδους.

Στη συνέχεια ακολούθησε η πέμπτη ή αλλιώς σύγχρονη τουριστική περίοδος κατά την οποία η αναπτυξιακή πορεία που σημείωσε ο τουρισμός σε διεθνές επίπεδο οδήγησε στον χαρακτηρισμό του ως τη μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου από το 1997 έως και σήμερα (Ηγουμενάκης & Καραβίτης, 2004). Στις μέρες μας παρατηρείται σε μεγάλο βαθμό το φαινόμενο της μαζικοποίησης του τουρισμού, κατά το οποίο οι τουρίστες δεν κατανέμονται ισόποσα όσον αφορά τον τόπο και τον χρόνο. Οι αυξητικές τάσεις του τουριστικού φαινομένου κυρίως τους θερινούς μήνες, η τουριστική εποχικότητα, καθώς

και η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη έχουν αρνητικές επιπτώσεις τόσο για τους τουριστικούς προορισμούς όσο και για τους πόρους και τους ντόπιους πληθυσμούς.

1.3: Στοιχεία του Παγκόσμιου Τουρισμού

Αναφορικά με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών το έτος 2023 έφτασαν σε ποσοστό 80% το επίπεδο που είχαν σημειώσει το 2019 προ της πανδημίας. Σημαντική συμβολή σε αυτά τα αποτελέσματα είχαν οι αφίξεις που σημειώθηκαν στην Ευρώπη και στην Μέση Ανατολή. Ειδικότερα, η Μέση Ανατολή σημείωσε τις ισχυρότερες επιδόσεις (+15%) και έγινε η πρώτη παγκόσμια περιοχή που ανέκτησε τα ποσοστά προ της πανδημίας μέσα σε ένα τρίμηνο. Η Ευρώπη έφτασε στο 90% των προπανδημικών επιπέδων το πρώτο τρίμηνο του 2023, με την υποστήριξη της ισχυρής ενδοπεριφερειακής ζήτησης. Η Αφρική και η Αμερική έφτασαν σχεδόν στο 85% των επιπέδων του 2019 τους πρώτους τρεις μήνες του 2023, ενώ οι αφίξεις στην Ασία και τον Ειρηνικό ανήλθαν στο 54% των προπανδημικών επιπέδων.



Διάγραμμα 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών

Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών σε πολλούς προορισμούς ξεπέρασαν τα επίπεδα που είχαν προ της πανδημίας το πρώτο τρίμηνο του 2023. Πιο συγκεκριμένα, αρκετοί προορισμοί σημείωσαν σημαντική αύξηση στις αφίξεις κατά το πρώτο τρίμηνο του 2023 έναντι του πρώτου τριμήνου του 2019, συμπεριλαμβανομένων του Κατάρ (+98%), της Σαουδικής Αραβίας (+64%), της Αλβανίας (+54%), του Σιντ Μάρτεν (+51%) και της Αιθιοπίας (+46%). Άλλοι προορισμοί που παρουσίασαν διψήφια ανάπτυξη το τρίμηνο

αυτό ήταν η Βουλγαρία, η Σερβία (και οι δύο +27%), το Ελ Σαλβαδόρ (+26%), η Ανδόρα (+23%), η Βοσνία και Ερζεγοβίνη (+22%), η Τανζανία (+21%), η Κολομβία (+18%), Παρθένοι Νήσοι των ΗΠΑ (+17%), Μαρόκο (+17% έως τον Φεβρουάριο), Γουατεμάλα, Πορτογαλία, Τουρκία (όλες +14%), Ονδούρα (+13%), Σαν Μαρίνο (+12%), Δομινικανή Δημοκρατία (+11%) και Κύπρος (+10%).

Ανά περιφέρεια, η Ευρώπη σημείωσε τα καλύτερα αποτελέσματα το 2022 με 550 δισεκατομμύρια δολάρια σε έσοδα από τον τουρισμό, που ισοδυναμούν με το 87% των επιπέδων πριν από την πανδημία. Η Αφρική ανέκτησε το 75% των εσόδων της πριν από την πανδημία, η Μέση Ανατολή το 70% και η Αμερική το 68%. Λόγω του παρατεταμένου κλεισίματος των συνόρων, οι ασιατικοί προορισμοί ανέκτησαν περίπου το 28% των προ – πανδημικών εσόδων τους το 2022.

Πίνακας 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών ανά (Υπο)περιοχή

Πηγή: UNWTO, 2023

	Share				Change (%)						Monthly/quarterly data series								
	(million)				2022*	vs. 2019			2022 versus 2021 ²				2022 versus 2019						
	2019	2020	2021*	2022*		2019	21/20*	22/21*	21/19*	22/19*	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
World	1465	409	455	917	100	-72.1	11.2	101.6	-69.0	-37.4	190	226	68	62	-59.0	-39.4	-28.4	-28.2	
Advanced economies ¹	778	222	244	516	56.2	-71.5	9.9	111.7	-68.7	-33.7	322	338	65	54	-57.8	-35.2	-24.9	-25.3	
Emerging economies ¹	688	187	211	401	43.8	-72.8	12.7	90.0	-69.3	-41.6	119	137	73	71	-60.1	-44.7	-33.1	-31.3	
<i>By UNWTO regions:</i>																			
Europe	744.5	241.9	304.7	584.9	63.8	-67.5	26.0	92.0	-59.1	-21.4	287	293	49	39	-41.3	-22.7	-15.2	-14.5	
Northern Europe	83.7	23.3	21.0	68.7	7.5	-72.1	-9.8	226.5	-74.9	-18.0	682	848	170	83	-47.6	-16.9	-8.8	-15.0	
Western Europe	205.1	83.5	87.7	178.1	19.4	-59.3	5.1	102.9	-57.2	-13.2	402	455	46	44	-40.2	-13.0	-3.7	-7.0	
Central/Eastern Eur.	151.7	46.7	57.2	90.1	9.8	-69.2	22.4	57.6	-62.3	-40.6	139	126	23	37	-49.6	-44.4	-39.3	-31.2	
Southern/Medit. Eur.	303.9	88.3	138.7	248.0	27.0	-70.9	57.0	78.8	-54.4	-18.4	275	245	43	28	-35.0	-21.0	-14.4	-10.7	
- of which EU-27	539.8	185.1	225.9	435.3	47.5	-65.7	22.0	92.7	-58.2	-19.4	342	327	47	36	-41.1	-20.3	-13.3	-12.7	
Asia and the Pacific	359.6	59.2	24.8	84.4	9.2	-83.5	-58.2	241.0	-93.1	-76.5	55	212	352	301	-91.2	-81.6	-71.6	-61.6	
North-East Asia	170.3	20.3	11.2	17.7	1.9	-88.1	-44.8	58.5	-93.4	-89.6	-3	6	51	193	-94.1	-92.6	-89.7	-81.3	
South-East Asia	138.0	25.5	2.9	34.9	3.8	-81.5	-88.5	↑	-97.9	-74.7	106	870	↑	↑	-96.4	-81.8	-66.8	-53.8	
Oceania	17.5	3.6	0.8	6.2	0.7	-79.2	-79.1	719.6	-95.7	-64.4	586	344	↑	↑	-89.6	-66.8	-55.2	-46.1	
South Asia	33.8	9.8	9.9	25.5	2.8	-71.1	1.4	158.3	-70.7	-24.4	97	393	269	64	-56.9	-20.8	-2.2	-10.3	
Americas	219.3	69.8	81.4	142.4	15.5	-68.2	16.6	74.9	-62.9	-35.1	104	84	78	53	-51.6	-37.3	-32.5	-20.1	
North America	146.6	46.5	57.0	92.1	10.0	-68.3	22.7	61.5	-61.1	-37.2	78	69	69	43	-50.1	-40.0	-36.7	-23.6	
Caribbean	26.3	10.3	14.2	22.0	2.4	-60.8	37.6	55.1	-46.0	-16.3	132	55	39	32	-35.1	-17.3	-4.5	-2.6	
Central America	10.9	3.1	4.7	8.6	0.9	-71.6	51.1	83.6	-57.1	-21.3	170	101	67	51	-38.6	-20.5	-17.3	-6.7	
South America	35.4	9.9	5.5	19.6	2.1	-72.0	-44.9	258.1	-84.6	-44.7	241	453	316	159	-71.0	-46.7	-34.6	-21.9	
Africa	68.8	18.4	19.4	45.0	4.9	-73.2	5.0	132.4	-71.9	-34.6	118	187	152	112	-58.2	-36.8	-24.3	-23.9	
North Africa	25.6	5.6	6.6	19.1	2.1	-78.2	18.8	189.1	-74.2	-25.3	138	312	177	171	-59.6	-26.1	-14.2	-10.9	
Subsaharan Africa	43.2	12.9	12.7	25.8	2.8	-70.2	-1.0	102.9	-70.5	-40.2	109	121	124	79	-57.4	-44.9	-34.9	-32.1	
Middle East	73.0	19.8	24.7	60.3	6.6	-72.9	24.4	144.4	-66.2	-17.4	244	285	181	58	-34.3	-21.3	-11.7	-1.0	
<i>Memorandum³</i>																			
ASEAN	138.5	25.4	2.9	34.9	3.8	-81.6	-88.5	1,095	-97.9	-74.8	106	872	↑	↑	-96.4	-81.8	-66.8	-53.8	
G20	1,001	302	352	687	74.9	-69.8	16.5	95.0	-64.8	-31.4	208	245	57	51	-53.2	-33.0	-23.3	-23.6	
GCC	47.7	13.5	18.3	44.1	4.8	-71.7	35.2	141.5	-61.7	-7.6	252	271	179	51	-23.8	-13.9	-3.0	11.3	
LDCs	36.5	10.2	7.3	16.6	1.8	-72.1	-28.7	128.3	-80.1	-54.7	60	128	183	173	-76.8	-64.7	-52.0	-48.1	
LLDCs	50.5	12.1	12.6	28.5	3.1	-76.1	4.3	126.2	-75.0	-43.5	103	160	192	136	-68.0	-49.6	-38.7	-36.0	
SIDS	43.9	10.5	13.1	28.6	3.1	-76.0	24.8	117.3	-70.1	-35.0	210	162	110	74	-57.8	-38.0	-24.0	-16.8	

Source: World Tourism Organization (UNWTO)

(Data as collected by UNWTO, January 2023)

1.4: Η συμβολή του τουρισμού στην Ελλάδα

Το φαινόμενο του τουρισμού, μπορεί να χωριστεί σε ορισμένες κατηγορίες, αναλόγως της μορφής που παίρνει, των κινήτρων - σκοπών που καλύπτει, και του χώρου – χρόνου μέσα στον οποίο διαδραματίζεται. Μια βασική κατηγοριοποίηση που σχετίζεται με τον τόπο προέλευσης των τουριστικών ροών, αποτελεί η διάκριση του τουρισμού σε εσωτερικό ή αλλιώς εγχώριο και σε εξωτερικό ή εισερχόμενο τουρισμό. Ειδικότερα, ο εγχώριος τουρισμός περιλαμβάνει τις τουριστικές δραστηριότητες που διαδραματίζονται εντός της ίδιας χώρας, ενώ ο εισερχόμενος τουρισμός περιλαμβάνει την άφιξη αλλοδαπών στην χώρα για τουριστικούς σκοπούς.

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζονται τα μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα όπως υπολογίσθηκαν ανά μήνα κατά το έτος 2021. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, το 2021 στην Ελλάδα εισήλθαν σχεδόν 14,7 εκατ. Τουρίστες, μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών (INSETE Intelligence, 2022).

Πίνακας 2: Εισερχόμενος τουρισμός, 2021

Πηγή: INSETE Intelligence

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2021				
Μήνες	Αφίξεις	%	Έσοδα	%
Ιαν	95.717	0,7%	25.421.823	0,2%
Φεβ	76.433	0,5%	23.427.881	0,2%
Μαρ	98.895	0,7%	33.880.000	0,3%
Απρ	107.282	0,7%	42.939.691	0,4%
Μαι	285.448	1,9%	165.684.365	1,6%
Ιούν	1.068.773	7,3%	778.805.631	7,5%
Ιούλ	2.817.417	19,2%	2.261.469.000	21,7%
Αύγ	4.074.152	27,7%	3.081.412.808	29,6%
Σεπ	2.995.234	20,4%	2.149.388.000	20,6%
Οκτ	2.143.864	14,6%	1.406.899.000	13,5%
Νοε	561.226	3,8%	277.983.819	2,7%
Δεκ	380.480	2,6%	172.510.463	1,7%
Σύνολο	14.704.921	100%	10.419.762.601	100%

Το έτος 2020 η εγχώρια τουριστική δαπάνη για ταξίδια με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση ανήλθε σε 1.409 εκατ. σύμφωνα με έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ. Σημειώθηκε μία μείωση της τάξεως του -11,9% σε σχέση με την εγχώρια τουριστική δαπάνη του 2019 η οποία ανήλθε σε 1.599 εκατ. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται στοιχεία που

αφορούν τον εγχώριο τουρισμό, την Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη, την Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση και την Μέση Διάρκεια Παραμονής που σημειώθηκαν τα έτη 2016 έως 2020.

Πίνακας 3: Εγχώριος τουρισμός 2016 - 2020

Πηγή: *INSETE Intelligence*

Εγχώριος Τουρισμός						
Ταξίδι με 1 τουλάχιστον Διανυκτέρευση						
	2016	2017	2018	2019	2020	%Δ 2020- 19
Ταξίδια	4.590.484	5.296.499	5.523.673	4.941.550	4.331.856	- 12,3%
Δαπάνη	1.286.735.1621	1.398.365.311	1.714.551.188	1.598.636.515	1.408.617.976	- 11,9%
Διανυκτερεύσεις	46.438.123	53.577.582	59.630.035	53.650.631	52.729.191	-1,7%
ΜΚΔ	280	264	310	325	325	0,5%
ΜΔΔ	28	26	29	30	27	- 10,3%
ΜΔΠ (σε διανυκτερεύσεις)	10,1	10,1	10,8	10,9	12,2	12,1%

Σε αντίθεση με τις περισσότερες κάθετες δραστηριότητες του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα, ο τουρισμός αποτελεί μία οριζόντια δραστηριότητα. Ως οριζόντια δραστηριότητα, ο τουρισμός οριοθετείται από την πλευρά της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών, σε αντίθεση με τις πρωτογενείς και δευτερογενείς δραστηριότητες οι οποίες αποτελούν δραστηριότητες παραγωγής και προσφοράς προϊόντων. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται την επίδραση του τουρισμού σε πολλούς κλάδους της οικονομίας, όπως είναι παραδείγματος χάριν ο κλάδος των μεταφορών, της διαμονής, της εστίασης, της διασκέδασης και της κατανάλωσης. Ως αποτέλεσμα, ο τουρισμός αποτελεί μία δραστηριότητα η οποία αφορά πολλά και διαφορετικά μέρη του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μίας χώρας.

Όσον αφορά την Ελλάδα, ο τουριστικός κλάδος είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της οικονομίας της χώρας, καθώς αποτελεί μία από τις κυρίαρχες πηγές εσόδων και σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας. Ειδικότερα, για την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης καθώς συμβάλλει σημαντικά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, στην απασχόληση και στις επενδύσεις. Σε αυτό το σημείο αξίζει να τονιστεί ότι ο ελληνικός τουρισμός αποδείχθηκε ιδιαίτερα ανθεκτικός κατά την περίοδο της χρηματοπιστωτικής κρίσης, όπως διαπιστώνεται από

τα στοιχεία του Παγκόσμιου οργανισμού Τουρισμού και από τις ετήσιες εκθέσεις του παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (Χατζηδάκης, 2015). Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται συνοπτικά η επίδραση και η συμβολή του τουρισμού στην εθνική οικονομία της Ελλάδας την περίοδο από το 2014 έως το 2021.

Πίνακας 4: Η συμβολή του τουρισμού στην εθνική οικονομία

Πηγή: ΣΕΤΕ

ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΕΠ								
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Εισερχόμενος Τουρισμός	13.005	13.679	13.207	14.203	15.653	17.784	4.310	10.420
Μεταφορές/Κρουαζιέρα	1.907	2.005	2.085	2.144	2.366	2.594	641	1.222
Εγχώρια Δαπάνη	1.967	1.879	1.902	2.692	3.125	3.064	1.409	1.545
Άμεση Συμβολή του ΑΕΠ	16.880	17.564	16.736	19.039	21.143	23.442	6.361	13.186
Ως % ΑΕΠ	9,5%	10,0%	9,6%	10,6%	11,4%	12,5%	3,8%	15,9%
Συνολική Συμβολή στο ΑΕΠ	44.731	46.544	44.349	41.885	56.030	62.122	13.993	29.010
Ως % ΑΕΠ	25,1%	26,4%	25,5%	28,0%	30,3%	33,1%	10,2%	19,1%
ΑΕΠ	177.941	176.312	174.199	180.218	184.714	187.456	165.326	182.830

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε την ανοδική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ από το έτος 2014 μέχρι και το έτος 2019. Ωστόσο η καθοδική πορεία που παρουσίασε το έτος 2020 σαν αποτέλεσμα της υγειονομικής κρίσης λόγω την πανδημίας του Covid – 19 φαίνεται σύμφωνα και με τα στοιχεία του 2021 να υποχωρεί και ο τουρισμός να ανακάμπτει. Το γεγονός μάλιστα ότι ο τουρισμός, έπειτα από μια σύντομη ανακοπή της ανοδικής του τάσης επανέρχεται με γρήγορους ρυθμούς στη δυναμική αναπτυξιακή του πορεία, αποδεικνύει τη δυναμικότητα, την ανθεκτικότητα και την διαχρονικότητα του φαινομένου.

Πολλαπλασιαστής Τουρισμού

Η συμβολή του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν απορρέει από τα έσοδα που δημιουργούνται μέσω της παροχής τουριστικών υπηρεσιών καθώς και του κέρδους που δημιουργείται μέσω της ενεργοποίησης διάφορων άλλων οικονομικών κλάδων για την

κάλυψη της αυξημένης ζήτησης του τουριστικού προϊόντος (Τσέκερης & Σκούλτσος, 2015). Οι οικονομικοί κλάδοι που ενεργοποιούνται λόγω του τουρισμού, είναι ο κλάδος των κατασκευών (δομικά υλικά – έπιπλα), ο πρωτογενής τομέας (τρόφιμα) και οι κλάδοι μεταφορών και μεταποίησης (Τσάρτας, 2010). Σύμφωνα με τη μελέτη του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2012): «για κάθε μία χρηματική μονάδα που δημιουργείται μέσω μιας τουριστικής δραστηριότητας, προκαλείται επιπρόσθετη οικονομική δραστηριότητα της τάξης του 1,65 ευρώ και δημιουργείται συνολικά Ακαθάριστο Εγχώριο προϊόν ύψους 2,65 ευρώ. Συνεπώς, ο πολλαπλασιαστής τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται μεταξύ 2,2 και 2,65» (INSETE Intelligence, 2022). Ως εκ τούτου, το τουριστικό προϊόν δεν συνεισφέρει μόνο με ίδια έσοδα στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν αλλά δημιουργεί πρόσθετες οικονομικές δραστηριότητες σε άλλους οικονομικούς τομείς, που με τη σειρά τους προσφέρουν προστιθέμενη αξία στο ΑΕΠ. Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας καθώς και η ποσοστιαία μεταβολή του κάθε υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2021).

Πίνακας 5: Έμμεσα οφέλη του τουρισμού

Πηγή: Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020, INSETE Intelligence, Ιούνιος 2022.

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλαπλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Ποιοτικά Χαρακτηριστικά Ημεδαπών Τουριστών

Αναφορικά με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ημεδαπών τουριστών της χώρας προέκυψαν σύμφωνα με έρευνες της Ελληνικής Στατικής Αρχής τα ακόλουθα στοιχεία για τα έτη 2021 και 2022 αντίστοιχα.

Πίνακας 6: Άτομα (ημεδαποί), ταξίδια, διανυκτερεύσεις και δαπάνες, κατά κύριο λόγο ταξιδιού, 2020 – 2021

Πηγή: Έρευνα Ποιοτικών Χαρακτηριστικών Ημεδαπών Τουριστών, ΕΛΣΤΑΤ, 2022

Σε χιλιάδες, δαπάνες σε χιλιάδες ευρώ

	Άτομα ⁽¹⁾			Ταξίδια			Διανυκτερεύσεις			Δαπάνες		
	2020	2021	Μεταβολή %	2020	2021	Μεταβολή %	2020	2021	Μεταβολή % 2021/2020	2020	2021	Μεταβολή % 2021/2020
Σύνολο (όλες οι ηλικίες)	3.818	4.314	13,0	5.760	6.339	10,1	66.577	69.702	4,7	1.822.082	2.197.285	20,6
Σύνολο (ηλικίες 15 ετών και άνω)	3.138	3.521	12,2	4.768	5.213	9,3	56.904	60.024	5,5	1.679.078	2.017.184	20,1
Επαγγελματικοί λόγοι	105	105	0,1	164	159	-2,7	863	1.002	16,1	100.307	89.514	-10,8
Προσωπικοί λόγοι	3.101	3.471	11,9	4.604	5.053	9,8	56.041	59.022	5,3	1.578.771	1.927.670	22,1
Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές	2.535	2.926	15,4	3.585	4.002	11,6	46.705	50.346	7,8	1.289.907	1.611.608	24,9
Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους	608	600	-1,4	789	818	3,7	7.229	6.703	-7,3	215.871	235.198	9,0
Λοιποί προσωπικοί λόγοι	175	165	-5,7	230	233	1,2	2.108	1.973	-6,4	72.993	80.865	10,8

Από τις πληροφορίες του πίνακα, παρατηρείται ότι, το 2021, ο αριθμός των ατόμων που πραγματοποίησαν τουλάχιστον ένα ταξίδι ήταν 4,3 εκατομμύρια, ενώ ο αριθμός των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν ήταν 6,3 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση 13,0% και 10,1% αντίστοιχα σε σύγκριση με το έτος 2020. Ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων το έτος 2021 ήταν 69,7 εκατ., δηλαδή παρατηρήθηκε αύξηση της τάξεως του 4,7% συγκριτικά με τα στοιχεία του 2020. Επιπλέον, η δαπάνη για το έτος 2021 ανήλθε στα 2.197,3 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 20,6%.

Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία, τα άτομα ηλικίας 15 ετών και άνω που ταξίδεψαν τουλάχιστον μία φορά το έτος 2021 ήταν 3,5 εκατομμύρια, τα οποία πραγματοποίησαν 5,2 εκατομμύρια ταξίδια, σημειώνοντας μία αύξηση 12,2% και 9,3% αντίστοιχα, σε σύγκριση με το έτος 2020. Ο συνολικός αριθμός των διανυκτερεύσεων το 2021 ανήλθε σε 60,0 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 5,5% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Επιπρόσθετα, το συνολικό κόστος ήταν 2.017,2 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 20,1% (ΕΛΣΤΑΤ, 2022).

Πίνακας 7: Άτομα (ημεδαποί), ταξίδια, διανυκτερεύσεις και δαπάνες, κατά κύριο λόγο ταξιδιού, 2021 – 2022

Πηγή: Έρευνα Ποιοτικών Χαρακτηριστικών Ημεδαπών Τουριστών, ΕΛΣΤΑΤ, 2023

Σε χιλιάδες, δαπάνες σε χιλιάδες ευρώ

	Άτομα ⁽¹⁾			Ταξίδια			Διανυκτερεύσεις			Δαπάνες		
	2021	2022	Μεταβολή % 2022/2021	2021	2022	Μεταβολή % 2022/2021	2021	2022	Μεταβολή % 2022/2021	2021	2022	Μεταβολή % 2022/2021
Σύνολο (όλες οι ηλικίες)	4.314	4.786	10,9	6.339	8.254	30,2	69.702	79.501	14,1	2.197.285	3.328.556	51,5
Σύνολο (ηλικίες 15 ετών και άνω)	3.521	4.001	13,6	5.213	6.929	32,9	60.024	68.594	14,3	2.017.184	3.096.226	53,5
Επαγγελματικοί λόγοι	105	193	83,5	159	277	73,6	1.002	1.374	37,1	89.514	162.759	81,8
Προσωπικοί λόγοι	3.471	3.933	13,3	5.053	6.653	31,7	59.022	67.220	13,9	1.927.670	2.933.467	52,2
Ανάπαυση, αναψυχή, διακοπές	2.926	3.149	7,6	4.002	4.925	23,1	50.346	52.386	4,1	1.611.608	2.276.651	41,3
Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους	600	905	51,0	818	1.372	67,7	6.703	12.484	86,2	235.198	498.232	111,8
Λοιποί προσωπικοί λόγοι	165	281	70,1	233	355	52,4	1.973	2.351	19,2	80.865	158.583	96,1

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα προκύπτει ότι, το έτος 2022, τα άτομα όλων των ηλικιών που πραγματοποίησαν τουλάχιστον ένα ταξίδι ανήλθαν σε συνολικά 4,8 εκατομμύρια, ενώ πραγματοποίησαν 8,3 εκατομμύρια ταξίδια, σημειώνοντας αύξηση 10,9% και 30,2% αντίστοιχα σε σχέση με το 2021. Ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων το έτος 2022 σημειώθηκε στα 79,5 εκατ. και το κόστος στα 3.328,6 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 14,1% και 51,5% αντίστοιχα συγκριτικά με τα στοιχεία του 2021.

Ο αριθμός των ατόμων ηλικίας 15 ετών και άνω που ταξίδεψαν το έτος 2022 ανήλθε στα 4,0 εκατομμύρια και τα ταξίδια που πραγματοποίησαν στα 6,9 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση 13,6% και 32,9% αντίστοιχα, σε σύγκριση με το έτος 2021. Ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων που πραγματοποιήθηκε από τα άτομα αυτά το 2022 ήταν 68,6 εκατ. και οι δαπάνες σε 3.096,2 εκατ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση 14,3% και 53,5% αντίστοιχα σε σχέση με το προηγούμενο έτος (ΕΛΣΤΑΤ, 2022).

Κεφάλαιο 2: ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1: Εννοιολογική προσέγγιση

Ο τουρισμός με κριτήρια τους βασικούς συντελεστές της τουριστικής δραστηριότητας, και ειδικότερα τον χρόνο, τα κίνητρα, τον τόπο και τον πληθυσμό, κατηγοριοποιείται σε τρεις γενικές μορφές: τον μαζικό τουρισμό, τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων, και τον εναλλακτικό τουρισμό (Λαγός, 2005).

Ο μαζικός τουρισμός (mass tourism) αποτελεί την πιο διαδεδομένη και παραδοσιακή μορφή που επικρατεί στον τουρισμό, η οποία αφορά την πλειοψηφία του τουριστικού πληθυσμού που ταξιδεύει με σκοπό την αναζήτηση της ξεκούρασης και της διασκέδασης σε προορισμούς ηλιοτροπικούς (Λαγός, 2005). Οι μορφές με τις οποίες εμφανίζεται ο μαζικός τουρισμός στις χώρες υποδοχής είναι οι εξής: η δημιουργία θυλάκων με ανεπτυγμένη τουριστική ανάπτυξη και η εγκατάσταση μεγάλων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων τα οποία καλύπτουν εξ ολοκλήρου τις ανάγκες των τουριστών. Και στις δύο αυτές περιπτώσεις, η επαφή του τουρίστα γίνεται σχεδόν αποκλειστικά με άλλους τουρίστες, ενώ η επαφή του με τους ντόπιους πραγματοποιείται τις περισσότερες φορές μέσω του προσωπικού του ξενοδοχείου (Τσάρτας, 1987).

Ο Λαγός ορίζει τη μορφή αυτή του τουρισμού ως «τη παραδοσιακή αγορά διακοπών, η οποία περιλαμβάνει και το μεγαλύτερο τμήμα τουριστών, που στο ταξίδι του αναζητούν κυρίως τη ξεκούραση και τη διασκέδαση» (Λαγός, 2005). Αν και από περιοχή σε περιοχή ο μαζικός τουρισμός διαφοροποιείται, συνηθίζεται να αφορά ηλιοτροπικούς προορισμούς. Εκφράζεται από τη διεθνή τουριστική φιλολογία με τα 4 S (Sun, Sea, Sand και Service – Ήλιος, Θάλασσα, Αμμουδιά και Υπηρεσίες) με το κλίμα και το χαμηλό κόστος ως κριτήρια επιλογής του τουριστικού προορισμού (Λογοθέτης, 1988). Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός αποτελεί έναν παθητικό τύπο διακοπών όπου ο επισκέπτης δρα ως απλός παρατηρητής των δρώμενων της περιοχής, ενώ παράλληλα ζημιώνει περιβαλλοντικά ή κοινωνικά την περιοχή που επισκέπτεται.

2.2: Επιδράσεις στον προορισμό

Για πολλά χρόνια το μοντέλο ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού κυριάρχησε στην παγκόσμια αγορά. Κύριες χώρες εξαγωγής μαζικών τουριστών αποτελούσαν οι δυτικές αναπτυγμένες χώρες, οι οποίες διακινούσαν μεγάλο αριθμό τουριστών σε όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα σε αναπτυσσόμενες περιοχές. Ωστόσο, ο μαζικός χαρακτήρας της ανάπτυξης του τουριστικού αυτού μοντέλου, καθώς και η εγγενής ιστοπεδωτική του μορφή συνετέλεσαν στην υποβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών περιοχών. Ειδικότερα, η εφαρμογή του μοντέλου του μαζικού τουρισμού οδήγησε μέσα σε μερικές δεκαετίες στην εξάντληση των χαρακτηριστικών του τόπου και στην υποβάθμιση της περιοχής για τους ντόπιους κατοίκους (Krippendorf, 1987).

Στην εποχή που διανύουμε, ο μαζικός τουρισμός αντιμετωπίζει έντονη κριτική από τους ερευνητές λόγω των προβλημάτων που δημιουργεί στις κοινωνίες υποδοχής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά ζητήματα που εγείρει. Οι λόγοι για αυτά τα προβλήματα είναι, αφενός, η απρογραμμάτιστη και απεριόριστη ανάπτυξη του τουρισμού ως αποτέλεσμα της αύξησης της ζήτησης σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα και, αφετέρου, η μη λήψη μέτρων για την προστασία του φυσικού, πολιτιστικού, και κοινωνικοοικονομικού περιβάλλοντος. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Κύριο ζήτημα αποτελεί η σταδιακή αλλοίωση της πολιτιστικής ταυτότητας του τοπικού πληθυσμού και η αποξένωσή του σε μια μαζική ενότητα. Επιπλέον, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να προκαλέσει πληθυσμιακές πιέσεις και εντάσεις (θόρυβο, συνωστισμό κ.α.), απώλεια δικαιωμάτων ιδιοκτησίας, καθώς και διάφορες μορφές ρύπανσης (δασικές πυρκαγιές, ρύπανση των υδάτων κ.α.). Τέλος, αναφέρουμε την αισθητική υποβάθμιση, την έλλειψη ελέγχου, αλλά και τις χαμηλές αμοιβές που παρέχονται για εποχιακή εργασία, την άνοδο των τιμών, των αγαθών, και των συντελεστών παραγωγής που επιβαρύνουν οικονομικά κυρίως τον τοπικό πληθυσμό.

Οικονομικές επιδράσεις

Τα πλεονεκτήματα όσον αφορά τον οικονομικό τομέα από την δράση του μαζικού τουρισμού είναι μεγάλα σε μέγεθος καθώς μέσω αυτής της τουριστικής συμπεριφοράς διοχετεύεται έξτρα εισόδημα στις επιχειρήσεις του τόπου προορισμού. Στις θετικές οικονομικές επιπτώσεις συγκαταλέγεται η αύξηση του εθνικού εισοδήματος, η

δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, η περιφερειακή ανάπτυξη καθώς και η βελτίωση ή δημιουργία νέων έργων υποδομής (Μαυροδόντης, 2003).

Ωστόσο, τα αρνητικά οικονομικά αποτελέσματα δημιουργούνται από τις εποχικές διακυμάνσεις του φαινομένου οι οποίες οδηγούν στην ανεργία και στην αδρανοποίηση των επιχειρήσεων τους μήνες μη λειτουργίας. Επιπλέον, δημιουργούνται ανισότητες όσον αφορά την κατανομή του εθνικού εισοδήματος κατά περιφέρειες καθώς ορισμένοι προορισμοί της χώρας έχουν πλεονάζουσα ζήτηση με την κορύφωση του φαινομένου τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ ταυτόχρονα άλλοι προορισμοί δεν έχουν ζήτηση. Τέλος, ειδικά στις περιοχές με μαζική τουριστική ανάπτυξη εμφανίζεται υπερβάλλουσα άνοδος των τιμών των αγαθών και των υπηρεσιών που οδηγούν σε αρνητικές επιπτώσεις όσον αφορά το βιοτικό επίπεδο των μόνιμων κατοίκων που δεν επωφελούνται του φαινομένου.

Κοινωνικό – πολιτισμικές επιδράσεις

Στις θετικές κοινωνικές επιπτώσεις θα μπορούσε να συμπεριληφθεί η διατήρηση της συνοχής της κοινωνίας η οποία προκύπτει από την αύξηση των νέων θέσεων εργασίας και των εισοδημάτων των ντόπιων κατοίκων αποτρέποντας την μετανάστευσή τους στα αστικά κέντρα (Ανδριώτης, 2006). Ακόμη, το φαινόμενο του τουρισμού ενισχύει τις τοπικές παραδόσεις και τις πολιτισμικές δραστηριότητες του τόπου καθώς και την διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Οι αρνητικές όμως επιπτώσεις που υφίσταται η κοινωνία και ο πολιτισμός από τον μαζικό τουρισμό είναι βαρύνουσας σημασίας. Αρχικά, παρατηρούνται αλλαγές στα ήθη και στα έθιμα και στον τρόπο που αντιμετωπίζονται οι θεσμοί, οι οποίοι εκσυγχρονίζονται και υιοθετούν χαρακτηριστικά και αντιλήψεις αστικών θέσεων. Αλλαγές εμφανίζονται και στις τοπικές παραδόσεις, καθώς υιοθετούνται από τους κατοίκους αστικά πρότυπα αναφορικά με τον τρόπο διασκέδασης ενώ ταυτόχρονα οι παραδοσιακές εκδηλώσεις υφίστανται εγκατάλειψη. Επιπλέον, ο μαζικός τουρισμός τροποποιεί τα δεδομένα των τοπικών κοινωνιών δημιουργώντας γλωσσολογικές επιδράσεις. Ένα ακόμη φαινόμενο που απασχολεί τα τελευταία χρόνια τον αναπτυσσόμενο κόσμο αφορά τις φθορές αρχαιολογικών, θρησκευτικών χώρων και μνημείων που οφείλονται κυρίως στην μαζική ροή τουριστών. Τέλος, η περιέργεια των τουριστών για εξερεύνηση του περιβάλλοντος του τόπου υποδοχής οδήγησε στην εμπορευματοποίηση της κουλτούρας του τόπου. Η εμπορευματοποίηση αυτή επεκτάθηκε πέραν της λαϊκής τέχνης και στην παραδοσιακή

μουσική και τους χορούς που κατά κύρια βάση επιδιώκουν την ικανοποίηση των αναγκών της αγοράς και των τουριστών.

Περιβαλλοντικές επιδράσεις

Κατά κύριο λόγο οι επιδράσεις που υφίσταται το περιβάλλον από τις δραστηριότητες του μαζικού τουρισμού έχουν συνήθως αρνητικό αντίκτυπο. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες θετικές επιπτώσεις που προκύπτουν από την τουριστική δραστηριότητα και χρειάζεται να αναγνωριστούν. Συγκεκριμένα, ο τουρισμός ευνοεί την απόδοση εσόδων στη διατήρηση φυσικών περιοχών και στην ανάπτυξη πάρκων καθώς και προστατευόμενων περιοχών καθώς τα παραπάνω αποτελούν πόλο έλξης για τους επισκέπτες. Μία ακόμη απόρροια της τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί η βελτίωση των τοπικών υποδομών, όπως η βελτίωση των αεροδρομίων, των δρόμων και της διάθεσης των αποβλήτων με σκοπό την μείωση της ρύπανσης και την βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας του τόπου.

Η μαζική τουριστική ανάπτυξη επιδρά αρνητικά στο περιβάλλον αρχικά με την υποβάθμιση των οικοσυστημάτων και την επιβάρυνση της λειτουργίας αυτών. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην συνεχόμενη επέκταση των τουριστικών δομών σε βάρος των φυσικών εκτάσεων με σκοπό την κάλυψη των αυξημένων αναγκών της τουριστικής ανάπτυξης. Η χωρίς έλεγχο τουριστική αυτή ανάπτυξη οδηγεί σε διάφορων μορφών οικολογικών θεμάτων τα οποία συνεπάγονται διαταραχές της οικολογίας. Τέτοιου είδους διαταραχές αφορούν τόσο την διαταραχή της ποιότητας των φυσικών περιοχών όσο και των προτύπων συμπεριφοράς των ζώων εξαιτίας της ανεξέλεγκτης συμπεριφοράς των τουριστών και της αλόγιστης παραβίασης από την τουριστική ανάπτυξη. Επιπροσθέτως, σε περιοχές με έντονη τουριστική δραστηριότητα, παρατηρούνται προβλήματα μερικής ή πλήρους απώλειας βιοτόπων και βιοποικιλότητας, κατασπατάλησης υδάτινων πόρων και ρύπανσης των υδάτων του φυσικού περιβάλλοντος (Μαυροδόντης, 2003).

2.3: Περιβαλλοντικό αποτύπωμα

Η ταχεία ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας η οποία περιλαμβάνει την αύξηση των μετακινήσεων συνεπάγεται σε αύξηση των πιέσεων στους τόπους υποδοχής και συνακόλουθα σε σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Ειδικότερα, ο μεγάλος αριθμός επισκεπτών σε έναν προορισμό οδηγεί στην ανάγκη για δημιουργία μεγάλης

κλίμακας υποδομών για μετακινήσεις, διαμονή και αναψυχή, οι οποίες προκαλούν σημαντική αλλοίωση και υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Κύριες περιβαλλοντικές επιπτώσεις αποτελούν η διατάραξη των οικοσυστημάτων, η ρύπανση και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος (Μοίρα, 2022).

Όσον αφορά τους φυσικούς πόρους, η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την ρύπανση του αέρα. Η ατμοσφαιρική ρύπανση πηγάζει κυρίως από τα καύσιμα των μέσων μεταφοράς που χρησιμοποιούνται για τις μετακινήσεις προς και εντός κάποιου προορισμού. Ειδικότερα τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια καταναλώνουν καύσιμη ύλη η οποία συμβάλλει στην εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου και ιδίως διοξειδίου του άνθρακα το οποίο συμβάλλει στην κλιματική αλλαγή.

Με στόχο την διαχείριση των κλιματικών κινδύνων, έχουν δημιουργηθεί ορισμένα εργαλεία μέτρησης. Η ανάλυση του οικολογικού αποτυπώματος αποτελεί ζωτικής σημασίας εργαλείο για την αξιολόγηση της οικολογικής βιωσιμότητας. Ολοένα και περισσότεροι ερευνητές υιοθετούν την έννοια της αποτίμησης του οικολογικού αποτυπώματος με σκοπό τη λήψη πληροφοριών που σχετίζονται με την περιβαλλοντική ποιότητα μίας χώρας ή μίας περιοχής. Επιπλέον, πληθώρα οργανισμών, κοινοτήτων και χωρών έχει ενσωματώσει αυτόν τον δείκτη προκειμένου να εκτιμήσουν την πίεση που ασκεί ο ανθρώπινος πληθυσμός από την κατανάλωση πόρων, σε συνδυασμό με την συλλογή αποβλήτων, καθώς και την έκλυση διοξειδίου του άνθρακα. Ένα σημαντικό εργαλείο αποτελεί το αποτύπωμα άνθρακα με το οποίο πραγματοποιείται η εκτίμηση της συνολικής ποσότητας εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα που παράγονται άμεσα ή έμμεσα από μία δραστηριότητα είτε συσσωρεύεται κατά τα στάδια ζωής ενός προϊόντος, ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας.

2.4: Ειδικές μορφές τουρισμού

Η παρακμή του μαζικού τουρισμού οδήγησε στην δημιουργία προγραμμάτων ειδικών μορφών τουρισμού. Αρχικά σχηματίστηκε ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, τον οποίο επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με τα ειδικά κίνητρα και ενδιαφέροντα που έχουν, ενώ παράλληλα σχετίζεται με πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, όπως ο θρησκευτικός, επαγγελματικός, συνεδριακός, τουρισμός υγείας, εκπαιδευτικός και ιατρικός τουρισμός. Μέρος των ειδικών μορφών τουρισμού αποτελούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η βασική διαφοροποίηση από τις ειδικές μορφές έγκειται στο ότι οι

εναλλακτικοί τουρίστες έχουν ένα πιο πλατύ εύρος ενδιαφερόντων, το οποίο καλύπτει τη γνωριμία της τοπικής κουλτούρας, τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και κυρίως την αναζήτηση διαφορετικών αξιών και τρόπων ζωής.

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει οριστεί από πολλούς συγγραφείς ως μία νέα μορφή τουριστικής ανάπτυξης, η οποία μπορεί να περιγραφεί με επίθετα όπως «μικρής κλίμακας», «χαμηλών προσκρούσεων», «συμμετοχική» και «πράσινη» (Ανδριώτης, 2006). Αποτελεί μία τουριστική δραστηριότητα η οποία δεν έχει αρνητικές επιπτώσεις για το φυσικό και το κοινωνικό περιβάλλον, ενώ παράλληλα σέβεται τα ήθη και έθιμα των διαφόρων περιοχών αναπτύσσοντας τον αλληλοσεβασμό μεταξύ των επισκεπτών και των τοπικών πληθυσμών. Κύριο χαρακτηριστικό της έννοιας του εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί η επικοινωνία ανάμεσα στους γηγενείς πληθυσμούς και τους τουρίστες με την ανταλλαγή θετικών εμπειριών, καθώς και η παράλληλη έμφαση που δίνεται στον σεβασμό προς το περιβάλλον (Smith, 2011).

Σύμφωνα με τον Krippendorf (1987) στις βασικές αρχές του εναλλακτικού τουρισμού συμπεριλαμβάνεται η εξ ολοκλήρου διαφοροποίησή του από τον μαζικό τουρισμό. Και αυτό διότι ο εναλλακτικός τουρίστας αποφεύγει τα τετριμμένα ταξίδια. Αντιθέτως, αποζητά την περιήγηση και προτιμά να επισκέπτεται περιοχές απομακρυσμένες, που δεν έχουν κινήσει το ευρύ τουριστικό ενδιαφέρον. Ακόμη, ο εναλλακτικός τουρίστας προτιμά να επισκέπτεται μέρη ως μονάδα ή ενταγμένος σε ολιγάριθμες ομάδες, ενώ ο χρόνος παραμονής του στον τόπο που επισκέπτεται διαρκεί περισσότερο από αυτόν του μέσου τουρίστα (Laarman & Durst, 1987).

Σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα και Γκρίμπυ (2011) οι ειδικές μορφές τουρισμού χωρίζονται σε επτά γενικές ομάδες προϊόντων και είκοσι πέντε κύρια προϊόντα όπως παρουσιάζονται στη συνέχεια. Στην πρώτη ομάδα προϊόντων, βασικό κίνητρο αποτελεί η γνωριμία με την ύπαιθρο και τη φύση. Στην ομάδα αυτή ανήκει ο οικοτουρισμός, ο χιονοδρομικός τουρισμός καθώς και ο ορεινός τουρισμός. Στην δεύτερη ομάδα ανήκουν η θρησκεία, ο πολιτισμός, η εκπαίδευση, και η προβολή προϊόντων και υπηρεσιών. Παρακάτω αναλύονται συνοπτικά ορισμένες από τις ειδικές μορφές τουρισμού.

Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός αποσκοπεί στην εναρμόνιση της ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου με την αειφόρο ανάπτυξη. Αποτελεί την μορφή εκείνη του τουρισμού που ενσωματώνει τις αρχές της βιωσιμότητας και έχει ως επίκεντρο την επαφή με τη φύση,

την οποία διαχειρίζεται με τρόπο ηθικό, ούτως ώστε να μειώσει στο ελάχιστο βαθμό τις αρνητικές συνέπειες που προκαλεί η προσέλκυση και παραμονή των επισκεπτών στο φυσικό περιβάλλον (Fennel, 2008). Κύριο πλεονέκτημα του οικοτουρισμού αποτελεί η ανάπτυξη του καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου με αποτέλεσμα να μην υπόκειται στην εποχικότητα όπως άλλες μορφές τουρισμού.

Χιονοδρομικός τουρισμός

Ως χιονοδρομικός τουρισμός ορίζεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού που πραγματοποιείται στα χιονοδρομικά κέντρα και καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου. Η ανάπτυξη της μορφής αυτής του τουρισμού, προϋποθέτει την λειτουργία άρτια οργανωμένων χιονοδρομικών κέντρων για την διεξαγωγή χειμερινών σπορ. Διαφέρει από τον ορεινό τουρισμό στις εποχές που διεξάγεται καθώς ο χιονοδρομικός τουρισμός συγκεντρώνει επισκέπτες την περίοδο που υπάρχει χιονόπτωση (Σφακιανάκης, 2000).

Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός εμφανίζει ορισμένες ομοιότητες με τον χιονοδρομικό τουρισμό, ωστόσο δεν ταυτίζεται με αυτόν. Ειδικότερα, ο ορεινός τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που εκδηλώνονται αποκλειστικά σε ορεινές περιοχές. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της μορφής τουρισμού αποτελεί η ανάπτυξη του σε ορεινές περιοχές, οι οποίες καλύπτονται από βουνά που έχουν υψόμετρο άνω των 1.500 μέτρων και εμφανίζουν συνήθως σκληρή, ανάγλυφη μορφή με αιχμηρές κορυφές, απότομες πλαγιές και χαράδρες, ενώ είναι προσπελάσιμες από τους ορειβάτες μόνο κατά της διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου (Σφακιανάκης, 2000, p. 210).

Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται ως η παλαιότερη μορφή τουρισμού. Βασίζεται στην πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου και ειδικότερα τους αρχαιολογικούς χώρους, τα μνημεία, τα μουσεία, τα ήθη, τα έθιμα καθώς επίσης και την τοπική γαστρονομία. Πιο συγκεκριμένα, ο πολιτισμικός τουρισμός καλύπτει την ανάγκη του επισκέπτη για απόκτηση πνευματικών εμπειριών, ενώ κύριο τουριστικό προϊόν αποτελεί ο πολιτισμός του τόπου επίσκεψης και η γνωριμία του από τον επισκέπτη μέσω συμμετοχής (Σφακιανάκης, 2000).

Μαθησιακός Τουρισμός

Ο μαθησιακός τουρισμός αναφέρεται στην εναλλακτική μορφή τουρισμού που σχετίζεται με τη μάθηση. Σύμφωνα με τον ορισμό των Κοκκώση – Τσάρτα, ως μαθησιακός ή εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός νοείται το ταξίδι, κίνητρο του οποίου αποτελεί αφενός η εκπαίδευση (σεμινάρια, εκδηλώσεις, κ.α.) και αφετέρου η επιστήμη (έρευνες, επισκέψεις, κ.α.). Τα εν λόγω ταξίδια πραγματοποιούνται από συγκεκριμένες ομάδες τουριστών: μαθητές, φοιτητές, νέους επιστήμονες και εκπαιδευτικούς. Κατά τη διάρκεια αυτών των ταξιδιών λαμβάνουν μέρος δραστηριότητες πολιτιστικούς και ψυχαγωγικού χαρακτήρα (Κοκκώσης, et al., 2011).

Επαγγελματικός Τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μία από τις νεότερες μορφές τουρισμού. Αφορά τη μετακίνηση των ατόμων και την πραγματοποίηση ταξιδιών για επαγγελματικούς λόγους. Ωστόσο, τα άτομα που συμμετέχουν στα ταξίδια αυτά, φέρουν χαρακτηριστικά τουριστών καθώς διαμένουν για τουλάχιστον εικοσιτέσσερις ώρες εκτός της μόνιμης κατοικίας τους και πραγματοποιούν τουριστικές δραστηριότητες (. Ειδικότερα, ως επαγγελματικός τουρισμός νοούνται οι μετακινήσεις που ως σκοπό έχουν να δώσουν την δυνατότητα στον επαγγελματία ή έμπορο να αποκομίσει οφέλη για την άσκηση του επαγγέλματός του με την συμμετοχή του σε αποστολές και εκθέσεις αντίστοιχου ενδιαφέροντος ή με την αντιπροσώπευση προϊόντων από τον τόπο μόνιμης διαμονής του (Κολτσιδόπουλος, 2000, p. 47).

Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μία υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού. Ειδικότερα, αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού πηγάζει από την ανάγκη των ατόμων να ταξιδέψουν και να γνωρίσουν θρησκευτικά μνημεία και παραδόσεις θρησκευτικού περιεχομένου. Σύμφωνα με τον ΕΟΤ, ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά επισκέψεις σε θρησκευτικούς τόπους οι οποίοι περιλαμβάνουν εκκλησίες και μοναστήρια που βρίσκονται είτε στη χώρα διαμονής είτε σε κάποια άλλη χώρα για λόγους λατρείας ή συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις. Ο θρησκευτικός τουρισμός δεν ορίζεται από εποχές. Πραγματοποιείται όλη τη διάρκεια του χρόνου, ωστόσο ακολουθεί το θρησκευτικό εορτολόγιο (Σφακιανάκης, 2000).

Κεφάλαιο 3: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

3.1: Βασικές Αρχές Βιώσιμης Ανάπτυξης

Οι Τρεις Πυλώνες της Βιώσιμης Ανάπτυξης

Σκοπό της Βιώσιμης Ανάπτυξης αποτελεί η κάλυψη των αναγκών των παρόντων γενεών χωρίς την διακύβευση της ικανότητας των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες. Η έννοια της βιωσιμότητας περιλαμβάνει τρεις κύριες ζώνες – πυλώνες επιρροής. Οι «Τρεις πυλώνες της Βιωσιμότητας» αποτελούνται από τρεις πτυχές: την κοινωνική, την οικονομική, και την περιβαλλοντική. Για την αποτελεσματική επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης είναι απαραίτητη η σωστή λειτουργία και των τριών πυλώνων καθώς εάν κάποιος από αυτούς είναι αδύναμος, το σύστημα στο σύνολό του δεν είναι βιώσιμο.

Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα

Κύριος σκοπός της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας αποτελεί η ελαχιστοποίηση των επιπτώσεων των ανθρώπινων δραστηριοτήτων στο περιβάλλον καθώς και η διατήρηση των φυσικών οικοτόπων. Προκειμένου να επιτευχθεί η περιβαλλοντική βιωσιμότητα το φυσικό περιβάλλον χρειάζεται να διατηρεί την πλήρη λειτουργικότητα του για μεγάλο χρονικό διάστημα. Προς αυτόν τον σκοπό συνίσταται ο περιορισμός ή όπου είναι εφικτή η αποφυγή ενεργειών που διαταράσσουν την ισορροπία του περιβάλλοντος.

Οικονομική Βιωσιμότητα

Η οικονομική βιωσιμότητα αναφέρεται στην ικανότητα μιας οικονομίας να στηρίξει ένα ορισμένο επίπεδο οικονομικής παραγωγής επ' αόριστου. Ειδικότερα, η οικονομική βιωσιμότητα αναφέρεται σε αποφάσεις που δεν λαμβάνουν υπόψη μόνο την οικονομική ανάπτυξη, αλλά σε αποφάσεις που λαμβάνονται με έναν περισσότερο συνετό τρόπο. Στόχος αποτελεί η ενσωμάτωση των καλών επιχειρηματικών πρακτικών στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές της βιωσιμότητας.

Κοινωνική βιωσιμότητα

Η κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας είναι εξίσου σημαντική της κοινωνικής και οικονομικής βιωσιμότητας καθώς επικαλείται τις αποφάσεις και τα έργα που προάγουν την βελτίωση της κοινωνίας. Σε γενικότερο πλαίσιο, η κοινωνική βιωσιμότητα ενθαρρύνει την ιδέα της δικαιοσύνης μεταξύ των γενεών. Η έννοια περιλαμβάνει επίσης θέματα που άπτονται της κοινωνίας, όπως είναι η περιβαλλοντική νομοθεσία, τα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα, η ισότητα στην υγεία και η πολιτισμική επάρκεια.

Οι βασικές αρχές που είναι απαραίτητο να διέπουν τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού πηγάζουν από τις γενικές αρχές για τη βιώσιμη ανάπτυξη που διατυπώθηκαν στην Παγκόσμια Συνδιάσκεψη για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη στο Ρίο της Βραζιλίας το 1992. Οι γενικές αρχές για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού διατυπώθηκαν με την μορφή Χάρτας στο Παγκόσμιο Συνέδριο στο Λανθαρόττε, το 1995. Οι βασικές αρχές και στόχοι για μια προσέγγιση στον τουρισμό από τη σκοπιά της βιώσιμης ανάπτυξης όπως διατυπώθηκαν στο συνέδριο είναι οι εξής:

- Βιωσιμότητα στην τουριστική ανάπτυξη σημαίνει ότι επιβάλλεται να είναι φιλική προς το περιβάλλον στο παρόν και στο μέλλον καθώς και οικονομικά βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη για τις τοπικές κοινωνίες.
- Ο τουρισμός είναι ανάγκη να εναρμονίζεται με το φυσικό, πολιτισμικό και ανθρώπινο περιβάλλον.
- Ο τουρισμός είναι απαραίτητο να μεριμνά για τις επιπτώσεις του στην πολιτισμική κληρονομιά και την παράδοση της τοπικής κοινωνίας.
- Μια ενεργός συμμετοχή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει κοινές δράσεις και συμμετοχή σε αυτές όλων των φορέων του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα και αποτελεσματικούς μηχανισμούς συντονισμού σε όλα τα επίπεδα (τοπικό, εθνικό, περιφερειακό, κ.λπ.).

Η προστασία και ανάδειξη του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος απαιτεί συνεργασία για πολιτισμικές, τεχνολογικές και επαγγελματικές – οργανωτικές καινοτομίες, ιδίως στην ανάπτυξη εργαλείων ολοκληρωμένου σχεδιασμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης.

- Πρωτεύοντες στόχοι στην τουριστική ανάπτυξη είναι ανάγκη να είναι η διατήρηση του τουριστικού προορισμού και η ικανότητα εξυπηρέτησης των τουριστών στο πλαίσιο μιας στρατηγικής για τη βιώσιμη ανάπτυξη.
- Ο τουρισμός επιβάλλεται να βασίζεται στη διεύρυνση των ευκαιριών για τις τοπικές κοινωνίες συμβάλλοντας στο μέγιστο στην τοπική οικονομία.

- Ο τουρισμός είναι απαραίτητο να συμβάλλει αποτελεσματικά στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων και στον κοινωνικό – πολιτισμικό εμπλουτισμό του κάθε τόπου προορισμού.
- Η κεντρική διοίκηση και συναφείς φορείς με τη συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων θα πρέπει να αναλάβουν δράσεις που να συμβάλουν στον ολοκληρωμένο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης.
- Προτεραιότητα είναι ανάγκη να δίνεται στις δράσεις που συμβάλλουν στην ανάδειξη και προστασία του περιβάλλοντος και στους μηχανισμούς ενσωμάτωσης του περιβαλλοντικού κόστους στις επενδύσεις που αφορούν τον τουρισμό.
- Οι περιβαλλοντικά και πολιτισμικά ευαίσθητες περιοχές χρειάζεται να λάβουν ιδιαίτερη μέριμνα.
- Στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού προτεραιότητα χρειάζεται να δοθεί σε αυτές που συμβάλλουν σε μια προοπτική βιώσιμης ανάπτυξης με ταυτόχρονο σεβασμό στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.
- Ιδιαίτερη σημασία επιβάλλεται να δοθεί στη διάδοση και ανταλλαγή εμπειριών και γνώσης για δράσεις και τεχνολογίες που να ενσωματώνουν τον τουρισμό στη στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης.
- Η πολιτική βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό απαιτεί την υποστήριξη και προώθηση περιβαλλοντικά φιλικών συστημάτων διαχείρισης του τουρισμού.
- Ιδιαίτερη προσοχή είναι ανάγκη να δοθεί στο ρόλο και στις επιπτώσεις στο περιβάλλον από τις μεταφορές, στην αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας καθώς και στη διαχείριση των αποβλήτων.
- Η υιοθέτηση και εφαρμογή περιβαλλοντικά φιλικής δεοντολογίας είναι εξέχουσας σημασίας για όλους τους δρώντες στον τουρισμό.
- Η ευαισθητοποίηση όλων των μερών είναι σημαντική για την εφαρμογή των παραπάνω αρχών και στόχων (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού

Στο 5^ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον της Ευρωπαϊκής Ένωσης με τίτλο «προς την Αειφορία» ο τουρισμός αναγνωρίστηκε ως ένας από τους βασικούς τομείς με προτεραιότητα για δράση. Και αυτό διότι εκτιμήθηκε πως ο τουρισμός στις χώρες της Ε.Ε. αποτελεί μία δραστηριότητα που ασκεί μεγάλη επιρροή σε πλήθος περιοχών ως προς τους βιοτόπους, τους φυσικούς πόρους και τις υποδομές αυτών.

Ειδικότερα, στο 5^ο Πρόγραμμα Δράσης για το Περιβάλλον αναγνωρίστηκαν οι 5 τομείς που έχρηζαν άμεση παρέμβαση: η βιομηχανία, η ενέργεια, οι μεταφορές, η γεωργία, και ο τουρισμός. Όσον αφορά τον τουρισμό, δόθηκαν τρεις βασικές κατευθύνσεις δράσης οι οποίες συμπεριέλαβαν τη διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών και τέλος, την αλλαγή της τουριστικής συμπεριφοράς (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

3.2: Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

Η υιοθέτηση από όλα τα μέλη των Ηνωμένων Εθνών του «Οδηγού της Ατζέντας 2030 για την Βιώσιμη Ανάπτυξη» επιτεύχθηκε το έτος 2015. Η Ατζέντα για την Βιώσιμη Ανάπτυξη αναφέρεται ουσιαστικά στην επίτευξη 17 στόχων της Βιώσιμης Ανάπτυξης, μέσα σε έναν χρονικό πλαίσιο 15 ετών. Σκοπός της ενέργειας αυτής αποτελεί η ανάληψη δράσης για τον τερματισμό της φτώχειας, η προστασία του περιβάλλοντος, καθώς και η προστασία και βελτίωση της ζωής και των κοινωνιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά οι 17 στόχοι.



Εικόνα 1: Γραφική απεικόνιση των 17 στόχων της Ατζέντας 2013 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη

Πηγή: Ηνωμένα Έθνη, Περιφερειακό κέντρο πληροφόρησης του ΟΗΕ (<https://unric.org/el/17-στοχοι-βιωσιμησ-αναπτυξησ/>)

Πίνακας 8: Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (2016 - 2030)

Πηγή: Γενική Γραμματεία Νομικών και Κοινοβουλευτικών Θεμάτων
(https://gslegal.gov.gr/?page_id=5506)

Στόχος 1: Μηδενική Φτώχεια	Δίνουμε τέλος σε όλες τις μορφές της φτώχειας, παντού
Στόχος 2: Μηδενική Πείνα	Δίνουμε τέλος στην πείνα, πετυχαίνουμε την επισιτιστική ασφάλεια, βελτιώνουμε τη διατροφή και τη βιώσιμη γεωργία
Στόχος 3: Καλή υγεία και Ευημερία	Διασφαλίζουμε μία ζωή με υγεία και προάγουμε την ευημερία σε όλες τις ηλικίες
Στόχος 4: Ποιοτική Εκπαίδευση	Διασφαλίζουμε την ελεύθερη, ισότιμη, και ποιοτική εκπαίδευση προάγοντας τις ευκαιρίες για δια βίου μάθηση
Στόχος 5: Ισότητα των Φύλων	Επιτυγχάνουμε την ισότητα των φύλων και την χειραφέτηση όλων των γυναικών και των κοριτσιών
Στόχος 6: Καθαρό Νερό και Αποχέτευση	Διασφαλίζουμε τη διαθεσιμότητα και τη βιώσιμη διαχείριση του νερού και των εγκαταστάσεων υγιεινής για όλους
Στόχος 7: Φτηνή και Καθαρή Ενέργεια	Διασφαλίζουμε την πρόσβαση σε οικονομική, αξιόπιστη, βιώσιμη και σύγχρονη ενέργεια για όλους
Στόχος 8: Αξιοπρεπής Εργασία και Οικονομική Ανάπτυξη	Προάγουμε τη διαρκή, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς οικονομική ανάπτυξη και την πλήρη και παραγωγική απασχόληση και αξιοπρεπή εργασία για όλους
Στόχος 9: Βιομηχανία, Καινοτομία και Υποδομές	Οικοδομούμε ανθεκτικές υποδομές, προάγουμε την ανοιχτή και βιώσιμη βιομηχανοποίηση και ενθαρρύνουμε την καινοτομία
Στόχος 10: Λιγότερες Ανισότητες	Μειώνουμε την ανισότητα εντός και μεταξύ των χωρών
Στόχος 11: Βιώσιμες Πόλεις και Κοινότητες	Δημιουργούμε ασφαλείς, προσαρμοστικές βιώσιμες πόλεις και ανθρώπινους οικισμούς, χωρίς αποκλεισμούς
Στόχος 12: Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή	Διασφαλίζουμε τη βιώσιμη κατανάλωση και μεθόδους παραγωγής
Στόχος 13: Δράση για το Κλίμα	Αναλαμβάνουμε άμεση δράση για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των συνεπειών της
Στόχος 14: Ζωή στο Νερό	Προστατεύουμε και χρησιμοποιούμε με βιώσιμο τρόπο τους ωκεανούς, τις θάλασσες και του θαλάσσιους πόρους για βιώσιμη ανάπτυξη
Στόχος 15: Ζωή στη Στεριά	Πρωθούμε τη βιώσιμη χρήση των χερσαίων οικοσυστημάτων και δασών, καταπολεμούμε την ερημοποίηση, αποστρέφουμε την υποβάθμιση του εδάφους και της βιοποικιλότητας
Στόχος 16: Ειρήνη, Δικαιοσύνη και Ισχυροί Θεσμοί	Προάγουμε τις ειρηνικές και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνίες, παρέχουμε πρόσβαση στη δικαιοσύνη για όλους και οικοδομούμε αποτελεσματικούς θεσμούς σε όλα τα επίπεδα
Στόχος 17: Συνεργασία για τους Στόχους	Ενισχύουμε τα μέσα εφαρμογής και ανανεώνουμε την Παγκόσμια Συνεργασία για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη

3.3: Φέρουσα τουριστική ικανότητα

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό βασίζεται στη διάδοση εκείνων των μορφών τουρισμού που σχετίζονται με την κοινωνία, το φυσικό περιβάλλον και την ομαλή ενσωμάτωση του τουρισμού με τους γηγενείς πληθυσμούς των προορισμών. (Spenceley & Snyman, 2016). Οι Middleton και Hawkins (1998) διατυπώνουν τον ορισμό της φέρουσας τουριστικής ικανότητας ως: *«ένα μέτρο ανοχής σύμφωνα με το οποίο μια περιοχή ή ένα κτίριο μπορούν να δέχονται τουριστική δραστηριότητα και σαν το όριο πάνω από το οποίο ο τουρισμός σε μια περιοχή μπορεί να προκαλέσει δυσμενείς επιπτώσεις»*. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, χαρακτηριστικό του βιώσιμου τουρισμού αποτελεί η φέρουσα χωρική δυναμικότητα η οποία ορίζεται ως: *«ο μέγιστος αριθμός ατόμων που μπορούν να επισκεφθούν ταυτόχρονα έναν τουριστικό προορισμό, χωρίς να προκαλέσουν καταστροφή του φυσικού, οικονομικού, κοινωνικό – πολιτιστικού περιβάλλοντος και μια απaráδεκτη μείωση στην ποιότητα της ικανοποίησης των επισκεπτών»*.

Η φέρουσα τουριστική ικανότητα είναι μια έννοια η οποία χαρακτηρίζεται από πολλές διαστάσεις και αφορά τα όρια του φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος. Οι τρεις κύριες διαστάσεις που αποτελούν την φέρουσα τουριστική ικανότητα είναι: η φυσική – οικολογική, η κοινωνική – δημογραφική, και η πολιτική – οικονομική. Και οι τρεις διαστάσεις συνδέονται μεταξύ τους, ωστόσο αποκτούν διαφορετική βαρύτητα ανάλογα με τον τουριστικό προορισμό (Μοίρα, 2022).

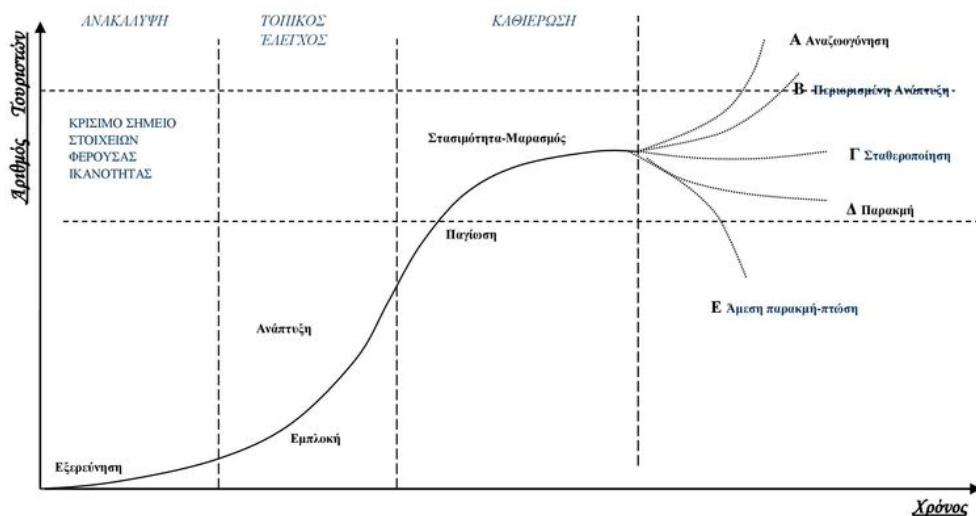
Η φυσική – οικολογική συνιστώσα αφορά το σύνολο των μεταβαλλόμενων και μη συστατικών του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος. Ειδικότερα, τα μη μεταβαλλόμενα συστατικά αναφέρονται στην αντοχή των φυσικών συστημάτων όπως είναι παραδείγματος χάριν η οικολογική ικανότητα, ενώ τα μεταβαλλόμενα συστατικά αφορούν κυρίως τις υποδομές όπως είναι οι παροχές ύδρευσης και τηλεπικοινωνιών. Η συνιστώσα εξετάζει ουσιαστικά το αποδεκτό όριο συμφόρησης ή πυκνότητας σε κύριες περιοχές ή χωρικές μονάδες καθώς και το αποδεκτό όριο ρύπανσης του αέρα, του νερού, και του θορύβου βάση της αντοχής ή της ικανότητας απορρόφησης των τοπικών οικοσυστημάτων και την απώλεια φυσικών πόρων χωρίς την καταγραφή σπουδαίας υποβάθμισης των λειτουργιών του οικοσυστήματος, της βιοποικιλότητας ή της απώλειας ειδών.

Η κοινωνική – δημογραφική συνιστώσα αφορά τις κοινωνικές παραμέτρους που διαδραματίζουν σπουδαίο ρόλο για τις τοπικές κοινότητες. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζεται ο αριθμός των διαφόρων τύπων τουρισμού που δύναται να αναπτυχθούν σε μία κοινότητα χωρίς να επηρεάζεται η ταυτότητα, ο τρόπος ζωής και τα κοινωνικά πρότυπα του τόπου υποδοχής. Επιπλέον η κοινωνική συνιστώσα αναφέρεται στο επίπεδο και στον τύπο του τουρισμού που δεν μεταβάλλει σε σημαντικό επίπεδο τον τοπικό πολιτισμό με άμεσο ή έμμεσο τρόπο.

Η πολιτική – οικονομική συνιστώσα αφορά στις επιπτώσεις που προκαλεί το τουριστικό φαινόμενο στην οικονομική κατάσταση του τόπου υποδοχής, στο επίπεδο της εξειδίκευσης όσον αφορά τον τουρισμό, στη συσσώρευση ανθρώπινου δυναμικού, στην κατανομή του εισοδήματος σε τοπικό επίπεδο που προέρχεται από τις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες και στο επίπεδο απασχόλησης στον τουρισμό αναφορικά με τους τοπικούς ανθρώπινους πόρους.

Κύκλος Ζωής Τουριστικού Προορισμού

Ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προορισμού εμφανίζει αρκετές ομοιότητες με τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος. Η διαφοροποίηση των δύο έγκειται στην ευκολότερη αντικατάσταση του προϊόντος σε σχέση με τον προορισμό, ο οποίος δεν μπορεί να αντικατασταθεί και οι αρνητικές επιπτώσεις επηρεάζουν την πορεία του. Σύμφωνα με το μοντέλο του Butler (1980) ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προορισμού περιέχει έξι στάδια όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα.



Διάγραμμα 2: Ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προορισμού κατά τον Butler

Στο παραπάνω σχήμα διακρίνεται ότι ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προορισμού παρουσιάζει στην αρχή μια αργή αύξηση, η οποία στη συνέχεια μεγαλώνει γρήγορα και στο τέλος χαρακτηρίζεται από σταθερότητα. Τα έξι στάδια του κύκλου ζωής ενός προορισμού είναι τα εξής:

1. *Στάδιο της εξερεύνησης (Exploration)*: Δεν διαθέτει τις κατάλληλες υποδομές ενώ ανακαλύπτεται από ένα μικρό αριθμό τουριστών.
2. *Στάδιο της εμπλοκής (Involvement)*: Ο προορισμός δέχεται αναγνωσιμότητα καθώς οι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής ασχολούνται σταδιακά με τον τουριστικό τομέα και υποδέχονται τους τουρίστες. Οι υποδομές και οι παροχές αυξάνονται. Στο στάδιο αυτό εντάσσονται οι προορισμοί που κατέχουν αρκετά περιθώρια τουριστικής ανάπτυξης.
3. *Στάδιο της ανάπτυξης (Development)*: Στο στάδιο αυτό διαφοροποιείται ο χαρακτήρας του προορισμού σε καθαρά τουριστικό. Επιπλέον οι σχέσεις των ντόπιων με τους τουρίστες μετατρέπονται σε εμπορικές ενώ η περιοχή διαφημίζεται σε έντονο βαθμό. Δημιουργείται πλέον στην περιοχή ο μαζικός τουρισμός και οι ξένες επιχειρηματικές επενδύσεις όπως τα τουριστικά γραφεία, τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια και τα μπαρ.
4. *Στάδιο της παγίωσης (Consolidation)*: Ενώ ο προορισμός σε αυτό το στάδιο κατέχει ένα τουριστικό ενδιαφέρον, η τουριστική ανάπτυξη ενώ είναι ικανοποιητική δεν αναπτύσσεται με τον ίδιο ρυθμό όπως στο προηγούμενο στάδιο. Οι ντόπιοι συνειδητοποιούν τις αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και στην τοπική κοινωνία.
5. *Στάδιο της στασιμότητας (Stagnation)*: Στο σημείο αυτό επέρχεται ο κορεσμός του προορισμού ενώ διακρίνεται και η υποβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος. Ο προορισμός έχει φτάσει το ανώτερο όριο τουριστικής χωρητικότητας ή έχει ξεπεράσει τα όρια της φέρουσας ικανότητας και οι τουρίστες στρέφονται σε πιο ελκυστικούς προορισμούς.
6. *Στάδιο της παρακμής ή της ανάκαμψης (Decline or Rejuvenation)*: Στο στάδιο αυτό ο αριθμός των τουριστών μειώνεται σημαντικά και η ανταγωνιστικότητά του προορισμού μένει χαμηλή. Η μη λήψη μέτρων στο σημείο αυτό θα οδηγήσει στην παρακμή ενώ αντίθετα με τη λήψη μέτρων και τη σωστή διαχείριση ο προορισμός θα ανακάμψει.

Ως αποτέλεσμα, η φέρουσα τουριστική ικανότητα ενός προορισμού ή μίας περιοχής προκύπτει κατά κύριο λόγο από τον κύκλο ζωής του τουριστικού προϊόντος που διαθέτει. Για αυτόν τον λόγο είναι σημαντικό να αξιολογείται η φέρουσα ικανότητα σε κάθε στάδιο της τουριστικής ανάπτυξης ούτως ώστε να λαμβάνονται τα απαραίτητα μέτρα τόσο από τους δημόσιους όσο και από τους ιδιωτικούς φορείς της περιοχής. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

3.4: Βιώσιμος τουρισμός

Ως έννοια, ο βιώσιμος τουρισμός αναδείχθηκε σαν αποτέλεσμα της ανάγκης για υιοθέτηση των πρακτικών της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουριστικό τομέα, ως άμεση υποχρέωση προς την κοινωνία. Ο βιώσιμος τουρισμός σύμφωνα με τον Goodall απαιτεί «η ζήτηση του ολοένα αυξανόμενου αριθμού τουριστών να ικανοποιείται με τρόπο ώστε να εξακολουθεί να τους ελκύει, και παράλληλα να ικανοποιεί τις ανάγκες των κατοίκων της χώρας υποδοχής με βελτιωμένο επίπεδο ζωής, ενώ προστατεύει το περιβάλλον και την πολιτιστική τους κληρονομιά». Σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό Τουρισμού Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) ο βιώσιμος τουρίστας ορίζεται ως: «ο τουρίστας ο οποίος λαμβάνει πλήρως υπ' όψη του τις παρούσες και τις μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες, εκφράζοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και τις κοινωνίες υποδοχής τουριστών».

Ο «βιώσιμος τουρισμός» λαμβάνει υπόψη την ισορροπία μεταξύ των τριών πυλώνων της βιώσιμης ανάπτυξης; του οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού πυλώνα καθώς και τις μεταξύ τους σχέσεις. Κατά αυτόν τον τρόπο σύμφωνα με τον UNWTO, ο βιώσιμος τουρισμός αποτελείται από τρεις κύριες λειτουργίες: Την επίτευξη την βέλτιστης χρήσης των φυσικών πόρων, η οποία είναι απαραίτητη προϋπόθεση στην ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, με την διαχείριση σημαντικών περιβαλλοντικών διαδικασιών και την υποστήριξη της κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας στους προορισμούς. Τον σεβασμό των παραδοσιακών και ηθικών αξιών της τοπικής κοινωνίας, της κοινωνικο – πολιτικής της αυθεντικότητας. Τέλος, η ευημερία όλων των εμπλεκόμενων μερών της τοπικής κοινότητας είναι αναγκαίο να διανέμεται με δίκαιο τρόπο και η ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών λειτουργιών σε μία περιοχή να περιλαμβάνει σταθερή απασχόληση, ευκαιρίες εισοδήματος, κοινωνικές υπηρεσίες στις κοινωνίες υποδοχής, καθώς και να συμβάλλει στην εξάλειψη της φτώχειας (UNWTO, 2020).

Αρχές ανάπτυξης Βιώσιμου Τουρισμού

Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του βιώσιμου τουρισμού, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (COM, 2007) αναφέρει ότι όλοι τα εμπλεκόμενα μέρη είναι απαραίτητο να τηρούν τις ακόλουθες αρχές:

- Υιοθέτηση μίας ολιστικής και ολοκληρωμένης προσέγγισης: όλες οι επιπτώσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό χρειάζεται να λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη του. Ο τουρισμός είναι αναγκαίο να εντάσσεται στο πλήρες φάσμα των δραστηριοτήτων που επηρεάζουν την κοινωνία και το περιβάλλον.
- Μακροπρόθεσμος σχεδιασμός: μέριμνα για τις ανάγκες της παρούσας και των μελλοντικών γενεών. Απαιτεί ικανότητα υποστήριξης των ενεργειών διαχρονικά.
- Επίτευξη κατάλληλου βηματισμού και ρυθμού ανάπτυξης: το επίπεδο, η μορφή καθώς και ο ρυθμός της ανάπτυξης χρειάζεται να απεικονίζουν και να σέβονται τον χαρακτήρα, τους πόρους και τις ανάγκες των κοινοτήτων υποδοχής.
- Συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών: ευρεία και ευσυνείδητη συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων καθώς και πρακτική εφαρμογή από όλους τους εμπλεκόμενους.
- Χρήση των βέλτιστων διαθέσιμων γνώσεων: οι πολιτικές είναι απαραίτητο να ενημερώνονται βάση των πλέον πρόσφατων διαθέσιμων γνώσεων.
- Ελαχιστοποίηση και διαχείριση του κινδύνου: σε περιπτώσεις αβεβαιότητας αναφορικά με την έκβαση, απαιτείται μία πλήρης αξιολόγηση και προληπτική δράση ούτως ώστε να ελαχιστοποιούνται οι βλαβερές συνέπειες στο περιβάλλον ή την κοινωνία.
- Απεικόνιση των επιπτώσεων σε κόστος: οι τιμές επιβάλλεται να απεικονίζουν το πραγματικό κόστος που φέρουν οι καταναλωτικές και παραγωγικές δραστηριότητες στην κοινωνία.
- Καθορισμός περιορισμών και τήρηση αυτών εφόσον απαιτείται: χρειάζεται να αναγνωρίζεται η χωρητικότητα των επί μέρους προορισμών και να υπάρχει η δυνατότητα περιορισμού του μεγέθους της τουριστικής ανάπτυξης όποτε αυτό είναι απαραίτητο.
- Διεξαγωγή συνεχούς παρακολούθησης και κατανόηση των επιπτώσεων έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα για εφαρμογή αλλαγών και βελτιώσεων.

Κεφάλαιο 4: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΡΓΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

4.1: Το Αργό κίνημα

Σύμφωνα με τον Luftus (2008) το Αργό Κίνημα έφερε έναν πιο αργό τρόπο ζωής στην επιφάνεια. Με σύμβολο το σαλιγκάρι, το Αργό Κίνημα στοχεύει στην αντιμετώπιση του ζητήματος της έλλειψης χρόνου, μέσω της σύνδεσης. Η σύνδεση αυτή αναφέρεται στην επαφή των ανθρώπων με τον πολιτισμό και τον τόπο τους, η οποία λόγω της τεχνολογικής προόδου και τους γρήγορους ρυθμούς ζωής που έχουν επικρατήσει, έχει πλέον χαθεί. Προς αυτόν τον σκοπό, το Αργό Κίνημα υποστηρίζει μία πολιτιστική αλλαγή προς την επιβράδυνση για την επανάκτηση της επαφής με τον φυσικό κόσμο.

Σύμφωνα με τον Carl Honoré το Αργό Κίνημα δεν έχει ξεκάθαρα όρια. Σκοπός του Αργού Κινήματος είναι να συνδέσει πολλά μέρη στον κόσμο και η φιλοσοφία του να προσαρμοστεί σε διάφορες πλευρές της ζωής. Το «Αργό» έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει έναν τρόπο ζωής ενώ εκτιμάται ότι στην αργή ζωή, ο χρόνος οδηγεί στην δημιουργικότητα. Σε αυτό το πλαίσιο το ρητό «το λιγότερο είναι περισσότερο» έρχεται σε αντίθεση με τους γρήγορους ρυθμούς ζωής του Δυτικού Κόσμου.

Η τάση του Αργού Κινήματος χαρακτηρίζει επίσης τη φιλοσοφία του Αργού Φαγητού (Slow Food), τη φιλοσοφία της Αργής Πόλης (Slow City ή «Cittaslow») καθώς επίσης και τη φιλοσοφία του Αργού Τουρισμού (Slow Tourism).

4.2: Το κίνημα του Αργού Φαγητού

Το κίνημα του Αργού Φαγητού (Slow Food) αποτελεί την πρώτη μορφή εμφάνισης του Αργού Κινήματος. Σύμφωνα με τον Hall (2007) το κίνημα του Αργού Φαγητού αναφέρεται σε έναν μη κερδοσκοπικό, οικο – γαστρονομικό οργανισμό ο οποίος συστάθηκε το 1989. Ειδικότερα, η διαμαρτυρία κατά του γρήγορου φαγητού ξεκίνησε στην Ιταλία, με την επίκριση αυτού, λόγω του ότι δεν χρησιμοποιούσε τοπικά προϊόντα ενώ παράλληλα ενίσχυε τη μαζική βιομηχανοποίηση της μαγειρικής. Ο όρος «Αργό Φαγητό» επινοήθηκε κατά τη διάρκεια μιας διαμαρτυρίας εναντίον των Mac Donald's το 1986 που αποσκοπούσε στην παρεμπόδιση της εισβολής της Αμερικανικής αλυσίδας «Γρήγορου

Φαγητού» στην πόλη της Ρώμης. Η αντίδραση αυτή απέκτησε διεθνή μορφή ως αντίδραση στην επέκταση των καταστημάτων fast food που προσφέρουν χαμηλής ποιότητας φαγητό.

Στη φιλοσοφία του Αργού Φαγητού εκτιμώνται οι παραδόσεις του τοπικού φαγητού και η απόλαυσή του. Επίσης, χαρακτηρίζεται από την προώθηση της παραδοσιακής γαστρονομίας και την ενίσχυση των τοπικών οικοσυστημάτων. Ο Οργανισμός Αργού Φαγητού αποτελεί μία συνεργασία από διαφορετικά μέλη που παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις γεύσεις και την τροφή. Στον Οργανισμό Αργού Φαγητού συμμετέχουν περισσότερα από 100.000 εγκεκριμένα μέλη παγκοσμίως (Lee, et al., 2014). Τα μέλη του οργανισμού του οργανισμού επιδιώκουν μέσω της επικοινωνίας μεταξύ των παραγωγών και των καταναλωτών την προστασία της βιοποικιλότητας των τροφών. Πιο συγκεκριμένα, οι δράσεις γύρω από τις οποίες επικεντρώνεται ο οργανισμός Αργού Φαγητού είναι οι εξής:

- Ενασχόληση με την διαφύλαξη των τοπικών φαγητών και την υπεράσπιση των γαστρονομικών παραδόσεων κάθε τόπου μέσω των έργων για την βιοποικιλότητα.
- Διδασκαλία της απόλαυσης του φαγητού με βάση σωστών επιλογών οι οποίες στηρίζονται στο σύνθημα του οργανισμού για καλό, καθαρό και δίκαιο φαγητό (good, clean, and fair) μέσω της εκπαίδευσης για τις τροφές και τη γεύση.
- Διοργάνωση εορτών σχετικών με τις γαστρονομικές παραδόσεις της Ευρώπης και της Ασίας καθώς και συνεδριάσεων των παγκοσμίων δικτύων στις διεθνείς εκδηλώσεις του οργανισμού.
- Αντιμετώπιση θεμάτων όπως η καλή διαβίωση των ζώων και άλλων που σχετίζονται άμεσα με την διατροφή και αντιμετωπίζονται ως ξεχωριστές θεματικές ενότητες το αργό κρέας, το τυρί, το ψάρι, το κρασί, τα απορρίμματα των τροφίμων, κ.α.
- Η επικοινωνία με ανθρώπους που μοιράζονται το ίδιο πάθος για την αλλαγή του συστήματος των τροφίμων μέσω του παγκόσμιου δικτύου λειτουργίας του οργανισμού.

4.3: Το κίνημα των Αργών Πόλεων

Το κίνημα των Αργών Πόλεων (γνωστό στη διεθνή βιβλιογραφία και ως “Cittaslow”) αποτελεί υποσύνολο του κινήματος του Αργού Τουρισμού. Ιδρύθηκε το 1999 από τον Paolo Saturnini, ο οποίος ήταν δήμαρχος της πόλης Greve στο Chianti της Τοσκάνης,

και έχει προσδιοριστεί ως ένα αστικό κοινωνικό κίνημα και μοντέλο τοπικής διακυβέρνησης (Pink, 2008). Το κίνημα των Αργών Πόλεων, επιδιώκει την επέκταση της φιλοσοφίας του Αργού Φαγητού σε όλες τις φάσεις της αστικής ζωής. Παρόμοια με το κίνημα του Αργού Φαγητού, επικεντρώνεται στην ανάπτυξη των τόπων με βάσεις το ποιοτικό φαγητό, το υγιές περιβάλλον, τις βιώσιμες οικονομίες, καθώς και τους πατροπαράδοτους ρυθμούς της κοινότητας. Σύμφωνα με τους Tranter και Trolley (2020) το κίνημα των Αργών Πόλεων αντιπροσωπεύει δύο συνεργατικές στρατηγικές, την ελάττωση της ταχύτητας του μηχανοκίνητου ταξιδιού και παράλληλα την ενθάρρυνση της πεζοπορίας και χρήσης ποδηλάτου και δημόσιων μέσων μεταφοράς (Tranter & Trolley, 2020).

Από το 1999 το κίνημα Cittaslow έχει εξαπλωθεί σε 30 χώρες και παράλληλα έχει πιστοποιήσει 287 πόλεις σε παγκόσμιο επίπεδο, με την πλειονότητα αυτών να βρίσκονται στην Ευρώπη. Για να καταφέρει μία πόλη να λάβει μέρος στο κίνημα, είναι απαραίτητο να πληροί ορισμένα κριτήρια. Αρχικά ο πληθυσμός της πόλης που επιθυμεί την ένταξη στο κίνημα Cittaslow δεν θα πρέπει να ξεπερνά τους 50.000 κατοίκους. Ακόμη, χρειάζεται να πληροί ορισμένα περιβαλλοντικά μέτρα με στόχο την προστασία των περιβαλλοντικών πλεονεκτημάτων της πόλης, τα οποία αφορούν τον έλεγχο της ρύπανσης της ατμόσφαιρας, την διαχείριση των αποβλήτων και τις εναλλακτικές πηγές ενέργειας. Ορισμένα από τα κριτήρια αφορούν επίσης την οικονομική ανάπτυξη μέσω της παραγωγής και κατανάλωσης τοπικών προϊόντων. Η πιστοποίηση των πόλεων αφορά 72 απαιτήσεις ποιότητας οι οποίες χωρίζονται σε 7 μακροοικονομικά πεδία ως εξής:

1. Ενεργειακές και περιβαλλοντικές πολιτικές: πάρκα, πράσινες περιοχές, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ανακύκλωση κ.α.
2. Πολιτικές υποδομής: εναλλακτική κινητικότητα, ποδηλατοδρόμοι, κ.α.
3. Πολιτικές ποιότητας της αστικής ζωής: αναπροσανατολισμός και επαναχρησιμοποίηση περιθωριοποιημένων περιοχών, πόλεις καλωδιακών δικτύων κ.α.
4. Γεωργικές, τουριστικές και βιοτεχνικές πολιτικές: Απαγόρευση χρήσης γενετικά τροποποιημένων καλλιεργειών, αύξηση αξίας παραδοσιακών τεχνών, κ.α.
5. Πολιτικές για τη φιλοξενία, την ευαισθητοποίηση και την κατάρτιση: αυξημένη ευαισθητοποίηση χειριστών και εμπόρων, διαφάνεια των προσφορών, σαφής προβολή των τιμών, κ.α.
6. Κοινωνική συνοχή: ενσωμάτωση ατόμων με αναπηρία, φτώχεια, μειονοτήτων που υφίστανται διακρίσεις, κ.α.

7. Συνεργασίες: συνεργασίες με άλλους οργανισμούς οι οποίοι προωθούν φυσικά και παραδοσιακά τρόφιμα κ.α.

4.4: Το κίνημα του Αργού Τουρισμού

Το κίνημα του Αργού Τουρισμού αποτελεί μία νέα τάση του σύγχρονου τουρισμού. Η τάση αυτή δημιουργήθηκε από την ευρύτερη τάση του Αργού Κινήματος που χαρακτηρίζεται από τη φιλοσοφία του Αργού Φαγητού και της Αργής Πόλης. Η βραδύτητα αποτελεί τον πυρήνα των Αργών τουριστικών δραστηριοτήτων (Heitmann, et al., 2011). Ο Αργός Τουρισμός είναι απαραίτητο να πληροί δύο θεμελιώδεις αρχές: «να κάνουμε τα πράγματα με τη σωστή ταχύτητα» και να επιδιώκει την πραγματική σύνδεση με το μέρος. Η πρώτη αρχή του Αργού Τουρισμού, περιλαμβάνει την προσπάθεια για αλλαγή των καθημερινών συνηθειών και ιδιαίτερα αλλαγή του τρόπου διαχείρισης του χρόνου και της στάσης των ατόμων απέναντι στην ταχύτητα. Το αργό ταξίδι συνδέεται με μια διαφορετική προσέγγιση για την κατανόηση του φυσικού περιβάλλοντος. Ειδικότερα, το περιβάλλον δεν συλλαμβάνεται απλώς ως «εικόνα», αλλά γίνεται αντιληπτό και με τις πέντε αισθήσεις. Η δεύτερη αρχή, της πραγματικής σύνδεσης με τον τόπο, αναφέρεται στην ανάπτυξη αποτελεσματικής επικοινωνίας και συμμετοχής στην καθημερινή ζωή των κατοίκων ενός τόπου μέσω της βαθύτερης σύνδεσης με τον τοπικό πολιτισμό και τη μοναδικότητα αυτού.

Επιπρόσθετα, ο Αργός Τουρισμός σχετίζεται με την οικολογία και την αειφόρο ανάπτυξη. Σύμφωνα με τον Matos (2004) η αειφόρος ανάπτυξη θεωρείται σημαντικός πυλώνας της φιλοσοφίας του Αργού Τουρισμού. Οι Dickinson και Lumsdon επεκτείνουν την έννοια του Αργού Τουρισμού στα αεροπορικά και οδικά ταξίδια, σύμφωνα με τα οποία οι άνθρωποι ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς πιο αργά και μέσω της ξηράς, παραμένοντας εκεί για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Οι Dickson, Lumsdon και Robbins προσδιόρισαν τρεις βασικούς πυλώνες του αργού ταξιδιού. Ο πρώτος πυλώνας αναφέρεται στο «να κάνεις να πράγματα με τη σωστή ταχύτητα». Ο δεύτερος είναι να αλλάξει η συμπεριφορά κάποιου από την άποψη της ταχύτητας και ο τρίτος σχετίζεται με την επιδίωξη της ποιότητας έναντι της ποσότητας.

Στη σύγχρονη εποχή το Αργό Ταξίδι υπάρχει κατά μία έννοια ως ένα εκκολλητό και κάπως εκλεκτικό κίνημα το οποίο βρίσκει στήριξη από ομάδες συγγραφέων, επιχειρηματιών μικρής κλίμακας, έναν αυξανόμενο αριθμό ακαδημαϊκών καθώς και έναν

μικρό αριθμό ανεξάρτητων τουριστών. Επίσης το αργό ταξίδι αποτελεί έναν τομέα προσφοράς από εταιρείες και προορισμούς που προβάλλουν τα ταξιδιωτικά πακέτα τους οι οποίες ακολουθούν τις βασικές αρχές που στηρίζουν τα αργά ταξίδια. Ο Gardner (2009) συσνόπισε τα παραπάνω ως εξής (Lumsdon & McGrath, 2011):

- Το αργό ταξίδι θα μπορούσε να ταυτιστεί με μία κατάσταση του μυαλού.
- Οι τουρίστες είναι αναγκαίο να ταξιδεύουν «αργά» και να αποφεύγουν τα αεροσκάφη.
- Το ταξίδι είναι συνδεδεμένο με την τουριστική εμπειρία.
- Η τοποθεσία έχει σημαντικό ρόλο.
- Η επιβράδυνση για την απόλαυση μίας πόλης ή ενός τοπίου είναι βασικό στοιχείο.
- Η διάδραση με τους ντόπιους ανθρώπους και η γνωριμία του πολιτισμού συμβάλλουν στην καλύτερη τουριστική εμπειρία.
- Οι τουρίστες χρειάζεται να ανακαλύπτουν ευκαιρίες αναζητώντας το απροσδόκητο.
- Η προσφορά στις τοπικές κοινωνίες είναι πολύ σημαντική.

4.4.1: Διαφορές Αργού και Μαζικού Τουρισμού

Ο μαζικός ή διαφορετικά «γρήγορος» τουρισμός περιλαμβάνει την επίσκεψη σε δημοφιλείς και εμπορευματοποιημένους προορισμούς εντός των ορίων της πίεσης χρόνου που οφείλεται στην αυξημένη ζήτηση. Εξαιτίας αυτού του φαινομένου, ο μαζικός τουρισμός οδηγεί συχνά σε απρόσωπη επικοινωνία με τους κατοίκους και έλλειψη απόλαυσης του επισκεπτόμενου περιορισμού. Ο μαζικός τουρισμός δεν παρέχει στον ταξιδιώτη τη δυνατότητα να γνωρίσει πραγματικά τον τόπο, να απολαύσει τον προορισμό και να έρθει σε επαφή με τους κατοίκους, να μυηθεί στην τοπική γαστρονομία ή να κατανοήσει την κουλτούρα του τόπου. Αντίθετα, κύρια χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού αποτελούν οι επιφανειακές εμπειρίες και οι θολές αναμνήσεις συνοδευόμενες από το άγχος να επισκεφτεί κανείς όσο δυνατόν περισσότερα αξιοθέατα.

Από την άλλη πλευρά, ο αργός τουρισμός προσφέρει το «αντίδοτο» στο φαινόμενο του μαζικού τουρισμού. Υπό αυτό το πρίσμα, το γρήγορο ταξίδι αντικαθίστανται από ένα αργό, ευχάριστο και χαλαρωτικό ταξίδι. Ένα από τα βασικά στοιχεία του αργού τουρισμού αποτελεί η δυνατότητα του ταξιδιώτη να αποτελέσει ενεργό μέλος της τοπικής κοινωνίας, να συνδεθεί με τους ανθρώπους και να δημιουργήσει πιο δυνατές αναμνήσεις από το ταξίδι και τον προορισμό. Επιπλέον, ο αργός τουρισμός συνεπάγεται τη σύνδεση με τον τοπικό πολιτισμό. Κατά αυτόν τον τρόπο, οι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν σύμφωνα

με τα κριτήρια του αργού τουρισμού, παραμένουν στον προορισμό της επιλογής τους για εκείνο το χρονικό διάστημα που απαιτείται ούτως ώστε να συμμετάσχουν στην καθημερινή ζωή της τοπικής κοινωνίας. Προτιμάται ακόμη η παραμονή σε καταλύματα με σεβασμό στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον με την ταυτόχρονη αποφυγή ξενοδοχειακών συγκροτημάτων. Σε γενικότερο πλαίσιο, οι αργοί τουρίστες προτιμούν την απόλαυση μικρής κλίμακας εξατομικευμένων υπηρεσιών και τοπικών προϊόντων. (Moira, et al., 2017).

Στον ακόλουθο πίνακα παρατίθενται οι βασικές διαφορές μεταξύ μαζικού και αργού τουρισμού

Πίνακας 9: Σύγκριση μαζικού και αργού τουρισμού

Πηγή: Moira, Mylonopoulos & Kondoulaki, 2017

Μαζικός Τουρισμός	Αργός Τουρισμός
Γρήγορες μετακινήσεις	Αργές μετακινήσεις
Κυριαρχία αεροπλάνου, ναυλωμένης πτήσης	Χρήση εναλλακτικών μέσων μεταφοράς π.χ. τρένο, λεωφορείο
Μετακίνηση με υψηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα	Μετακίνηση με χαμηλές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα
Ταχύτητα	Βραδύτητα
Το ταξίδι ταυτίζεται με τη μετακίνηση	Η μετακίνηση είναι μέρος του ταξιδιού
Επίσκεψη σε πολυάριθμα αξιοθέατα	Αντίληψη του τοπικού χαρακτήρα
Ποσοτικοποίηση των επισκεπτόμενων περιοχών	Ποιοτικοποίηση - μεγιστοποίηση της απόλαυσης του προορισμού
Παθητικός τουρισμός	Ενεργός τουρίστας
Τυποποιημένες εμπειρίες	Αυθεντικές εμπειρίες
Τυποποιημένη διατροφή τύπου μαζικής εστίασης (catering)	Τοπική και παραδοσιακή διατροφή
Επιφανειακή – απρόσωπη γνωριμία με τον τόπο και τους κατοίκους	Ουσιαστική επαφή – επικοινωνία με τόπο και κατοίκους
Διαμονή σε εμπορευματοποιημένα θέρετρα ή ξενοδοχειακά συγκροτήματα	Διαμονή σε μικρές μονάδες φιλοξενίας
Ομαδικές επιλογές, έλλειψη ευελιξίας επιλογών	Ατομικές επιλογές, ευελιξία
Ομηρία από τις τεχνολογίες επικοινωνίας στη διάρκεια των διακοπών	Απεγκλωβισμός από τις τεχνολογίες επικοινωνίας στη διάρκεια των διακοπών

4.4.2: Ο Αργός Τουρισμός στην Ελλάδα

Όσον αφορά την Ελλάδα, η φιλοσοφία του Αργού Τουρισμού συνάδει με τον πολιτισμό και την γεωμορφολογία της χώρας (Μοίρα, 2018). Ειδικότερα, υπάρχουν δύο βασικοί πυλώνες της χώρας, το πολιτισμικό περιβάλλον και το φυσικό περιβάλλον τα οποία σε συνδυασμό με το στοιχείο της ελληνικής φιλοξενίας μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του Αργού Τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό, ο Αργός Τουρισμός στην Ελλάδα παρέχει τη δυνατότητα για επικοινωνία μεταξύ του επισκέπτη και του κατοίκου του προορισμού σε ένα αυθεντικό φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Για την Ελλάδα, ο αργός τουρισμός πλέον ενδείκνυται του μαζικού τουρισμού καθώς επιτυγχάνει επιπλέον την ουσιαστική συμβίωση του ανθρώπου με το περιβάλλον.

Μία οργανωμένη προσπάθεια που έχει ως στόχο την προβολή της χώρας ως προορισμό για δραστηριότητες Αργού Τουρισμού αποτελεί το διασυνοριακό πρόγραμμα Med Pearls. Το πρόγραμμα αυτό βρίσκεται σε ισχύ από τον Σεπτέμβριο του 2019 έως και τον Μάιο του 2023 και έχει ως στόχο την καθιέρωση της διεθνής θέσης της Μεσογείου ως σημαντικού προορισμού ποιότητας για τον Αργό Τουρισμό. Το έργο επιδιώκει την συνεργασία μεταξύ εταίρων από διαφορετικές χώρες της Μεσογείου: Παλαιστίνη, Ιορδανία, Αίγυπτος, Ιταλία, Ισπανία και Ελλάδα, για τον σχεδιασμό νέων προϊόντων τουρισμού τα οποία θα συμβάλλουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την καινοτομία και τη βιωσιμότητα του φαινομένου του τουρισμού. Ειδικότερα, το συγκεκριμένο έργο έχει συνολικό προϋπολογισμό 3 εκατ. ευρώ και θέτει τους εξής στόχους:

- Τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης που προκύπτουν από την ανάπτυξη προϊόντων σχετικών με τον Αργό Τουρισμό
- Την επέκταση της μέσης διάρκειας παραμονής των ταξιδιωτών
- Την προώθηση λιγότερο γνωστών τουριστικών περιοχών
- Την αξιοποίηση των τοπικών πόρων με σεβασμό και βιώσιμο τρόπο
- Την εμπλοκή των τοπικών κοινοτήτων
- Την προβολή της Μεσογείου ως έναν αναπόσπαστο τουριστικό προορισμό και όχι απλώς ως ένα άθροισμα διαφορετικών αγορών.

Μέσω του προγράμματος Med Pearls αναμένεται να ωφεληθούν 630 ιδιωτικοί φορείς μεταξύ αυτών εταιρείες διαχείρισης προορισμών, ιδιοκτήτες καταλυμάτων, εταιρείες μεταφορών, εταιρείες αθλητικού και ενεργού τουρισμού και νεοφυείς επιχειρήσεις, 120 δημόσιοι φορείς καθώς και οι τουρίστες και οι τοπικές κοινωνίες (www.enicbcmed.eu, 2018).

Κεφάλαιο 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1: Γενικοί στόχοι

Βασικός σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτέλεσε η παρουσίαση του κινήματος του Αργού Τουρισμού. Στο πλαίσιο της καλύτερης κατανόησης των προοπτικών ανάπτυξης του κινήματος του Αργού Τουρισμού στην Ελλάδα, πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της έρευνας είναι η ανάδειξη των προτιμήσεων των Ελλήνων για τις δραστηριότητες του Αργού Τουρισμού, καθώς και των παραγόντων που επηρεάζουν τις επιλογές τους. Επιμέρους στόχοι της έρευνας αποτέλεσαν ο εντοπισμός των χαρακτηριστικών των τουριστών που ενδιαφέρονται για τον Αργό Τουρισμό, η παρουσίαση της υφιστάμενης κατάστασης στην Ελλάδα και η αναζήτηση προοπτικών ανάπτυξης του Αργού Τουρισμού.

5.2: Μεθοδολογία

Για την παρούσα εργασία, διαμοιράστηκε ηλεκτρονικά στους συμμετέχοντες ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελούνταν από 13 ερωτήσεις. Για την δημιουργία του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε το docs.google.com. Η διανομή του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτυακών ιστοτόπων όπως το Facebook, το Instagram και το LinkedIn. Το δείγμα που συγκεντρώθηκε από τον διαμοιρασμό του ερωτηματολογίου αποτελείται από 126 άτομα. Έπειτα από την συγκέντρωση των δεδομένων ακολούθησε η ανάλυσή τους με τη χρήση του JASP.

Στο ερωτηματολόγιο υπήρξαν τρεις ενότητες ερωτήσεων. Η πρώτη ενότητα αποτελούνταν από 4 ερωτήσεις και αφορούσε τις προτιμήσεις των ατόμων σχετικά με τις μεταφορές και τα ταξίδια. Η δεύτερη ενότητα αποτελούνταν από 3 ερωτήσεις με σκοπό τον προσδιορισμό της υφιστάμενης κατάστασης και των προοπτικών ανάπτυξης του αργού τουρισμού στην Ελλάδα. Τέλος η τέταρτη ενότητα αφορούσε τα δημογραφικά στοιχεία των συνεντευξιζόμενων, αποτελούνταν από 6 ερωτήσεις με σκοπό τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών των τουριστών.

5.3: Αποτελέσματα

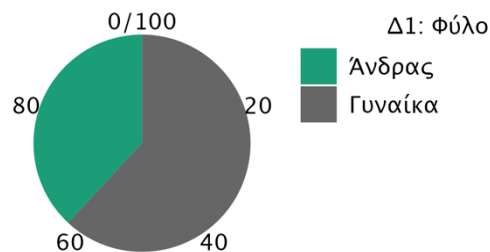
5.3.1: Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων

Το προφίλ των ερωτηθέντων της έρευνας σκιαγραφήθηκε στην τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου όπου ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να συμπληρώσουν τα δημογραφικά τους στοιχεία. Το δείγμα αποτελείται από 126 άτομα, όπου το 38,1% προέρχεται από άντρες και το 61,9% από γυναίκες (Πίνακας 8, Διάγραμμα 2).

Πίνακας 10: Δημογραφικά στοιχεία (φύλο)

Frequencies for Δ1: Φύλο ▼

Δ1: Φύλο	Frequency	Percent
Άνδρας	48	38.095
Γυναίκα	78	61.905
Missing	0	0.000
Total	126	100.000

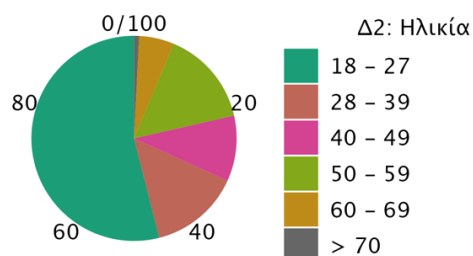


Διάγραμμα 3: Δημογραφικά στοιχεία (φύλο)

Αναφορικά με το εύρος ηλικίας των ερωτηθέντων, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος απαρτίζει η ηλικιακή ομάδα 18 – 27, ενώ η μικρότερη συμμετοχή σημειώθηκε στις ηλικιακές ομάδες 60 – 69 και 70 ετών και άνω (Πίνακας 9, Διάγραμμα 3).

Πίνακας 11: Δημογραφικά στοιχεία (ηλικία)

Frequencies for Δ2: Ηλικία		
Δ2: Ηλικία	Frequency	Percent
18 - 27	68	53.968
28 - 39	18	14.286
40 - 49	13	10.317
50 - 59	19	15.079
60 - 69	7	5.556
> 70	1	0.794
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



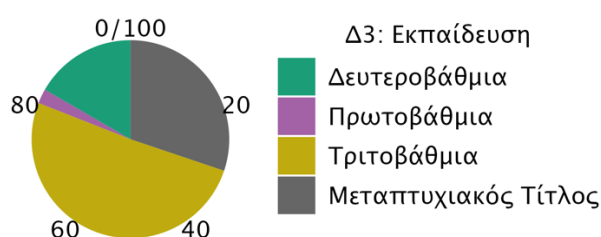
Διάγραμμα 4: Δημογραφικά στοιχεία (ηλικία)

Όσον αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αποτελεί αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (50,7%) με συχνότητα 64. Το μικρότερο κομμάτι απαρτίζουν οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης με ποσοστό μόλις 2,3% και συχνότητα 3 (Πίνακας 10, Διάγραμμα 4).

Πίνακας 12: Δημογραφικά στοιχεία (εκπαίδευση)

Frequencies for Δ3: Εκπαίδευση

Δ3: Εκπαίδευση	Frequency	Percent
Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης	21	16.667
Απόφοιτος Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης	3	2.381
Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	64	50.794
Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	38	30.159
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



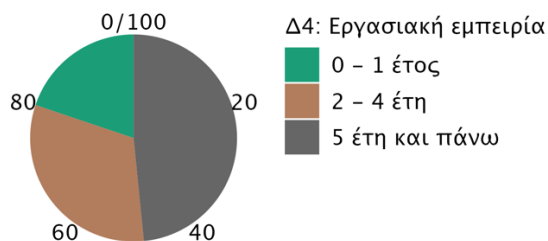
Διάγραμμα 5: Δημογραφικά στοιχεία (εκπαίδευση)

Σε ό,τι αφορά την εργασιακή εμπειρία φανερώνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος κατέχει εργασιακή εμπειρία από 5 έτη και πάνω (48,4%) με συχνότητα 61. Το μικρότερο κομμάτι απαρτίζουν άτομα με εργασιακή εμπειρία από 0 – 1 έτος με ποσοστό 19,8% και συχνότητα 25 (Πίνακας 11, Διάγραμμα 5).

Πίνακας 13: Δημογραφικά στοιχεία (εργασιακή εμπειρία)

Frequencies for Δ4: Εργασιακή εμπειρία

Δ4: Εργασιακή εμπειρία	Frequency	Percent
0 – 1 έτος	25	19.841
2 – 4 έτη	40	31.746
5 έτη και πάνω	61	48.413
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



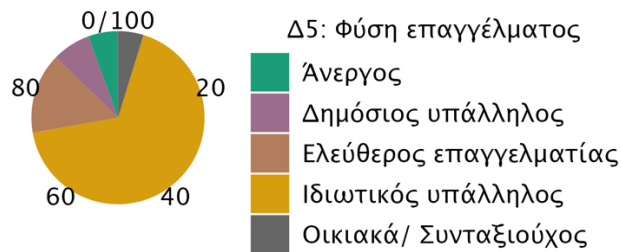
Διάγραμμα 6: Δημογραφικά στοιχεία (εργασιακή εμπειρία)

Τα δεδομένα αναφορικά με την φύση επαγγέλματος των ερωτηθέντων φανερώνουν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό προέρχεται από υπαλλήλους που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (67,4%) με συχνότητα 85. Χαμηλά ποσοστά εμφανίζονται μεταξύ των συνταξιούχων (4,7%), των ανέργων (5,5%) καθώς και των δημοσίων υπαλλήλων (7,1%) (Πίνακας 12, Διάγραμμα 6).

Πίνακας 14: Δημογραφικά στοιχεία (φύση επαγγέλματος)

Frequencies for Δ5: Φύση επαγγέλματος

Δ5: Φύση επαγγέλματος	Frequency	Percent
Άνεργος	7	5.556
Δημόσιος υπάλληλος	9	7.143
Ελεύθερος επαγγελματίας	19	15.079
Ιδιωτικός υπάλληλος	85	67.460
Οικιακά/ Συνταξιούχος	6	4.762
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



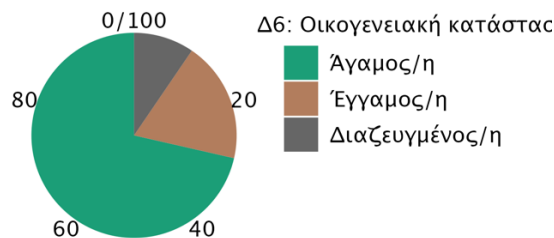
Διάγραμμα 7: Δημογραφικά στοιχεία (φύση επαγγέλματος)

Αναφορικά με την οικογενειακή κατάσταση, παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό καταλαμβάνουν οι άγαμοι (71,4%) με συχνότητα 90. Το μικρότερο ποσοστό καταλαμβάνουν οι διαζευγμένοι (9,5%) με συχνότητα 12 (Πίνακας 13, Διάγραμμα 7).

Πίνακας 15: Δημογραφικά στοιχεία (οικογενειακή κατάσταση)

Frequencies for Δ6: Οικογενειακή κατάσταση

Δ6: Οικογενειακή κατάσταση	Frequency	Percent
Άγαμος/η	90	71.429
Έγγαμος/η	24	19.048
Διαζευγμένος/η	12	9.524
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



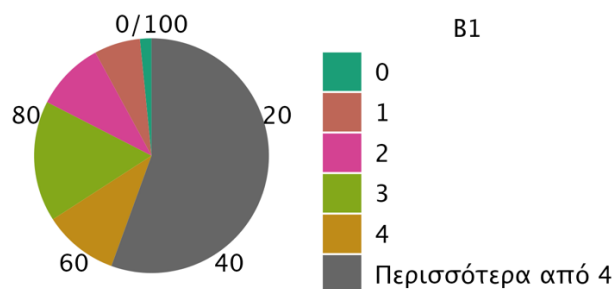
Διάγραμμα 8: Δημογραφικά στοιχεία (οικογενειακή κατάσταση)

5.3.2.: Παρουσίαση και ανάλυση δεδομένων

Στην πρώτη ενότητα οι ερωτήσεις έχουν ως στόχο τον προσδιορισμό των προτιμήσεων των ατόμων όσον αφορά τις μεταφορές και τα ταξίδια. Αρχικά, η πρώτη ερώτηση αναφέρεται στον αριθμό των ταξιδιών που τα άτομα έχουν πραγματοποιήσει στην Ελλάδα για διακοπές τα τελευταία 3 έτη (2021 – 2023). Παρατηρείται ότι το 55,5% του δείγματος έχει πραγματοποιήσει πάνω από 4 ταξίδια, ενώ παρά μόνο το 1,5% φαίνεται να μην έχει πραγματοποιήσει κανένα ταξίδι τα τελευταία 3 έτη (Πίνακας 14, Διάγραμμα 8).

Πίνακας 16: Αριθμός ταξιδιών τα τελευταία 3 έτη

Frequencies for B1		
B1	Frequency	Percent
0	2	1.587
1	8	6.349
2	12	9.524
3	21	16.667
4	13	10.317
Περισσότερα από 4	70	55.556
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



Διάγραμμα 9: Αριθμός ταξιδιών τα τελευταία 3 έτη

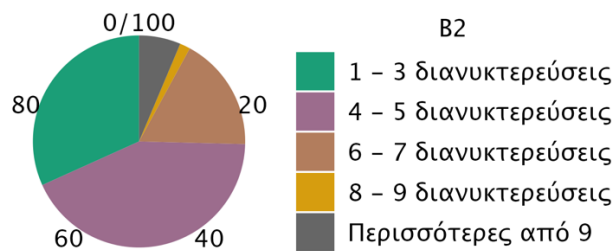
Η δεύτερη ερώτηση αναφέρεται στον μέσο χρόνο διάρκειας παραμονής του ατόμου σε έναν προορισμό στο πλαίσιο των διακοπών του. παρατηρείται ότι το 42,8% επιλέγει την διανυκτέρευση μεταξύ 4 έως 5 ημερών, το 31,7% επιλέγει την διανυκτέρευση μεταξύ 1

έως 3 ημερών, και το 17,4% επιλέγει την διανυκτέρευση μεταξύ 6 έως 7 ημερών. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η μικρή προτίμηση για 8 έως 9 διανυκτερεύσεις καθώς και για πάνω από 9 διανυκτερεύσεις, η οποία σημειώνεται στο 1,5% και 6,3% αντίστοιχα (Πίνακας 15, Διάγραμμα 9).

Πίνακας 17: Μέσος χρόνος διάρκειας παραμονής

Frequencies for B2

B2	Frequency	Percent
1 - 3 διανυκτερεύσεις	40	31.746
4 - 5 διανυκτερεύσεις	54	42.857
6 - 7 διανυκτερεύσεις	22	17.460
8 - 9 διανυκτερεύσεις	2	1.587
Περισσότερες από 9	8	6.349
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



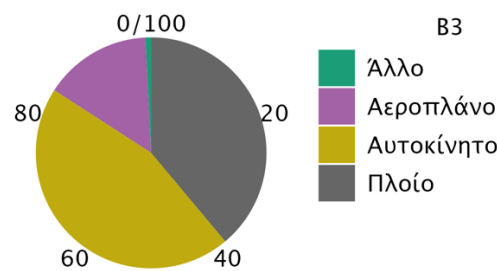
Διάγραμμα 10: Μέσος χρόνος διάρκειας παραμονής

Η τρίτη ερώτηση αναφέρεται στο μέσο μεταφοράς που επιλέγουν τα άτομα για να φτάσουν στον προορισμό τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος φαίνεται να επιλέγει το αυτοκίνητο με ποσοστό 45,2% και στη συνέχεια το αμέσως επόμενο μεταφορικό μέσο που προτιμάται είναι το πλοίο με ποσοστό 38,8% και τέλος το αεροπλάνο με ποσοστό 15% (Πίνακας 16, Διάγραμμα 10).

Πίνακας 18: Προτιμήσεις μεταφορικών μέσων προς τον προορισμό

Frequencies for B3

B3	Frequency	Percent
Άλλο	1	0.794
Αεροπλάνο	19	15.079
Αυτοκίνητο	57	45.238
Πλοίο	49	38.889
Missing	0	0.000
Total	126	100.000



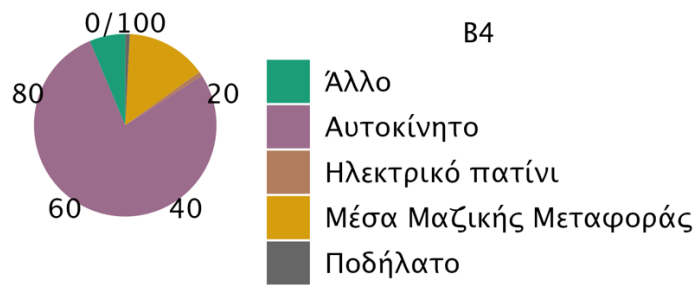
Διάγραμμα 11: προτιμήσεις μεταφορικών μέσων προς τον προορισμό

Η τέταρτη ερώτηση αναφέρεται στο μέσο μεταφοράς που χρησιμοποιείται κατά εντός του τόπου προορισμού κατά τη διάρκεια των διακοπών. Ενδιαφέρον σημειώνεται στην προτίμηση του αυτοκινήτου με ποσοστό 77,7%. Μικρή έως ελάχιστη προτίμηση εμφανίζουν το ποδήλατο και το ηλεκτρικό πατίνι με 0,7% αντίστοιχα (Πίνακας 17, Διάγραμμα 11).

Πίνακας 19: Προτιμήσεις μεταφορικών μέσων εντός του προορισμού

Frequencies for B4

B4	Frequency	Percent
Άλλο	8	6.349
Αυτοκίνητο	98	77.778
Ηλεκτρικό πατίνι	1	0.794
Μέσα Μαζικής Μεταφοράς	18	14.286
Ποδήλατο	1	0.794
Missing	0	0.000
Total	126	100.000

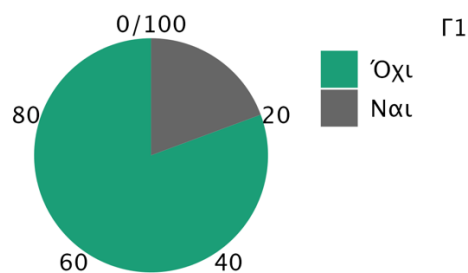


Διάγραμμα 12: Προτιμήσεις μεταφορικών μέσων εντός του προορισμού

Στην δεύτερη ενότητα ερωτήσεων του παρόντος ερωτηματολογίου εξετάζονται οι προτιμήσεις των ατόμων όσον αφορά το κίνημα του Αργού Τουρισμού, αφού πρώτα έχει παρουσιαστεί περιληπτικά η έννοια του Αργού Ταξιδιού. Αρχικά, η πρώτη ερώτηση σχετίζεται με τη γνώση της έννοιας του Αργού Ταξιδιού/ Τουρισμού. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (79,3%) φαίνεται ότι δεν γνώριζε την έννοια του Αργού Τουρισμού, ενώ το 19% είχε γνώση (Πίνακας 18, Διάγραμμα 12).

Πίνακας 20: Αναγνώριση Αργού Τουρισμού

Frequencies for Γ1		
Γ1	Frequency	Percent
Όχι	100	79.365
Ναι	24	19.048
Missing	2	1.587
Total	126	100.000



Διάγραμμα 13: Αναγνώριση Αργού Τουρισμού

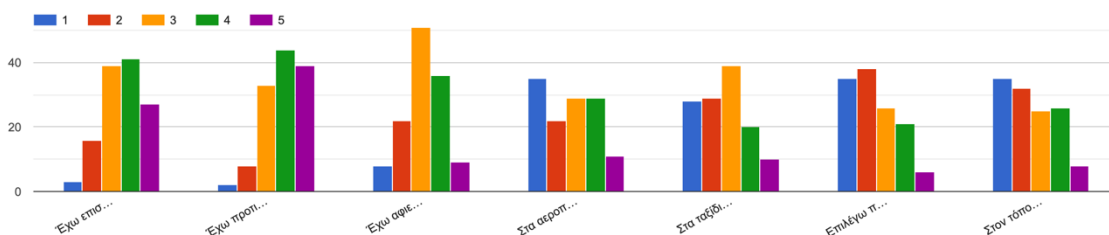
Η δεύτερη ερώτηση της ενότητας αυτής, αναφέρεται στον βαθμό υιοθέτησης των αρχών του Αργού Τουρισμού από τους ερωτηθέντες στο παρελθόν. Ειδικότερα, συγκρίνοντας τους μέσους όρους των απαντήσεων για καθεμία από τις 7 αρχές, παρατηρούμε ότι η κατανάλωση τοπικών προϊόντων υιοθετήθηκε περισσότερο από τους ερωτηθέντες στο παρελθόν, ενώ η προσέγγιση των προορισμών με τρένο ή λεωφορείο προτιμάται στο ελάχιστο (Πίνακας 19, Διάγραμμα 13).

Πίνακας 21: Υιοθέτηση αρχών Αργού Τουρισμού στο παρελθόν

Descriptive Statistics

	Γ2.1	Γ2.2	Γ2.3	Γ2.4	Γ2.5	Γ2.6	Γ2.7
Valid	126	126	126	126	126	126	126
Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.579	3.873	3.127	2.675	2.643	2.405	2.524
Std. Deviation	1.038	0.980	0.996	1.332	1.216	1.195	1.269
Minimum	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Maximum	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000

Γ2: Λαμβάνοντας υπόψη την περιγραφή για το Αργό Ταξίδι, σε πιο βαθμό έχετε υιοθετήσει τις αρχές του Αργού Τουρισμού στο παρελθόν; κλίμακα: 1 = Ποτέ, 2 = Σχεδόν Ποτέ, 3 = Μερικές Φορές, 4 = Σχεδόν Πάντα, 5 = Πάντα



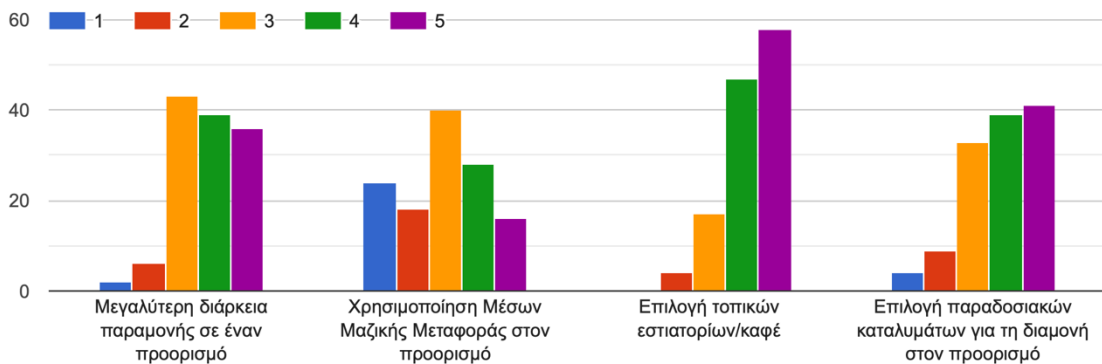
Διάγραμμα 14: Υιοθέτηση αρχών Αργού Ταξιδιού στο παρελθόν

Τέλος, η τελευταία ερώτηση της δεύτερης ενότητας αφορά την τάση για υιοθέτηση ορισμένων βασικών στοιχείων του Αργού Τουρισμού από τους ερωτηθέντες στο μέλλον. Παρατηρούμε ότι η αρχή με την μεγαλύτερη προτίμηση από το δείγμα αφορά την επιλογή τοπικών εστιατορίων/ καφέ, ενώ αυτή με τη λιγότερη προτίμηση αφορά την χρησιμοποίηση Μέσων Μαζικής Μεταφοράς στον προορισμό (Πίνακας 20, Διάγραμμα 14).

Πίνακας 22: Υιοθέτηση στοιχείων του Αργού Τουρισμού στο μέλλον

Descriptive Statistics				
	Γ3.1	Γ3.2	Γ3.3	Γ3.4
Valid	126	126	126	126
Missing	0	0	0	0
Mean	3.802	2.952	4.262	3.825
Std. Deviation	0.963	1.283	0.812	1.066
Minimum	1.000	1.000	2.000	1.000
Maximum	5.000	5.000	5.000	5.000

Γ3: Παρακαλώ επιλέξτε ποια από τα παρακάτω στοιχεία του Αργού Τουρισμού θα επιλέγατε να υιοθετήσετε στο μέλλον κλίμακα: 1 = Ποτέ, 2 = Σ... 3 = Μερικές Φορές, 4 = Σχεδόν Πάντα, 5 = Πάντα



Διάγραμμα 15: Υιοθέτηση στοιχείων του Αργού Ταξιδιού στο μέλλον

Κεφάλαιο 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1: Ανασκόπηση

Από την έρευνα που διεξήχθη στην παρούσα εργασία, προέκυψε ότι το κίνημα του Αργού Τουρισμού δεν είναι ευρέως διαδεδομένο στο Ελληνικό κοινό. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει καθώς το 79,3% του δείγματος δεν γνώριζε τις έννοιες του Αργού Ταξιδιού και του Αργού Τουρισμού.

Αναφορικά με την υιοθέτηση των αρχών του Αργού Τουρισμού στο παρελθόν, προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία: Όσον αφορά τις μετακινήσεις, η πλειοψηφία του δείγματος (77,7%) φαίνεται πως προτιμά την ευκολία του ιδιωτικού οχήματος παρά τον προσανατολισμό σε μέσα μεταφοράς με χαμηλό ενεργειακό αποτύπωμα όπως είναι παραδείγματος χάριν τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς και το ποδήλατο. Το γεγονός αυτό ενδέχεται να σχετίζεται με τον αυξημένο χρόνο του ταξιδιού και του κόστους των αργών τρόπων μεταφοράς, ωστόσο χρήζει περαιτέρω έρευνας. Συνολικά, σε ό,τι αφορά τις αρχές του Αργού Τουρισμού, φάνηκε ότι στο παρελθόν υπήρξε μία μέτρια προς ελάχιστη υιοθέτησή τους από τους Έλληνες ταξιδιώτες. Ωστόσο, προέκυψαν σημαντικά στοιχεία για τις επισκέψεις σε σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος, την κατανάλωση τοπικών προϊόντων καθώς και τον μεγαλύτερο χρόνο παραμονής σε έναν προορισμό.

Σημαντικό σημείο στην έρευνα αποτέλεσε η στάση των ερωτηθέντων απέναντι στα στοιχεία του Αργού Τουρισμού που θα μπορούσαν να υιοθετήσουν στο μέλλον. Από τα αποτελέσματα παρατηρήθηκε μία αυξητική τάση όσον αφορά την υιοθέτηση ορισμένων βασικών στοιχείων του Αργού Τουρισμού. Εάν και οι ερωτηθέντες φάνηκαν λιγότερο πρόθυμοι να χρησιμοποιήσουν Μέσα Μαζικής Μεταφοράς στον τόπο προορισμού τους, έδειξαν ιδιαίτερα θετική στάση στην υιοθέτηση των υπολοίπων στοιχείων που συνδέονται με το Αργό Ταξίδι. Ειδικότερα, προέκυψαν θετικά στοιχεία όσον αφορά την αύξηση της διάρκειας παραμονής σε έναν προορισμό, την δοκιμή της τοπικής γαστρονομίας του προορισμού, καθώς και την επιλογή παραδοσιακών καταλυμάτων για τη διαμονή τους.

Συμπερασματικά, αν και η έρευνα έδειξε ότι ο Αργός Τουρισμός στην Ελλάδα δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος, υπάρχει μία αυξητική τάση προτίμησης των πτυχών του.

6.2: Περιορισμοί και προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα εργασία είχε ως σκοπό την ανάδειξη των προτιμήσεων των Ελλήνων για τις δραστηριότητες του Αργού τουρισμού, καθώς και των παραγόντων που επηρεάζουν τις επιλογές τους. Έπειτα από την διενέργεια της συγκεκριμένης έρευνας και την μελέτη των αποτελεσμάτων αυτής προέκυψαν οι κάτωθι περιορισμοί.

Ένας περιορισμός της παρούσας έρευνας αποτελεί το σύνολο του δείγματος καθώς ο γενικός πληθυσμός της χώρας είναι μεγαλύτερος συγκριτικά με το δείγμα που συμμετείχε στην έρευνα. Το γεγονός αυτό δεν συνεπάγεται την μη αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, ωστόσο χρήζει προσοχής όταν χρησιμοποιείται η επαγωγική μέθοδος για την περιγραφή των αποτελεσμάτων και την άντληση συμπερασμάτων. Για την εξαγωγή εγκυρότερων συμπερασμάτων κρίνεται σημαντική η διανομή της έρευνας σε μεγαλύτερη πληθυσμιακή ομάδα.

Η έλλειψη εμπειρικής επαλήθευσης για το εάν οι τουρίστες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για μια καλύτερη εμπειρία αποτελεί έναν ακόμη περιορισμό της μελέτης. Απαιτείται περαιτέρω έρευνα για να διαπιστωθεί εάν το κόστος είναι ένα πραγματικό εμπόδιο που οδηγεί στην απροθυμία των επισκεπτών να επιλέξουν για τη μεταφορά τους μέσα χαμηλών εκπομπών άνθρακα με σκοπό να φτάσουν στον προορισμό τους.

Μία πρόταση για περαιτέρω έρευνα θα μπορούσε να είναι μία μελέτη που να αφορά τους φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό σε κάποιον συγκεκριμένο προορισμό στην Ελλάδα. Θα υπήρχε σημαντικό ενδιαφέρον να ελεγχτεί εάν οι τοπικοί ενδιαφερόμενοι κατανοούν τις έννοιες των Αργών Ταξιδιών και εάν είναι πρόθυμοι να αναβαθμίσουν την τοποθεσία τους ενσωματώνοντας τις αρχές του Αργού Τουρισμού και να λάβουν μέρος σε ευρωπαϊκά προγράμματα που απονέμουν πιστοποίηση αειφόρου τουρισμού. Τέλος, οι δράσεις ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης για τις ενεργητικές επιπτώσεις του Αργού Τουρισμού στη φύση και τους ανθρώπους κρίνονται απαραίτητες, καθώς η αργή τουριστική κίνηση μπορεί να ενισχύσει την ανάδειξη λιγότερο γνωστών προορισμών στην Ελλάδα καθώς και προώθηση τοπικών προϊόντων.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Ανδριώτης, Κ., 2006. *Αειφορία - Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Σταμούλη.

ΕΛΣΤΑΤ, 2022. Έρευνα Ποιοτικών Χαρακτηριστικών Ημεδαπών Τουριστών: Έτος 2021. *Δελτίο Τύπου*.

ΕΛΣΤΑΤ, 2022. Έρευνα Ποιοτικών Χαρακτηριστικών Ημεδαπών Τουριστών: Έτος 2022.

Ηγουμενάκης, Ν. & Καραβίτης, Κ., 2004. *Τουρισμός: Βασικές έννοιες*. Αθήνα: Interbooks.

Ηγουμενάκης, Ν., 1997. *Τουριστική Οικονομία*. τομ. Α' επιμ.: Interbooks.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε., 2011. *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π., 2001. *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Εκδόσεις Κριτική.

Κολτσιδόπουλος, Γ., 2000. *Τουρισμός (θεωρητική προσέγγιση)*. ΕΛΛΗΝ.

Λαγός, Δ., 2005. *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.

Λογοθέτης, Μ., 1988. *Αγροτικός Τουρισμός*. Αθήνα.

Μαυροδόντης, Θ., 2003. *Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάντζιμεντ στον 21ο αιώνα*. Αθήνα: Παπαζήσης.

Μοίρα, Π., 2018. *Τουριστική Γεωγραφία της Ελλάδας - Γεωγραφικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Αθήνα: Φαίδμος.

Μοίρα, Π., 2022. *Τουρισμός: Ιστορία, εξέλιξη, προοπτικές*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Πολύζος, Σ., 2015. *Αστική ανάπτυξη*. Αθήνα: Κριτική.

Ρούπας, Β., 1989. *Ο τουρισμός προς το 2000*: Interbooks.

ΣΕΤΕ, 2018. *Ανάλυση οικονομικών στοιχείων των ξενοδοχείων στην Ελλάδα - ανά προορισμό και ανά κατηγορία αστεριών*, Αθήνα: s.n.

Σιγάλα, Μ. & Χρήστου, Ε., 2014. *Από τον μαζικό τουρισμό στον τουρισμό της εμπειρίας*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.hba.gr/5Ekdosis/UplPDFs/sylltomos14/191-206%20Sigala%202014.pdf>

[Πρόσβαση Οκτώβριος 2022].

Τσάρτας, Π., 1987. Κοινωνικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού στις αναπτυσσόμενες χώρες. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, Issue 66, pp. 144 - 158.

Τσάρτας, Π., 2010. *Ελληνική τουριστική ανάπτυξη: χαρακτηριστικά, διευρύνσεις, προτάσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Τσέκερης, Θ. & Σκούλτσος, Σ., 2015. *Εκτίμηση κατανομής του εισοδήματος από εισερχόμενο τουρισμό, ως προς το μέρος που παραμένει στη χώρα και σε αυτό που επανεξάγεται στο εξωτερικό*. Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.

Σφακιανάκης, 2000. *Εναλλακτικός μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Έλλην.

Χατζηδάκης, Α., 2015. *Τάσεις τουριστικής κίνησης 2008 - 2015*. Αθήνα: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Alpha Bank, 2017. *Εβδομαδιαίο Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων*, Αθήνα: Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών.

COM, 2007. 621 τελικό, *Ανακοίνωση της Ε. Επιτροπής προς το Συμβούλιο, το Ε. Κοινοβούλιο και την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Ατζέντα για την ευρωπαϊκό αειφόρο και ανταγωνιστικό τουρισμού»*.

INSETE Intelligence, 2022. *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2021*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://insete.gr/wp->

content/uploads/2022/06/22_06_Tourism_and_Greek_Economy_2020-2021.pdf
[Πρόσβαση Ιανουάριος 2023].

Ξενόγλωσση

Fennel, D., 2008. *Ecotourism, 3rd edition*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
<https://books.google.gr/books?id=v0LfLPeBiXYC&pg=PA256&lpg=PA256&dq=#v=onepage&q&f=fa>
[Πρόσβαση 3 January 2023].

Heitmann, S., Robinson, P. & Povey, G., 2011. *Slow Food, Slow Cities, and Slow Tourism*. London: MPG Books Group.

Hunziker, W. & Krapf, K., 1942. *Grundriss Der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre [Outline of the General Theory of Tourism]*. Zurich: Published in German by the Tourism Research Institute of University of St. Gallen.

Jafari, J., 2003. *Encyclopedia of Tourism*. London: Taylor & Francis.

Krippendorf, J., 1987. *The holidaymakers: Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Laarman, J. & Durst, P., 1987. *Nature travel and tropical forests*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287588026003105>
[Πρόσβαση 3 January 2023].

Lee, K., Scoot, N. & Parker, J., 2014. Habitus and food lifestyle: In-destination activity participation of Slow Food members. *Annals of Tourism Research*.

Lumsdon, M. & McGrath, P., 2011. Developing a conceptual framework for slow travel: a grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*.

Mathieson, A. & Wall, G., 1982. *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. London: Longman.

Moira, P., Mylonopoulos, D. & Kondoudaki, A., 2017. The Application of Slow Movement to Tourism. *Journal of Tourism and Leisure Studies; Is Slow Tourism a New Paradigm?*, 2(2).

Pink, S., 2008. Sense and sustainability: The case of the Slow City movement. *Local Environmnet*, pp. 95-106.

Smith, A., 2011. Obstacles to the Growth of Alternative Tourism in Greece. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 1*, pp. 1-8.

Spenceley, A. & Snyman, S., 2016. Protected area tourism: Progress, innovation and sustainability. *Tourism and Hospitality Research, Sage Journals*.

Tranter, P. & Tolley, R., 2020. *Slow Cities Conquering our Speed Addiction for Health and Sustainability*. ELSEVIER .

UNWTO, 2020. *Global Code of Ethics for Tourism*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf
[Πρόσβαση 27 March 2023].

UNWTO, 2008. *Recommendations for Tourism Statistics*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/irts%202008%20edited%20whitecover.pdf>

www.enicbcmed.eu, 2018. *enicbcmed*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.enicbcmed.eu/projects/med-pearls>
[Πρόσβαση 8 March 2023].

www.slowfood.com, *what we do*

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο έρευνας

Αργός Τουρισμός: Προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της Διπλωματικής Εργασίας μου με τίτλο «Αργός Τουρισμός: Προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα» στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Σκοπός της έρευνας αποτελεί η διεύρυνση της δυναμικής του κινήματος του Αργού Τουρισμού στην Ελλάδα. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο, εμπιστευτικό και τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της έρευνας, σύμφωνα με τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (ΕΕ) 2016/679.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την συμμετοχή σας.

Ενότητα Α: Συναίνεση

1. Συναινώ να συμμετέχω στην ανώνυμη έρευνα

- Ναι
- Όχι

Ενότητα Β: Μεταφορές και ταξίδια

1. Ποιος είναι ο αριθμός ταξιδιών που έχετε πραγματοποιήσει στην Ελλάδα για διακοπές τα τελευταία 3 έτη; (2021 – 2022 - 2023)

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4

- Περισσότερα από 4

2. Ποιος είναι ο μέσος χρόνος διάρκειας παραμονής σε έναν προορισμό στο πλαίσιο των διακοπών σας;

- 1 – 3 διανυκτερεύσεις
- 4 – 5 διανυκτερεύσεις
- 6 – 7 διανυκτερεύσεις
- 8 – 9 διανυκτερεύσεις
- Περισσότερες από 9

3. Ποιο είναι το μέσο μεταφοράς που συνήθως επιλέγετε στις διακοπές σας για να φθάσετε στον προορισμό σας;

- Αεροπλάνο
- Τραίνο
- Πλοίο
- Αυτοκίνητο
- Άλλο

4. Ποιο από τα παρακάτω μέσα μεταφοράς προτιμάτε για τις μετακινήσεις σας στον τόπο προορισμού;

- Αυτοκίνητο
- Μέσα Μαζικής Μεταφοράς
- Ποδήλατο
- Ηλεκτρικό πατίνι
- Άλλο

Ενότητα Γ: Αργό Ταξίδι

Το Αργό Ταξίδι περιλαμβάνει την απόλαυση του ταξιδιού/ ταξιδεύοντας σε έναν προορισμό με σκοπό την διασύνδεση με το τοπικό φαγητό, τους ανθρώπους και την κοινότητα, την εξερεύνηση της τοπικής κουλτούρας και ιστορίας, με έναν πιο αργό ρυθμό, συχνά συνοδευόμενα από την επιθυμία για ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών στο περιβάλλον.

Το Αργό Ταξίδι θεωρείται μερικές φορές και ως μία εναλλακτική στα ταξίδια με αυτοκίνητο και αεροπλάνο, με τους ανθρώπους που ταξιδεύουν σε έναν προορισμό να χρησιμοποιούν άλλα μέσα όπως τρένο, λεωφορείο, ποδήλατο ή περπάτημα. Ωστόσο στο Αργό Ταξίδι έμφαση δίνεται στην μεγαλύτερη χρονική παραμονή σε έναν τόπο.

1. Το «Αργό Κίνημα» αποτελεί μία αναδυόμενη αγορά στον τουριστικό τομέα. Γνωρίζεται την έννοια του Αργού Ταξιδιού/ Τουρισμού ;

- Ναι
- Όχι

2. Λαμβάνοντας υπόψη την περιγραφή για το Αργό Ταξίδι, σε πιο βαθμό έχετε υιοθετήσει τις αρχές του Αργού Τουρισμού στο παρελθόν;

1= Ποτέ, 2 = Σχεδόν Ποτέ, 3 = Μερικές Φορές, 4 = Σχεδόν Πάντα, 5 = Πάντα

	1	2	3	4	5
Έχω επισκεφτεί σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος					

Έχω προτιμήσει την κατανάλωση τοπικών προϊόντων					
---	--	--	--	--	--

Έχω αφιερώσει περισσότερο χρόνο σε έναν προορισμό για να τον βιώσω σε μεγαλύτερο βαθμό					
--	--	--	--	--	--

Στα αεροπορικά ταξίδια προσπαθώ να μειώσω το περιβαλλοντικό αποτύπωμά μου (π.χ. αποφυγή μικρών transit πτήσεων, προσέγγιση προορισμού με μία μόνο πτήση, επιλέγω νεότερους στόλους)					
---	--	--	--	--	--

Στα ταξίδια με πλοίο επιλέγω το «αργό» καράβι					
---	--	--	--	--	--

Στον τόπο προορισμού παίρνω μέρος σε περιηγήσεις που πραγματοποιούνται με ποδήλατο ή με τα πόδια					
--	--	--	--	--	--

3. Παρακαλώ επιλέξτε ποια από τα παρακάτω στοιχεία του Αργού Τουρισμού σκέφτεστε να υιοθετήσετε στο μέλλον.

Κλίμακα: 1 = Ποτέ, 2 = Σχεδόν Ποτέ, 3 = Μερικές Φορές, 4 = Σχεδόν Πάντα, 5 = Πάντα

1 2 3 4 5

Μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής σε έναν προορισμό

Χρησιμοποίηση Μέσων Μαζικής Μεταφοράς στον προορισμό

Επιλογή τοπικών εστιατορίων/ καφέ

Επιλογή παραδοσιακών καταλυμάτων
Για τη διαμονή στον προορισμό

Ενότητα Δ: Δημογραφικά στοιχεία

1. Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα
- Δεν επιθυμώ να προσδιορίσω

2. Ηλικία

- < 18
- 18 – 27
- 28 – 39
- 40 – 49
- 50 – 59
- 60 – 69
- > 70

3. Εκπαίδευση

- Απόφοιτος Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης
- Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
- Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης

- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου

4. Εργασιακή Εμπειρία

- 0 – 1 έτη
- 2 – 4 έτη
- 5 έτη και πάνω

5. Φύση Επαγγέλματος

- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Άνεργος
- Οικιακά/ Συνταξιούχος

6. Οικογενειακή κατάσταση

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η