



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ  
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ :**

**«ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»**

ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΝΙΚΟΛΙΤΣΑ, ΙΜΠΡΑΧΙΜ ΝΑΝΣΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΓΙΑΝΝΟΥΚΟΥ ΙΩΑΝΝΑ

ΠΥΡΓΟΣ, 2020

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός είναι η πράξη και η διαδικασία του ξοδεύοντας χρόνο μακριά από το σπίτι για αναψυχή, χαλάρωση και ευχαρίστηση κάνοντας χρήση της εμπορικής παροχής υπηρεσιών. Είναι προϊόν σύγχρονων κοινωνικών ρυθμίσεων και διακρίνεται από την εξερεύνηση στο ότι οι τουρίστες ακολουθούν ένα μονοπάτι που επωφελούνται από τα καθιερωμένα συστήματα παροχής υπηρεσιών.

Ο τουρισμός ωστόσο αλληλεπικαλύπτεται με άλλες δραστηριότητες ενδιαφέροντα και διαδικασίες όπως για παράδειγμα το προσκύνημα. Αυτό δημιουργεί κοινές κατηγορίες όπως ο επαγγελματικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός και άλλες μορφές τουρισμού όπου αναλύονται παρακάτω.

Ο θαλάσσιος τουρισμός όπου αναλύσαμε και εξηγήσαμε μέσω έρευνας παρακάτω είναι ταξίδια αναψυχής με πρωταρχικό στόχο την θάλασσα όπου πραγματοποιούνται όλες οι δραστηριότητες. Ο θαλάσσιος τουρισμός έχει πολλές μορφές όπως κρουαζιέρες, ιστιοπλοΐα, αλιευτικές αποστολές και άλλα.

Ασχοληθήκαμε με τον θαλάσσιο τουρισμό της Ρόδου ένα πανέμορφο νησί τις Ελλάδας που βρίσκεται στο νοτιοανατολικό Αιγαίο. Το όνομα του έχει συσχετιστεί με το ρόδον. Όμως από την αρχαιότητα αναφέρονται πολλές άλλες ονομασίες που σχετίζονται με την βλάστηση το σχήμα και άλλες ιδιότητες του νησιού.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αναφέρεται στην μελέτη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς και στην διερεύνηση του θαλάσσιου τουρισμού στο νησί της Ρόδου. Για τον σκοπό αυτό έγινε αναλυτική αναφορά σε βασικές αρχές και έννοιες που αφορούν την ιστορία και την ανάπτυξη του τουρισμού. Συγκεκριμένα μελετήθηκε ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ρόδο με στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής καθώς και την λήψη ικανοποιητικών μέτρων για την ανάδειξη και την ανάπτυξη του.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται διεξοδική περιγραφή της έννοιας του τουρισμού, του ταξιδιού καθώς και τους παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξή του. Γίνεται αναφορά στην ιστορία του τουρισμού, στην μεταπολεμική περίοδο, αλλά και στον τουρισμό που αφορά το διάστημα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο περιγράφεται η έννοια της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς, η οικονομική μελέτη, τα θέλγητρα και οι δραστηριότητές τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο πραγματοποιείται διεξοδική ανάλυση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Στο τέταρτο κεφάλαιο θα δούμε πιο συγκεκριμένα το νησί της Ρόδου. Εκεί θα εξεταστεί ο τουρισμός του νησιού, θα αναλυθεί η ιστορική αναδρομή του και η μυθολογία του, καθώς και θα γίνει λεπτομερής αναφορά σε ένα από τα επτά θαύματα του κόσμου, τον Κολοσσό της Ρόδου.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο γίνεται η εξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας του θαλάσσιου τουρισμού της Ρόδου, η μεθοδολογία της έρευνας, τα συμπεράσματα και οι αξιολογήσεις της.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος.....	2
Περίληψη.....	2
Εισαγωγή.....	5
<b>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>: Εισαγωγή στον τουρισμό.....</b>	<b>6</b>
1.1 Έννοια τουρισμού.....	6
1.1.1 Έννοιες τουρίστα και ταξιδιού.....	6-7
1.1.2 Η ανάπτυξη του τουρισμού.....	7-8
1.1.3 Παράγοντες που επηρεάζεται η ανάπτυξη του τουρισμού.....	8-9
1.2 Ιστορία τουρισμού.....	9-10
1.2.1 Μεταπολεμικός τουρισμός.....	10-11
1.2.2 Διαστημικός τουρισμός.....	11-12
1.3 Η συμβιωτική σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος.....	12-13
1.4 Η έννοια του σύγχρονου τουρισμού.....	13
<b>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>: Λόγοι τουριστικής μετακίνησης.....</b>	<b>14</b>
2.1 Έννοια τουριστικής ζήτησης.....	14
2.1.1 Η οικονομική μελέτη της τουριστικής ζήτησης.....	14-15
2.1.2 Ανάλυση παραγόντων που έχουν επιρροή στην τουριστική ζήτηση.....	15-16
2.2 Έννοια τουριστικής προσφοράς.....	16
2.2.1 Παράγοντες ανάπτυξης τουριστικής προσφοράς.....	17-18
2.2.2 Θέλητρα και δραστηριότητες της τουριστικής προσφοράς.....	18
2.3 Οι βασικές διακρίσεις τουριστικών προϊόντων.....	19
<b>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>: Ανάλυση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....</b>	<b>20</b>
3.1 Η διάκριση μεταξύ γενικού τουρισμού και ειδικού/εναλλακτικού τουρισμού.....	20
3.2 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τον πολιτισμό την θρησκεία και τους μορφωτικούς λόγους.....	20

3.2.1 Πολιτιστικός τουρισμός.....	20-21
3.2.2 Μορφωτικός τουρισμός.....	21
3.2.3 Αστικός τουρισμός.....	21-22
3.2.4 Θρησκευτικός τουρισμός.....	22-23
3.2.5 ροσκυνητισμός.....	23
3.3 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τη ζωή και τις δραστηριότητες στην φύση.....	24
3.3.1 Ορεινός τουρισμός.....	24
3.3.2 Αγροτικός τουρισμός.....	24-25
3.3.3 Οικολογικός τουρισμός.....	25-26
3.3.4 Τουρισμός χειμερινών σπορ.....	26
3.4. Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τους επαγγελματικούς λόγους.....	27
3.4.1 Τουρισμός εκθέσεων.....	27
3.4.2 Συνεδριακός τουρισμός.....	27-28
3.4.3 Τουρισμός κινήτρων.....	28
3.5 Ομάδα με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα.....	29
3.5.1 Θαλάσσιος τουρισμός.....	29-30
3.5.2 Τουρισμός Γιώτινγκ και ιστιοπλοΐας.....	30-31
3.5.3 Τουρισμός κρουαζιέρας.....	31-32
3.5.4 Τουρισμός θαλάσσιων σπορ – ναυταθλητισμός.....	32-34
3.6 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τους κοινωνικούς λόγους – υγεία και ποιότηταςζωής.....	34
3.6.1 Τουρισμός υγείας – Θεραπευτικός/ιαματικός τουρισμός.....	34
3.6.2 Ιατρικός τουρισμός.....	35
3.6.3 Κοινωνικός τουρισμός.....	36
3.6.4 Τουρισμός τρίτης ηλικίας.....	37
3.6.5 Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες.....	37-39
3.6.6 Οικογενειακός τουρισμός.....	39-40
3.6.7 Επιλεκτικός τουρισμός.....	40

3.6.8 Κοσμοπολίτικος τουρισμός.....	40
3.7 Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο θεματικό κίνητρο.....	41
3.7.1 Τουρισμός περιπέτειας.....	41-42
3.7.2 Τουρισμός megaevents.....	43
3.7.3 Τουρισμός σε θεματικά πάρκα η ειδικά μουσεία.....	43-44
3.7.4 Τουρισμός γκολφ.....	44-45
3.7.5 Τουρισμός καζίνο.....	45-47
<b>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>: Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ρόδο.....</b>	<b>48</b>
4.1 Ιστορική αναδρομή της Ρόδου.....	48-49
4.1.1 Μυθολογία της Ρόδου.....	49
4.1 Ο Κολοσσός της Ρόδου ένα από τα εφτά θαύματα της αρχαίας εποχής....	50-51
4.2 Ο τουρισμός στην Ρόδο.....	51-52
4.3 Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ρόδο.....	52-
<b>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>: Αποτελέσματα έρευνας του θαλάσσιου τουρισμού στη Ρόδο.....</b>	<b>53</b>
5.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	53
5.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων.....	54-61
5.3 Συμπεράσματα και αξιολογήσεις.....	62
Παράρτημα.....	63
Βιβλιογραφία.....	63-66

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι μετά από έρευνα η μελέτη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ρόδο. Η Ρόδος είναι από τα δημοφιλέστερα νησιά της Ελλάδος και με συνεχείς ηλιοφάνειες και με το μεγαλύτερο καλοκαίρι σε διάρκεια σε όλη την Ελλάδα. Πατρίδα ενός από τα εφτά θαύματα του κόσμου και ένα από τα αστέρια του ελληνικού τουρισμού μπορεί να φιλοξενήσει ημερησίως ως και εκατό χιλιάδες τουρίστες. Έχει μαγευτικές παραλίες ιδανικές για κάθε είδος θαλάσσιου τουρισμού.

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στη θάλασσα και στις ακτές μια περιοχής υποδοχής τουριστών και έχει ως στόχο την επικοινωνία και την ψυχαγωγία. Ο τομέας του θαλάσσιου τουρισμού στην Ρόδο χάρης τις καταγάλανες θάλασσές της το μεγάλο μήκος ακτών, τις ομαλές καιρικές συνθήκες αποτελεί ιδανικό τόπο για την εφαρμογή και ανάπτυξη αυτής της μορφής αναψυχής. Χωρίζεται στις εξής κατηγορίες: κρουαζιέρα, yachting θαλάσσιος τουρισμός

φύσης,υποβρύχιος τουρισμός,θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός.

## **Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Εισαγωγή στον τουρισμό**

### **1.1 Έννοια τουρισμού**

Με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού του 1997 «η λέξη τουρισμός προέρχεται από τη γαλλική λέξη *tour* και σημαίνει μετακίνηση ατόμων ή ομάδων ανθρώπων από την περιοχή στην οποία κατοικούν σε μία άλλη, με σκοπό την ψυχαγωγία, την εξερεύνηση και την εκμάθηση νέων αντικειμένων, όπως επίσης και τη σύναψη εμπορικών και επαγγελματικών συμφωνιών». [1.]

Το 1942 ο Hunziker και ο Krapf έδωσαν τον πρώτο ορισμό του τουρισμού και υποστήριξαν πως είναι «το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι αν δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εκδήλωση ή εργασία». Το 1954 ο Joske θεώρησε τον τουρισμό «σαν ειδική και επιπρόσθετη κατανάλωση». Το 1974 ο Walterspiel θεώρησε τον τουρισμό «ως μετατόπιση της αγοραστικής δύναμης και ερμηνεύει τις οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού». Το 1975 ο Kaspar όρισε τον τουρισμό «το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο, ο οποίος δεν αποτελεί τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής και εργασίας». Το 1979 ο Leiper όρισε τον τουρισμό «ως ένα σύστημα που εμπεριέχει την εθελούσια μετάβαση και προσωρινή παραμονή ενός ατόμου σε διαφορετικό τόπο από τον τόπο διαμονής του». Το 1982 οι Mathieson και Wall όρισαν τον τουρισμό «ως την προσωρινή μετακίνηση σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες, που πραγματοποιούνται κατά την διάρκεια αυτής της παραμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών».

Συνήθως ο τουρισμός αναφέρεται ότι δεν είναι απαραίτητος για την επιβίωση των ανθρώπων, με άλλα λόγια δηλαδή, θα μπορούσαν να ζήσουν και χωρίς αυτόν. Σύμφωνα με την οικονομία και την κοινωνία, καθώς και τις εξελίξεις των τελευταίων χρόνων, ο τουρισμός αλλάζει συνεχώς τη μορφή του και εξελίσσεται.

Είναι μια ψυχαγωγική δραστηριότητα και παγκόσμια η οικονομία του είναι πολύ μεγαλύτερη σε σχέση με την ανάπτυξη πολλών οικονομιών. Πολλοί στον ελεύθερο χρόνο τους χρησιμοποιούν ως μέσο διαφυγής τον τουρισμό ώστε να ξεφύγουν από την ρουτίνα και το αγχος της καθημερινότητας, να ξεκουραστούν, να αποκτήσουν εμπειρίες και βιώματα ζωής.

#### **1.1.1 Έννοιες τουρίστα και ταξιδιού**

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών, για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, συμφώνησε ο όρος επίσκεψης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται από την χώρα την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

1. Τους τουρίστες: Άτομα που επισκέπτονται μία χώρα και διαμένουν σε αυτήν

τουλάχιστον επί ένα εικοσιτετράωρο και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, υγείας, σπουδές, επαγγελματικοί, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

2. Τους επιδρομείς: Άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα εικοσιτετράωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων, κ.λπ..Ωστόσο υπάρχουν πολλές προσπάθειες για ορίσουν την σημασία του τουρίστα. Τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί οποιοσδήποτε ταξιδεύει σε τόπους διαφορετικούς από εκείνους στους οποίους έχει την συνηθισμένη κατοικία του εκτός του καθημερινού περιβάλλοντος του για τουλάχιστον μια νύχτα αλλά όχι περισσότερο από ένα έτος και του οποίου ο συνηθισμένος σκοπός είναι διαφορετικός από την άσκηση και οποιασδήποτε αμειβόμενης δραστηριότητας στον τόπο τον οποίο πηγαίνει. Επίσης ένας άλλος ορισμός του είναι κάποιος που ταξιδεύει για να αναψυχή, για αναδημιουργία και ανταλλαγή κουλτούρας. Τουρίστας θεωρείται και εκείνος ένα άτομο που ταξιδεύει και μένει μια μέρα στον προορισμό του λόγω ενός ή περισσότερων κινήτρων, καθώς επίσης είναι και ένα άτομο που κάνει περιοδεία για την ευχαρίστηση ή τον πολιτισμό. Άλλος ένας ορισμός του είναι ο άνθρωπος που ταξιδεύει και διανυκτερεύει για συγκεκριμένους λόγους ή σκοπούς, ή και παραμένει σε μία πόλη ή μία περιοχή για εργασία, προσωπικούς λόγους και αναψυχή. Τέλος είναι ένας κανονικός επισκέπτης που μένει τουλάχιστον είκοσιτέσσερις ώρες στον τόπο τον οποίο επισκέφτηκε για σκοπούς που ταξινομούνται ως διακοπές, ως αθλητισμός, φίλοι, συγγενής, επίσκεψη σε οικογένεια, επίσημη αποστολή ή για λόγους υγείας.

Το ταξίδι είναι η κίνηση ανθρώπων μεταξύ μακρινών γεωγραφικών τοποθεσιών. Ένα ταξίδι μπορεί να γίνει με τα πόδια, το ποδήλατο το αυτοκίνητο, το τρένο, το πλοίο, το λεωφορείο, το αεροπλάνο, ή και άλλα μέσα με ή χωρίς αποσκευές. Τα ταξίδια μπορούν επίσης να περιλαμβάνουν σχετικά μικρές διαμονές μεταξύ διαδοχικών κινήσεων, όπως στην περίπτωση του τουρισμού. Το ταξίδι χρονολογείται από την αρχαιότητα όπου πλούσιοι Έλληνες και Ρωμαίοι ταξίδευαν για αναψυχή στις καλοκαιρινές κατοικίες τους και σε βίλες σε πόλεις όπως η Πομπηία. Ενώ τα πρώτα δρομολόγια έτειναν να είναι πιο αργά, πιο επικίνδυνα και περισσότερο κυριαρχούμενα από το εμπόριο και την μετανάστευση, οι πολιτιστικές και τεχνολογικές εξελίξεις εδώ και πολλά χρόνια τείνουν να σημαίνουν ότι τα ταξίδια έχουν γίνει ευκολότερα και πιο προσιτά. Το ταξίδι του Μεσαίωνα πρόσφερε δυσκολίες και προκλήσεις, ωστόσο ήταν σημαντικό για την οικονομία και την κοινωνία. Το ταξίδι με νερό συχνά παρείχε περισσότερη άνεση και ταχύτητα από το ταξίδι της γης, τουλάχιστον μέχρι την εμφάνιση ενός δικτύου σιδηροδρόμων τον 19<sup>ο</sup> αιώνα. Το ταξίδι για τον τουρισμό αναφέρεται ότι ξεκίνησε περίπου όταν οι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν για διασκέδαση καθώς και το ταξίδι δεν ήταν πλέον δύσκολο. Τέλος τα αεροσκάφη και τα αεροπλάνα ανέλαβαν μεγάλο μέρος του ταξιδιού σε μεγάλες αποστάσεις τον 20<sup>ο</sup> αιώνα, ιδίως μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου υπήρχε πλεόνασμα τόσο αεροσκαφών, όσο και πιλότων.

### 1.1.2 Η ανάπτυξη του τουρισμού

Η τουριστική βιομηχανία είναι μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες παγκοσμίως. Έχει γίνει μια αναπτυσσόμενη βιομηχανία τα τελευταία χρόνια. Πολλές χώρες στον κόσμο είναι ευλογημένες με φυσική ομορφιά, ενώ πολλοί έχουν αναπτύξει υποδομές μόνοι τους. Στην πραγματικότητα πολλές χώρες εισπράττουν σημαντικό μέρος των εσόδων τους από την τουριστική βιομηχανία, επομένως είναι σημαντική ως κύρια πηγή εισοδήματος για αυτούς και δημιουργεί εισόδημα μέσω της κατανάλωσης προϊόντων και υπηρεσιών από τους τουρίστες. Έχει οικονομική σημασία με εκατοντάδες εκατομμύρια ταξιδιώτες ανά τον κόσμο κάθε χρόνο, αν και έχει ευθύνη στο περιβάλλον μπορεί να οδηγήσει σε καταστροφή των οικοτόπων, απόβλητα και ρύπανση. Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία γνώρισε τα στάδια του χρόνου, έχει βελτιωθεί εδώ και δεκαετίες και έχει τεράστιο αντίκτυπο στην οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία.

Η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελείται από πολλά στοιχεία που περιλαμβάνουν αλλά δεν περιορίζονται σε: ανάπτυξη και διαχείριση εταιρικών σχέσεων ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, αξιολόγηση των ανταγωνιστών για απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, διασφάλιση υπεύθυνης και βιώσιμης ανάπτυξης, προβολή του τουρισμού ως διασυνδεδεμένου συστήματος και κλάδου που βασίζεται στην ζήτηση, αξιολόγηση ιδιωτικών τομέων, επενδύσεις και διεθνή εργασία.

Σε βασικό επίπεδο τα κύρια στάδια στον προγραμματισμό της ανάπτυξης του τουρισμού περιλαμβάνει:

- α) την ανάλυση της προηγούμενης τουριστικής ανάπτυξης
- β) την αξιολόγηση της θέσης του τουρισμού στην περιοχή, συμπεριλαμβανομένου του ανταγωνισμού
- γ) την διατύπωση της σχετικής τουριστικής πολιτικής από την κυβέρνηση
- δ) τον καθορισμό μιας αναπτυξιακής στρατηγικής για την διαμόρφωση ενός προγράμματος δράσης.

Ο σχεδιασμός της ανάπτυξης του τουρισμού επιτρέπει μια σειρά από οφέλη για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, για παράδειγμα αυξάνει το εισόδημα και τις θέσεις εργασίας από τις τουριστικές δαπάνες, βοηθά στην διατήρηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς για τους τουρίστες, αυξάνει την κατανόηση άλλων πολιτισμών και χτίζει νέες εγκαταστάσεις.

Υπάρχουν επίσης ορισμένα κόστη που πρέπει να ληφθούν υπόψη και να προγραμματιστούν, συμπεριλαμβανομένων του κόστους υλοποίησης τουριστικών εγκαταστάσεων, το περιβάλλον μπορεί να καταστραφεί για να δημιουργηθεί χώρος για ξενοδοχεία, τα κοινωνικά πρότυπα που μπορεί να υπονομευθούν και το φυσικό περιβάλλον μπορεί να είναι μολυσμένο.

### **1.1.3 Παράγοντες που επηρεάζεται η ανάπτυξη του τουρισμού**

Ο οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού σε σχέση με την τουριστική βιομηχανία μπορεί να προκαλέσει πολλά οικονομικά πλεονεκτήματα καθώς υπάρχουν και ορισμένα πλεονεκτήματα για τα έθνη αυτά. Ο παγκόσμιος τουρισμός είναι μια βιομηχανία αξίας οκτώ τρισεκατομμυρίων δολαρίων. Αυτό σημαίνει ότι μια από τις σημαντικότερες βιομηχανίες στον κόσμο είναι η τουριστική βιομηχανία. Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που τείνουν τον άνθρωπο να ταξιδέψει στο εξωτερικό με αποτέλεσμα να επηρεάζεται το τουρισμός. Το πιο σημαντικό είναι το κόστος σε σχέση με το εισόδημά του. Δεδομένο ότι η ζήτηση για ανάπτυξη οδήγησε στην πτώση των τιμών και τα έξοδα μεταφοράς και διαμονής μειώθηκαν για κάθε



επιπρόσθετο άτομο. Με άλλα λόγια υπάρχει ισχυρή σχέση μεταξύ τιμής, κόστους και ζήτησης. Ως αποτέλεσμα μπορεί να οδηγήσει στον ανταγωνισμό της τουριστικής βιομηχανίας μεταξύ των εθνών. Ο προορισμός, ωστόσο, μπορεί να είναι ένα συγκεκριμένο θέρετρο, πόλη ή ακόμη και μία τεράστια περιοχή παγκοσμίως. Οι προορισμοί χρηματοδοτούνται από τον μετασχηματισμό των χρημάτων των τουριστών. Αυτό σημαίνει ότι οι περιοχές αυτές θα έχουν αναμφισβήτητα κέρδη και το αντίστροφο ισχύει για εκείνους που δημιουργούν περιοχές. Επιπλέον υπάρχουν πολλές πτυχές που μπορούν να επηρεαστούν από την ροή των τουριστών, από τα παραγόμενα σε περιοχές υποδοχής, όπως το εισόδημα, η απασχόληση, η επενδύσεις και η ανάπτυξη. (Holloway, J, C. Humphreys, C και Davidson, R. 2009).

Σύμφωνα με τους Wall, G και Mathieson, A.2006, η ιστορία του τουρισμού υπογραμμίζει ότι αναμφισβήτητα ότι ο τουρισμός γεννήθηκε και προχώρησε με την συμβολή περιβαλλοντικών παραγόντων. Οι χώροι που είναι ευλογημένοι με φυσική ομορφιά και ευχάριστο τοπίο είχαν σημαντικό αντίκτυπο σε συγκεκριμένες τοποθεσίες οι περιοχές. Ωστόσο ο τουρισμός μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον όπως η υπερβολική δόμηση, οι δρόμοι και τα ξενοδοχεία καταστρέφουν τα φυσικά ενδιαιτήματα. Μπορεί επίσης να δημιουργήσει ρύπανση και απόβλητα και ως αποτέλεσμα η πόλη ή η περιοχή αναμφίβολα θα μολυνθεί από το νέφος γύρω από αυτό. Επιπλέον ασκεί πιέσεις στους τοπικούς πόρους, όπως τα τρόφιμα, το νερό και ο ενεργειακός εφοδιασμός. Οι Holloway, J, C. Humphreys, C και Davidson, R. 2009 δήλωσαν ότι η χρήση των μεταφορών ιδίως με αεροπλάνα είναι διπλά αποδοτικά από ότι πριν από τριάντα χρόνια. Τα αεροσκάφη αντιπροσωπεύουν το 9% της υπερθέρμανσης του πλανήτη το 2004. Επίσης ένα μεγάλο μέρος του πετρελαίου που αγοράζονται στον κόσμο είναι μόνο για χρήσεις αναψυχής. Επιπλέον, όλες οι οδικές, θαλάσσιες και εναέριες μεταφορές μπορούν να ενοχλήσουν στο ήσυχο θέρετρο αυξάνοντας τα επίπεδα θορύβου, είτε σε αγροτικές περιοχές είτε σε κατοικημένες.

Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις είναι συνέπειες συγκεκριμένων τύπων σχέσεων που συμβαίνουν μεταξύ τουριστών και οικοδεσποτών λόγω της επαφής τους. Οι τουρίστες μπορεί να βιώσουν διαφορετικά έθιμα και πολιτισμό, όπως θέαμα, ηλιοθεραπεία και δοκιμή νέας κουζίνας. Ωστόσο όταν οι ξένοι έρχονται στην τουριστική πόλη ασφαλώς θα επηρεάσουν τους ντόπιους. Ως εκ τούτου, οι ντόπιοι θα ξεχάσουν την δική τους κουλτούρα. Ένα άλλο μειονέκτημα για την τουριστική βιομηχανία είναι η αύξηση των τιμών. Παρόλο που οι μισθοί των πολιτών είναι σταθεροί, οι τιμές αυξάνονται όταν η πόλη δέχεται τους τουρίστες, ιδίως στα εστιατόρια, τις μεταφορές και τις θεμελιώδεις απαιτήσεις. Επιπλέον η κυβέρνηση θα επικεντρωθεί στον τουρισμό και έτσι θα αγνοήσει τις εγκαταστάσεις και της ανάγκες της τοπικής περιοχής. Επιπροσθέτως το ποσοστό των εγκλημάτων αυξάνεται συνήθως στις τουριστικές πόλεις. Επιπλέον οι τοπικές παραδόσεις μπορούν να χαθούν, όπως οι παραδοσιακές θέσεις εργασίας και οι δεξιότητες θα πεθάνουν, όπως η γεωργία και η αλλημία (Wall, G and Mathieson, A.2006). Όταν η χρήση του πολιτισμού ως τουριστικού αξιοθέατου μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη στήριξη των παραδοσιακών πολιτισμών και να επιδείξει ταυτότητα εθνοτικών. Επιπλέον η άμεση επαφή μεταξύ κατοίκων και τουριστών πιθανώς να εξαλείψει τα αρνητικά στερεότυπα, με αποτέλεσμα να αυξηθούν οι κοινωνικές ευκαιρίες. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι να ενθαρρύνουν τον ανταγωνισμό για τις τουριστικές επιχειρήσεις και βελτιώνουν το βιοτικό επίπεδο για τους οικοδεσπότες και το εισόδημα αναμφίβολα θα αυξηθεί και για αυτούς.

## 1.2 Ιστορία τουρισμού

Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία έχει βελτιωθεί σημαντικά από το 19<sup>ο</sup> αιώνα, όπου οι πρώτοι ταξιδιώτες περπατούσαν ή ίππευαν κατοικίδια ζώα. Η εφεύρεση της τεχνολογίας έχει προσφέρει νέους τρόπους μεταφοράς και αυξημένες ευκαιρίες ατόμων να ταξιδεύουν. Λόγω της βελτίωσης των δρόμων και της σταθεροποίησης των κυβερνήσεων, το ενδιαφέρον για ταξίδια αυξήθηκε για σπουδές, αξιοθέατα και θρησκευτικούς σκοπούς. Πριν από περισσότερα εκατό χρόνια, η κυκλοφορία στους δρόμους, δρόμοι οι οποίοι είχαν δίοδια, επέτρεπε στα λεωφορεία να κατέχουν μέχρι δέκα τέσσερις ταξιδιώτες για απόσταση σαράντα μιλίων σε διάστημα είκοσι τεσσάρων ωρών (Holloway, J, C. Humphreys, C και Davidson, R. 2009).

Από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, οι ταξιδιώτες μεγάλωναν και ύστερα μετακόμιζαν στο εξωτερικό, παρά το γεγονός ότι η δυνατότητα για να το κάνουν αυτό περιοριζόταν από πολιτικές συνθήκες και ανεπαρκείς πόρους. Επιπλέον, η ταξιδιωτική δραστηριότητα άλλαξε λόγω της προόδου στην τεχνολογία των αεροπλάνων που οδήγησε στην ανάπτυξη της βιομηχανίας εμπορικών πτήσεων. Η σύγχρονη τεχνολογία διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στα να μεταμορφώσει τους ανθρώπους για να ζήσουν. Ως εκ τούτου, έδωσε περισσότερο ελεύθερο χρόνο, εντατικοποίησε τις επικοινωνίες και προκάλεσε πολλές αποτελεσματικές προσεγγίσεις της μετάδοσης (ΠΟΕ, 1999). Η επίδραση των υπολογιστών και του διαδικτύου έχει δείξει στον τουρισμό, καθώς οι πελάτες μπορούν τώρα να ψάξουν για προορισμούς διακοπών, συγκρίσεις ταξιδιωτικών εταιρειών και online κρατήσεις.

Το ιστορικό του τουρισμού έχει μεγάλη σημασία σε όλο τον κόσμο και για όλες τις ηλικίες, παρά τα μειονεκτήματα που αντιμετώπισε η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία.

### **1.2.1 Μεταπολεμικός τουρισμός**

Η μεταπολεμική ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα, κατατάσσεται στο διεθνές ρεύμα για την ομαλή λειτουργία του τουρισμού και το κύμα των δυτικών πολιτών που ταξίδεψαν προς το νότο ύστερα από το Κεϋνσιανό καθεστώς συσσώρευσης. Ωστόσο, οι ιδιαιτερότητές του τουριστικού φαινομένου στη χώρα σχετίζονται, επίσης, με συγκεκριμένες πολιτικές και οικονομικές διαδικασίες κατά την διάρκεια αυτής της περιόδου και με την απόκλιση μεταξύ ιδιομορφιών της διεθνούς τουριστικής δομής και πρακτικών εσωτερικών πολιτικών. Στην Ελλάδα η τουριστική βιομηχανία ευνοήθηκε από την θέση του πολέμου, η ένταξη της χώρας στο «δυτικό στρατόπεδο» και ο πανευρωπαϊκός καταμερισμός της εργασίας που προωθήθηκε από το σχέδιο στρατάρχη. Οι πολιτικές ελίτ θεωρούσαν τον τουρισμό ως μια πολλά υποσχόμενη οικονομική εναλλακτική λύση στην γεωργία και την βιομηχανική ανάπτυξη, καθώς και μια μορφή κοσμοπολίτικου εκσυγχρονισμού που θα τα διαμόρφωνε πολιτιστικά κάτω από την ζήτηση της δυτικοποίησης. Κατά την διάρκεια των πρώτων μεταπολεμικών χρόνων 1945-1967, η βιομηχανία στην Ελλάδα αναπτύχθηκε γύρω από αυτές τις απαιτήσεις ως κρατική βιομηχανία, κατευθυνόμενη

προς τα ανώτερα στρώματα των δυτικών κοινωνιών. Η κατάσταση αυτή αμφισβητήθηκε αρχικά από τα γεγονότα του τουριστικού κύματος που έπληξε την Ελλάδα, όπου οι νέοι ταξιδιώτες που διασκορπίστηκαν σε ολόκληρη την χώρα και από τον συνειδητό πολιτικό σχεδιασμό του καθεστώτος Junta (1967-1974) που εδραίωσε την θέση του ως μέρος της διεθνούς τουριστικής δομής. Το έργο αυτό εξετάζει την ιστορία αυτής της εξέλιξης κατά την περίοδο 1945-1974. Συγκεκριμένα, βασίζεται στην ιδέα μιας αναπόσπαστης σχέσης μεταξύ της ανάπτυξης μιας «οικονομίας της αγοράς» και των κρατικών πολιτικών, όπως αναπτύχθηκε από τον Karl Polanyi. Επιπρόσθετα επιχειρεί να καταλήξει στο συμπέρασμα των πολιτισμικών μετασχηματισμών της ελληνικής κοινωνίας κατά την πρώτη μεταπολεμική περίοδο, χρησιμοποιώντας την έννοια της «νομισματοποίησης» και εκείνη της «εμπορευματοποίησης», όπως βρίσκεται στον ευρύτερο κρίσιμο μαρξισμό. Υποστηρίζεται ότι η ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς στις συνθήκες της ελληνικής οικονομίας σε συνδυασμό με την αδυναμία των δημοκρατικών θεσμών οδήγησε στην έλλειψη χωρικής διαμόρφωσης του δημόσιου χώρου, στην αδυναμία των νόμων προστασίας του περιβάλλοντος, αλλά και στην αποδυνάμωση του κοινωνικού πλούτου που παράγει η τουριστική αγορά προς τα κατώτερα στρώματα της κοινωνίας. Παράλληλα συνέβαλε στην κοινωνική μεταμόρφωση της ελληνικής κοινωνίας με κριτικό τρόπο όσο αναφορά την ανάπτυξη της νεοελληνικής ταυτότητας.

### 1.2.2 Διαστημικός τουρισμός

Ο διαστημικός τουρισμός είναι ανθρώπινο διαστημικό ταξίδι για ψυχαγωγικούς σκοπούς. Υπάρχουν διάφοροι τύποι διαστημικού σταθμού όπως ο τροχιακός, ο υποχωρητικός και ο σεληνιακός διαστημικός τουρισμός. Ενώ η έννοια του διαστημικού τουρισμού ακούγεται φουτουριστική, έχει μια καθιερωμένη ιστορία. Μέχρι στιγμής όμως, η ρωσική εταιρία διαστήματος είναι η μόνη εταιρία που έχει διευκολύνει με επιτυχία τον τροχιακό διαστημικό τουρισμό. Η ρωσική υπηρεσία διαστήματος διέκοψε τις δραστηριότητες της στον τομέα του διαστημικού τουρισμού του 2010. Από τότε ορισμένες ιδιωτικές επιχειρήσεις άρχισαν να ασχολούνται με τον διαστημικό τουρισμό με αποτέλεσμα διάφορες προτάσεις στο τομέα αυτό. Με αυτό τον τρόπο αξίζει να επισημανθεί ότι ο διαστημικός τουρισμός είναι πιθανό να παραμείνει εξαιρετικά δαπανηρός στο άμεσο μέλλον. Είναι επίσης σωματικά απαιτητικό, πράγμα που σημαίνει ότι θα είναι διαθέσιμο μόνο σε άτομα που θα περάσουν δοκιμές φυσικής κατάστασης και θα υποβάλλονται σε πρόγραμμα για την προετοιμασία της πτήσης τους.

Μέχρι στιγμής ο τροχιακός διαστημικός τουρισμός έχει πραγματοποιηθεί μόνο από την Ρωσική υπηρεσία διαστήματος. Η έλευση του διαστημικού τουρισμού έγινε στην δεκαετία του 1990 με μια συμφωνία μεταξύ της ρωσικής εταιρίας MirCorp και την αμερικάνικη εταιρία SpaceadventuresLtd. Η MirCorp ήταν μια ιδιωτική επιχείρηση που ήταν υπεύθυνη για τον διαστημικό σταθμό Mir για να παράγει εισόδημα για την συντήρηση του διαστημικού σταθμού, η MirCorp αποφάσισε να πουλήσει ένα ταξίδι στον Mir και το Τίτο έγινε ο πρώτος επιβάτης που πληρώνει. Ο Τίτο, ο οποίος πλήρωσε 20 εκατομμύρια δολάρια για την πτήση του, στο ρωσικό διαστημόπλοιο Soyuz TM-32, πέρασε επτά μέρες στο ISS και θεωρείται ο πρώτος διαστημικός τουρίστας στον κόσμο.

Παρόλο που η τροχιακή βιομηχανία του διαστημικού τουρισμού συγκέντρωσε μεγάλη προσοχή των μέσων ενημέρωσης κατά την πτήση του Τίτο, άλλες εταιρίες

ήταν επίσης σκληρές στην προσπάθειά τους να κάνουν τον διαστημικό τουρισμό μία κερδοφόρα πρόταση αναπτύσσοντας υποφοβικά οχήματα σχεδιασμένα να μεταφέρουν επιβάτες σε υψόμετρο εκατό χιλιομέτρων. Καθώς η βιομηχανία του διαστημικού τουρισμού εξελίσσεται η τάξεις των συμμετεχόντων στην διαστημική πτήση θα αυξηθούν και οι υποχωρητικές και τροχιακές πτήσεις αναπόφευκτα θα δώσουν την δυνατότητα σε σεληνιακές και εκδρομές και ταξίδια στον Άρη, και πέραν αυτού, ο διαστημικός τουρισμός θα λειτουργήσει ως πλήρης βιομηχανία ικανή ανοίγοντας πραγματικά τα σύνορα του διαστήματος.

Ο σεληνιακός τουρισμός μπορεί να είναι δυνατός στο μέλλον εάν τα ταξίδια στην Σελήνη είναι διαθέσιμα σε ένα ιδιωτικό κοινό. Ορισμένες εταιρίες έχουν σχεδιάσει να προσφέρουν ταξίδια τουρισμού πάνω ή γύρω από την Σελήνη, το οποίο εκτιμάτε να πραγματοποιηθεί μεταξύ του 2023-2043.

Οι εργασίες συνεχίζονται επίσης προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης υποπεριφερειακών οχημάτων διαστημικού τουρισμού αυτό γίνεται από εταιρίες αεροδιαστημικής. Επιπλέον η SpaceX, ένας κατασκευαστής αεροδυναμικής, ανακοίνωσε το 2018 ότι σχεδιάζει την αποστολή διαστημικών τουριστών, συμπεριλαμβανομένου του Yusaku Maezawa σε μια τροχιά ελεύθερης επιστροφής γύρω από την σελήνη στο Starship. Κατά τη διάρκεια της περιόδου 2001-2009 επτά διαστημικοί τουρίστες πραγματοποίησαν οκτώ διαστημικές πτήσεις στο ρωσικό διαστημόπλοιο Σόγιουζ που διεξάχθηκαν με διαστημικές περιπέτειες στο διεθνή διαστημικό σταθμό. Η δημοσιευμένη τιμή κυμαινόταν μεταξύ 20-25 εκατομμυρίων δολαρίων ανά ταξίδι. Μερικοί διαστημικοί τουρίστες υπέγραψαν συμβάσεις με τρίτους για να διεξάγουν ορισμένες ερευνητικές δραστηριότητες, ενώ βρίσκονται σε τροχιά. Μέχρι το 2007 ο διαστημικός τουρισμός θεωρήθηκε ότι είναι μια από τις πρώτες αγορές που θα προκύψουν για την εμπορική διαστημική πτήση. Η space adventures είναι η μόνη εταιρία που είχε στείλει του επιβάτες που πληρώνουν στο διάστημα. Η Ρωσία σταμάτησε τον τροχιακό διαστημικό τουρισμό το 2010 λόγω της αύξησης του μεγέθους του πληρώματος του διεθνούς διαστημικού σταθμού, χρησιμοποιώντας τα καθίσματα για πληρώματα αποστολών που θα είχαν προηγουμένως πωληθεί στην πληρωμή συμμετεχόντων στη διαστημική πτήση. Οι τροχιακές τουριστικές πτήσεις αναμενόταν να επαναληφθούν το 2015, αλλά αναβλήθηκαν για επ' αόριστον και δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία από το 2009.

### **1.3 Η συμβιωτική σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος**

Ο ορισμός που δόθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού για την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη διατυπώνεται ως «ανάπτυξη η οποία ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών και των περιοχών υποδοχής στο παρόν, ενώ προστατεύει και αυξάνει τις ευκαιρίες για το μέλλον. Θεωρείται ότι οδηγεί στην διαχείριση όλων των πόρων με τέτοιο τρόπο, ώστε να μπορούν να επιτυγχάνονται οι οικονομικές, κοινωνικές και αισθητικές ανάγκες, ενώ διατηρεί την πολιτιστική ακεραιότητα, τις σημαντικές οικολογικές διαδικασίες, τη βιολογική ποικιλότητα και το σύστημα υποστήριξης της ζωής».

Για πολλά μέρη σε όλο τον κόσμο, ειδικά εκείνα που διαθέτουν πλούσιο και ελκυστικό, πολιτιστικό ή και φυσικό περιβάλλον, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα και δημιουργεί εισόδημα και απασχόληση, αλλά και μια σημαντική αιτία πολλών ανεπιθύμητων κοινωνικών και περιβαλλοντικών διαταραχών. Για τους περισσότερους αστικούς κατοίκους του βιομηχανικού κόσμου, η απόδραση σε ένα ήσυχο και χαλαρωτικό μέρος, όπου

μπορούν να απολαύσουν φυσικές και πολιτιστικές ομορφιές έχει καταστεί ετήσια ανάγκη διατήρησης της φυσιολογικής και ψυχολογικής ισορροπίας τους. Το φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον μιας περιοχής αποτελεί ένα από τα βασικά συστατικά του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και, φυσικά, η ποιότητα αυτού του προϊόντος εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποιότητα του βασικού συστατικού του. Το ζήτημα της διατήρησης μιας ισορροπημένης σχέσης μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος έχει λάβει μεγάλη προσοχή από την δεκαετία του 1970. Ωστόσο, μόνο τη δεκαετία του 1980 και του 1990 έγινε επίσης ένα θέμα συστηματικής ακαδημαϊκής έρευνας που διακρίνεται από τον ευρύτερο ερευνητικό τομέα των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων αναψυχής.

#### 1.4 Η έννοια του σύγχρονου τουρισμού

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι ο σύγχρονος τουρισμός έχει γίνει μια από τις πιο δημοφιλείς βιομηχανίες στον κόσμο σήμερα. Είναι μια δραστηριότητα στην οποία οι άνθρωποι μπορούν να αναδημιουργήσουν και να χαλαρώσουν. Επιπλέον φαίνεται ότι όχι μόνο μπορεί να βελτιώσει τις μεταφορές και τις περισσότερες δημόσιες εγκαταστάσεις μιας χώρας, αλλά και να βελτιώσει τοπικές υπηρεσίες, όπως η διασκέδαση, η τροφοδοσία, η διαμονή και το νοσοκομείο για ντόπιους και τουρίστες. Ωστόσο λοιπόν, τονώνει την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Ακόμα περισσότερο, μεγάλος αριθμός οργανισμών και κυβερνήσεων επενδύουν πολλά χρήματα σε αυτόν τον κλάδο αυτή τη στιγμή. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα του σύγχρονου τουρισμού, είναι το γεγονός ότι η ανάπτυξη της ταξιδιωτικής βιομηχανίας μπορεί να τονώσει την κατανάλωση και την οικονομία των δημοφιλών τουριστικών περιοχών.

Στις παλιές μέρες το φαγητό και τα ρούχα ήταν αρκετά για να γνωρίζουν την τιμή και την τροφή. Ο τουρισμός δεν είναι πλέον πολυτέλεια ή προαιρετικός ελεύθερος χρόνος, αλλά απαραίτητη δραστηριότητα στην ζωή των ανθρώπων στις ανεπτυγμένες χώρες. Υπάρχουν λίγες μεγάλες πόλεις που δεν αναπτύσσουν τον τουρισμό. Όσο η κυβέρνηση, οι κοινοπραξίες και οι επιχειρηματίες είναι πρόθυμοι να συνεχίσουν να επενδύουν στην κατασκευή τουριστικών αξιοθέατων και να κάνουν καλή δουλειά προπαγάνδας, ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία που έχει εκλείψει την δική της φήμη, η οποία μπορεί να επιτύχει φήμη και περιουσία. Μπορεί επίσης να δημιουργήσει πολλές θέσεις χαμηλής ειδίκευσης για τους λαϊκούς ανθρώπους που είναι δύσκολο να βρουν θέσεις εργασίας στην εποχή της εξωτερικής ανάθεσης. Πραγματικά το ταξίδι και ο τουρισμός είναι δύο διαφορετικά πράγματα. Από την αρχαιότητα, ανεξάρτητα από την ανατολή, την δύση, τον νότο και τον βορά, οι άνθρωποι ταξίδευαν χιλιάδες μίλια πέρα από τον ωκεανό ή για πρακτικές ανάγκες, ή για αναψυχή, αξιοθέατα, διορατικότητα και μάθηση. Ο τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται όταν το ατμοκίνητο τρένο ήταν διαθέσιμο τον 19<sup>ο</sup> αιώνα. Σήμερα ο σύγχρονος τουρισμός δίνει έμφαση στα αξιοθέατα, την κατανάλωση, τις αγορές και τις εμπειρίες.

Η διαφορά του σύγχρονου τουρισμού με τον αρχαίο είναι κυρίως η αυθεντικότητα. Το πρώτο πράγμα που για τον σύγχρονο τουρισμό είναι η απόλαυση ενός διαφορετικού μέρους. Οι σύγχρονες ομάδες περιοδείας βλέπουν τα «διάσημα αξιοθέατα», τα οποία είναι τεχνητά τουριστικά αξιοθέατα, χωρίς καμία ενόχληση. Τα τοπικά έθιμα που βιώνουν οι ξεναγοί είναι ειδικά σχεδιασμένα για τουρίστες. Ο

σύγχρονος τουρισμός δεν μπορεί να δει την πραγματική ζωή των ξένων ανθρώπων, παρά μόνο την τουριστική περιοχή. Το μεγαλύτερο χαρακτηριστικό του σύγχρονου τουρισμού είναι ότι η «υπέρ-πραγματικότητα» αντικαθιστά την «πραγματικότητα», όπου η υπέρ-πραγματικότητα είναι συχνά καλύτερη από την πραγματικότητα.

## **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Λόγοι τουριστικής Μετακίνησης**

### **2.1 Έννοια τουριστικής ζήτησης**

Η ζήτηση γενικά ορίζεται ως το επίπεδο των εκτιμώμενων πωλήσεων υπό καθορισμένες συνθήκες. Περιλαμβάνει την αγορά η μια καθορισμένη γεωγραφική περιοχή, προϊόντα η προσπάθειες ανταγωνιστών αλλά και ατομικές προσπάθειες μάρκετινγκ. Η τουριστική ζήτηση ορίζεται ως τον συνολικό αριθμό ατόμων που ταξιδεύουν η επιθυμούν να ταξιδέψουν για να χρησιμοποιούν τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες σε μέρη μακριά από τον τόπο εργασίας και διαμονής τους, επίσης είναι η σχέση μεταξύ κινήτρου του ατόμου να ταξιδεύει και της ικανότητας του να το κάνει. Αλλά και ως ο αριθμός των ατόμων που σκοπεύουν να αγοράσουν τουριστικά προϊόντα που υποστηρίζονται από επαρκή αγοραστική δύναμη και ελεύθερο χρόνο για να καλύψουν τις τουριστικές ανάγκες των ανθρώπων. Ο τουρισμός είναι ένα δυναμικό πεδίο. Διαφέρει ανάλογα με τον αριθμό παραγόντων που σχετίζονται με τους τουρίστες, την χώρα του προορισμού, την αγορά από την οποία εμφανίζονται οι τουρίστες και την αγορά προορισμού. Οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να καταλάβουν τη ζήτηση του τουρισμού σε μια συγκεκριμένη περιοχή, προσδιορίζοντας τους τύπους διάφορων τουριστών, την συμπεριφορά τους και δημιουργώντας σωστές προσφορές για σωστή αγορά. Υπάρχουν τρεις τύποι τουριστικής ζήτησης η αποτελεσματική, η καταπιεσμένη και η καθόλου ζήτηση

Η έρευνα διαφοροποιεί δύο βασικές προσεγγίσεις για την ανάλυση της τουριστικής ζήτησης. Οι οικονομολόγοι τουρισμού θεωρούν κυρίως ένα οικονομικό πλαίσιο, ενώ τα κίνητρα ταξιδιού εφαρμόζουν κυρίως ένα κοινωνικό-ψυχολογικό πλαίσιο(Goh, 2012). Αν και η μελέτη των χαρακτηριστικών του τουρισμού είναι μια συγκριτικά νέα εποχή που ξεκινά στην δεκαετία του 1960, η υπερβολική ανάπτυξη αυτής της βιομηχανίας οδήγησε επίσης σε μία εξίσου εκτεταμένη εξέλιξη ως πεδίο μελέτης και κατά συνέπεια των μεθόδων και των ευρημάτων της. Η νεοκλασική οικονομική θεωρία συνήθως προϋποθέτει μια διαδικασία προϋπολογισμού πολλαπλών σταδίων για κάθε επιλογή για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Επιπλέον, κάθε στάδιο αντιστοιχεί σε ένα πρόβλημα μεγιστοποίησης βοηθητικών προγραμμάτων, όπου ο καταναλωτής προτίθεται υποσυνείδητα να μεγιστοποιήσει τη χρησιμότητα των επιλογών εντός του δεδομένου περιορισμού του προϋπολογισμού (Smeral & Weber, 2000).

#### **2.1.1 Η οικονομική μελέτη της τουριστικής ζήτησης**

Η τουριστική οικονομική μελετά την διάρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας την τουριστική προσφορά και ζήτηση και τις διάφορες οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται σε καθορισμένο τόπο και χρόνο που έχουν ως στόχο την ικανοποίηση

τουριστικών αναγκών. Γενικά οι τουρίστες διαλέγουν μεταξύ πραγμάτων που αποκλείονται αμοιβαία, το κόστος ενός τουριστικού αγαθού είναι άλλο αγαθό το οποίο παραιτείται κανείς για να το αποκτήσει καθώς λειτουργούν με βάση το κόστος ευκαιρίας τέλος οι τουρίστες παίρνουν τουριστικές αποφάσεις. Το βιοτικό επίπεδο μιας τουριστικής περιοχής εξαρτάται από την ικανότητα να παραχθούν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Η τουριστική οικονομία αντιμετωπίζει μια βραχυχρόνια αντίστροφη σχέση μεταξύ πληθωρισμού και ανεργίας. Το κράτος έχει την δυνατότητα να βελτιώσει τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τις τουριστικές αγορές και προτιμήσεις . Ωστόσο υπάρχουν τρεις κατηγορίες τουριστικής οικονομικής που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.

1. Η περιγραφική τουριστική οικονομική που αντικείμενό της είναι η συλλογή στοιχείων για διάφορα προβλήματα που μπορεί να υπάρξουν στην τουριστική βιομηχανία. Η συλλογή των στοιχείων αποτελούν βασική προϋπόθεσή για την μελέτη του τουριστικού προβλήματος .
2. Η Θεωρητική τουριστική οικονομική που ερευνά τους γενικούς νόμους έμφασης και ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου , καθώς και καλύπτει τα ερωτήματα του τουριστικού προβλήματος
3. Η εφαρμοσμένη τουριστική οικονομική που είναι ένα ενιαίο σύστημα αρχής και μεθόδων ρυθμιστικής παρέμβασης τους κράτους στην τουριστική οικονομία και στόχο τον έλεγχο της τουριστικής συμπεριφοράς καθώς και των συνεπειών της.

### **2.1.2 Ανάλυση παραγόντων που έχουν επιρροή στην τουριστική ζήτηση**

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του τουρισμού. Ένα σύνολο παραγόντων ασχολείται με την τιμή που πρέπει να πληρώσουν οι άνθρωποι. Το κόστος για να φτάσουν σε έναν προορισμό είναι ένας παράγοντας. Το υψηλότερο κόστος ταξιδιού μπορεί να μειώσει την ζήτηση. Το κόστος καταλυμάτων φαγητού, εκδρομών, ψυχαγωγίας και τοπικών ταξιδιών μπορεί επίσης να επηρεάσει την τουριστική ζήτηση. Εάν αυτά τα κόστη είναι υψηλά η ζήτηση μπορεί να μειωθεί. Υπάρχουν παράγοντες μη τιμών που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση. Το κλίμα μιας τοποθεσίας είναι ένας σημαντικός παράγοντας. Εάν το κλίμα είναι πολύ ζεστό ή πολύ κρύο η ζήτηση θα επηρεαστεί. Η φήμη μιας τοποθεσίας είναι ένας άλλος σημαντικός παράγοντας. Εάν ένα μέρος έχει πολλά αξιοθέατα και προσφέρει πολλές δραστηριότητες, η τουριστική ζήτηση θα αυξηθεί. Εάν ένας προορισμός είναι γνωστός ως μια ασφαλής τοποθεσία, θα είναι ελκυστικός για τους τουρίστες. Η κατάσταση της οικονομίας στο εξωτερικό και στο εσωτερικό επηρεάζει, επίσης, την τουριστική ζήτηση. Εάν η οικονομία είναι καλή και οι άνθρωποι μπορεί να είναι πιο πρόθυμοι να ταξιδέψουν καθώς θα έχουν περισσότερο διαθέσιμο εισόδημα. Οι οικονομολόγοι υποστηρίζουν ότι υπάρχουν διάφοροι παράγοντες, εκτός από την τιμή του τουρισμού, που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ζήτηση στον τουρισμό. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν

1. Το εισόδημα των καταναλωτών. Όταν ο πληθυσμός που είναι η πηγή του τουρισμού μπαίνει σε ύφεση, για παράδειγμα, η ζήτηση για τουρισμό μειώνεται.
2. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών. Για παράδειγμα, εάν στις διακοπές δεν έχουν στυλ (αν, ίσως οι καταναλωτές πιστεύουν ότι είναι πιο σωστό να

μείνουν σπίτι ή να πάρουν το αεροπλάνο σε κάποιο εξωτικό σημείο διακοπών), η ζήτηση για τον τουρισμό μειώνεται.

3. Το κόστος των συμπληρωματικών αγαθών. Εάν πιστεύουν ότι τα αεροπορικά ταξίδια αποτελούν συμπληρωματικό αγαθό του τουρισμού, θα συνειδητοποιήσουν ότι η αύξηση της τιμής των αεροπορικών ταξιδιών θα προκαλέσει μείωση της ζήτησης του τουρισμού.

Είναι σαφές ότι οι κοινωνιολογικές μεταβλητές όπως η ηλικία, το επάγγελμα και το εκπαιδευτικό επίπεδο διαδραματίζουν επίσης ρόλο στην επιρροή της συνολικής ζήτησης, αλλά υπάρχουν ενδείξεις ότι οι κοινωνιολογικές μεταβλητές μπορεί να είναι πιο σημαντικές στον προσδιορισμό του προορισμού ή του είδους του τουρισμού. Είναι επομένως πιθανό ότι η συνολική ζήτηση μιας χώρας καταγωγής για όλους τους προορισμούς εξηγείται καλύτερα από οικονομικές μεταβλητές. Συνήθως, ο αριθμός των αφίξεων χρησιμοποιείται ως δείκτης της συνολικής τουριστικής ζήτησης ενός προορισμού, αν και ορισμένες τουριστικές δαπάνες και τουριστικές νύχτες σε καταχωρημένα καταλύματα επιλέχθηκαν σε ορισμένες μελέτες. Κυρίως θεωρούμενοι καθοριστικοί παράγοντες που αποδείχθηκαν εμπειρικά ότι είχαν αντίκτυπο στην τουριστική ζήτηση ήταν το εισόδημα στην χώρα προέλευσης, οι σχετικές τιμές τουρισμού στον προορισμό, οι υποκατάστατες τιμές εναλλακτικού προορισμού, το κόστος ταξιδιού, οι δαπάνες μάρκετινγκ και τα έκτακτα γεγονότα. Ενώ ο συνολικός αντίκτυπος και οι επεξηγηματικές του μεταβλητές έχουν διερευνηθεί διεξοδικά μέσω αρκετών οικονομετρικών μοντέλων, λίγη προσοχή δίνεται στο κοινωνικό πλαίσιο της διαδικασίας λήψης αποφάσεων για τον τουρισμό. Οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων, τα συστατικά της και τα γενικευμένα πλαίσια έχουν διερευνηθεί ευρέως τις τελευταίες δεκαετίες (Crompton & Um, 1991, Woodside & Lysonski, 1989). Ο Decrop (2005), για παράδειγμα ταξινόμησε τους παράγοντες της διαδικασίας λήψης αποφάσεων του τουρίστα σε έξι γνωστικές κατασκευές, την τουριστική αντίληψη, την μάθηση και στάση, την προσωπικότητα και την αυτό-έννοια, τα κίνητρα και συμμετοχή, το συναίσθημα και τα συμφραζόμενα.

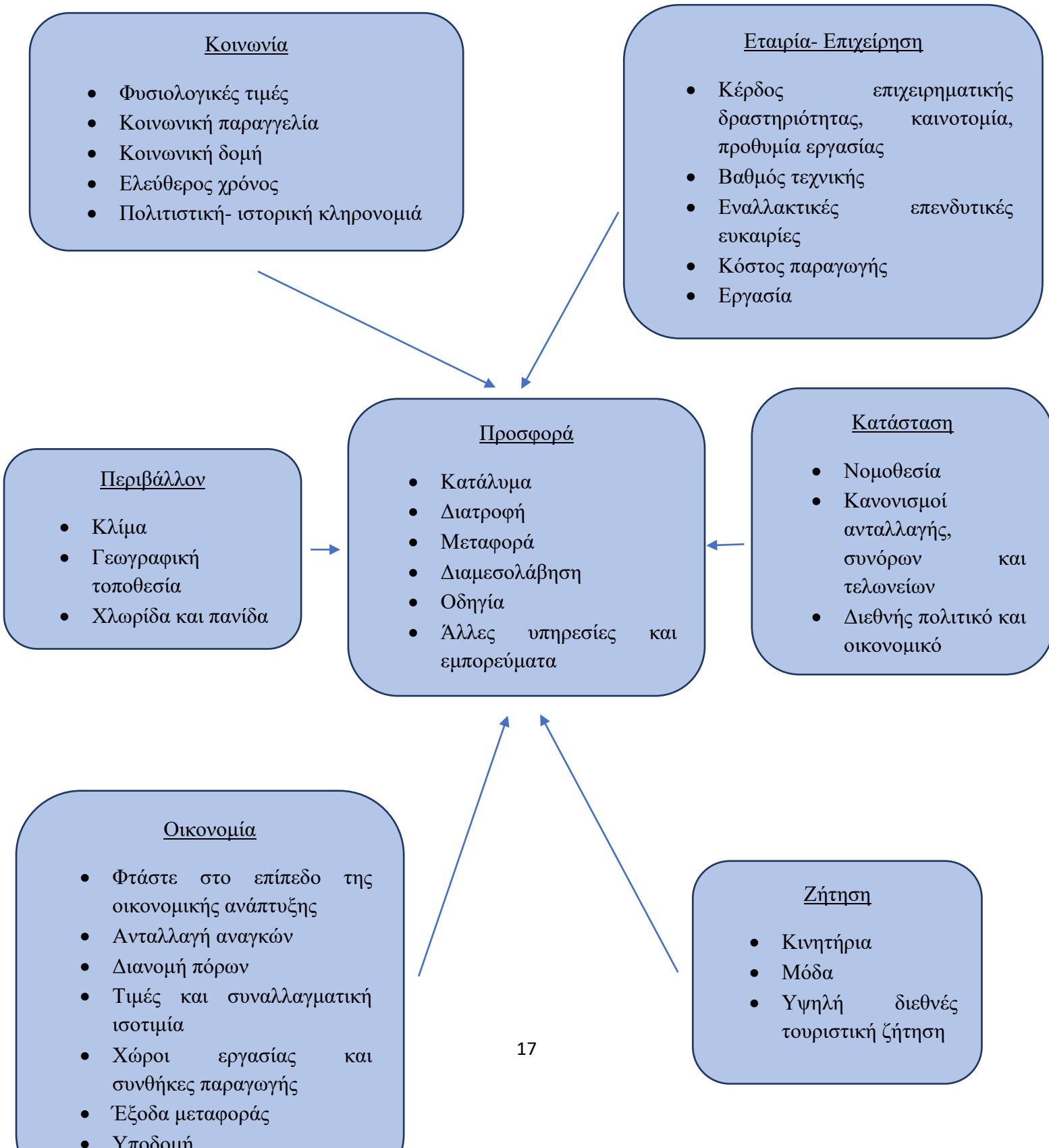
## 2.2 Έννοια τουριστικής προσφοράς

Ο ορισμός της τουριστικής προσφοράς πρέπει να απορρέει από τον ορισμό του τουρισμού. Είναι, επομένως, η προσφορά όλων των στοιχείων, υπηρεσιών και αγαθών που διατίθενται στους επισκέπτες ή αγοράζονται από αυτούς και καθορίζεται από την διαμονή των επισκεπτών. Η τουριστική προσφορά αποτελεί την δεύτερη βασική μεταβλητή που εισάγει τον ορισμό της τουριστικής αγοράς και ενθαρρύνει την αύξηση της ζήτησης και της ποσοτικής σημασίας της για έναν τουριστικό προορισμό. Αποτελείται από ένα σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες για να καλύψουν τις τουριστικές τους ανάγκες. Είναι λοιπόν θέμα προσφοράς τουριστικών προϊόντων τα οποία είναι δύσκολο να προσδιοριστούν παγκοσμίως λόγω της ετερογένειάς τους. Παρά την ετερογένεια του τουρισμού, ο οποίος προσφέρει συνδυασμό υλικών αγαθών (ξενοδοχείο, εστιατόριο, μεταφορές, έργα τέχνης) και άυλες υπηρεσίες (κλίμα, ψυχαγωγία, προσωπικό, έθιμα κ.λπ.). Παρά αυτήν την ετερογένεια, σύμφωνα με τους επαγγελματίες, υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν σχεδιασμένο οργανωμένο ή θα μπορούσε κανείς να πει κατασκευή.



Τουριστική προσφορά επίσης μπορεί να θεωρηθεί ένα ποσό αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρεται στους τουρίστες σε μια συγκεκριμένη στιγμή και σε μία συγκεκριμένη τιμή.

### Παράγοντες που επηρεάζουν το σκεδιασμό της τουριστικής προσφοράς



### **2.2.1 Παράγοντες ανάπτυξης τουριστικής προσφοράς**

1. Κλιματικές αλλαγές: Η αύξηση της θερμοκρασίας προκαλεί έξαρση τροπικών ασθενειών. Η αύξηση του αριθμού των ημερών με θερμοκρασίες άνω των 40 βαθμών Κελσίων. Διπλάσιος του αριθμού των ημερών με θερμοκρασίες άνω των 30 βαθμών Κελσίου. Για τους παραπάνω λόγους, ενδεχομένως, τα εκατό είκοσι εκατομμύρια τουρίστες που κάνουν διακοπές στην μεσόγειο μειωθούν λόγω αυτών των κλιματικών αλλαγών. Οι βόρειοευρωπαίοι ίσως προτιμήσουν να κάνουν διακοπές στο εσωτερικό της χώρας τους ή σε άλλες χώρες της βόρειας Ευρώπης. Επίσης θα επηρεαστεί το μείγμα αγοράς του τουρισμού.
2. Δημογραφικές εξελίξεις: η σύνθεση νοικοκυριού και η δομή οικογένειας, η μετανάστευση, η πληθυσμιακή ηλικιακή διάρθρωση
3. Τεχνολογία: Αύξηση της χρήσης του διαδικτύου, ευρεία χρήση εφαρμογών διαδικτύου στην κινητή τηλεφωνία, αυξημένη διάδραση των ατόμων στο πλαίσιο της κοινωνικής δικτύωσης, συνεχής αναβάθμιση των πληροφοριακών συστημάτων και αξιοποίηση ψηφιακών δεδομένων.
4. Ασφάλεια: Η σύσταση μηχανισμών διαχείρισης κρίσεων θα πρέπει να συγκαταλέγεται στις στρατηγικές προτεραιότητες κάποιου τουριστικού προορισμού.
5. Αντιλήψεις περί πολυτέλειας: Ταξιδιώτες από αναδυόμενες οικονομίες αναζητούν την χλιδή. Ταξιδιώτες από ώριμες οικονομίες ξεπερνούν την κατανάλωση. Πολυτέλεια σημαίνει αυτοεκπλήρωση, εμπειρία και ευ ζην. Αναζητούν ποιοτικές εμπειρίες, προσωποποιημένες και αποκλειστικές υπηρεσίες.

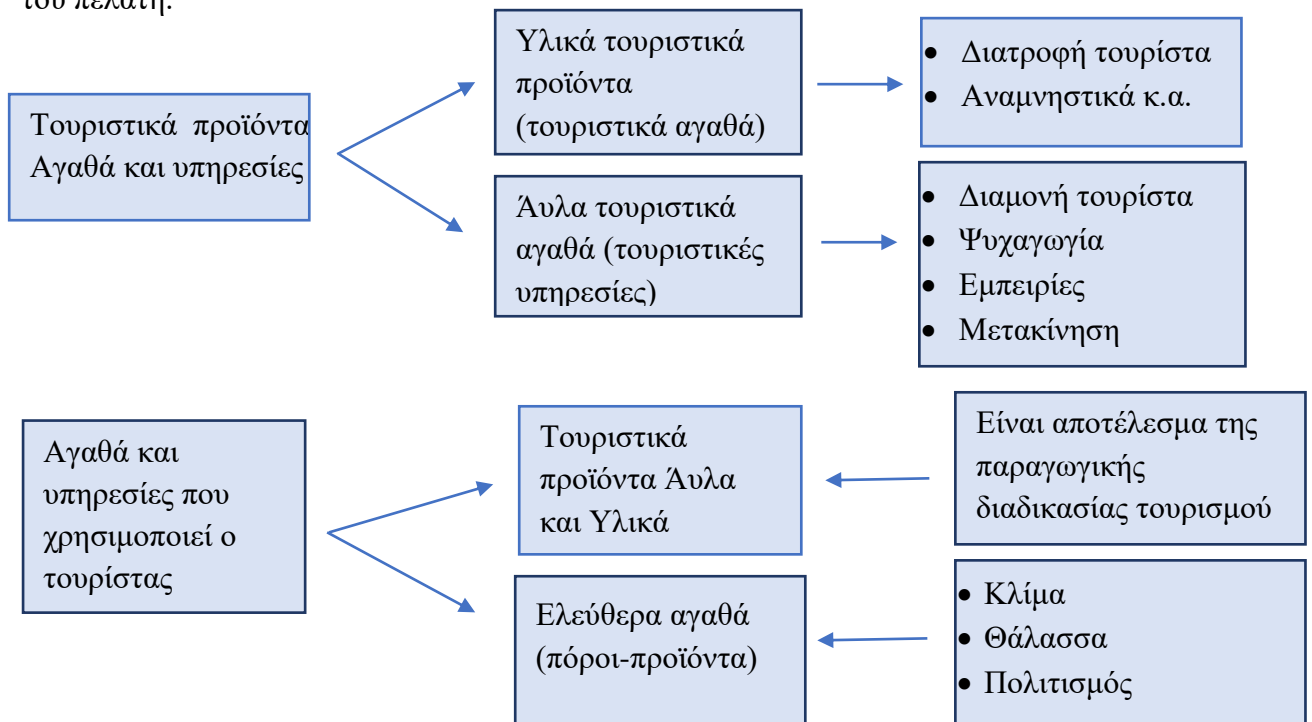
### **2.2.2 Θέλγητρα και δραστηριότητες της τουριστικής προσφοράς**

Σκοπός της τουριστικής βιομηχανίας είναι να μετατρέπει φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους σε τουριστικά προϊόντα. Αυτό συμβαίνει όταν οι παράγοντες που καθιστούν μια χώρα ελκυστική στους τουρίστες αναγνωρίζονται προς εμπορική ή οικονομική εκμετάλλευση. Ο Lew ορίζει ως θέλγητρα όλα εκείνα τα πράγματα που μπορούν οι άνθρωποι να δουν, όλες τις δραστηριότητες που μπορούν να κάνουν και όλες τις εμπειρίες που μπορούν να θυμηθούν. Ο Jafari ανέπτυξε τρεις τυπολογίες που σχετίζονται με τα θέλγητρα της τουριστικής προσφοράς οι οποίες διασυνδέονται μεταξύ τους. Η πρώτη ενσωματώνει όλα τα προϊόντα που έχουν τουριστικό προσανατολισμό. Η δεύτερη εκείνα που ανήκουν και πωλούνται στους μόνιμους κατοίκους και η Τρίτη περιλαμβάνει προϊόντα που βρίσκονται στο τουριστικό υπόβαθρο. Ο Ferrario είχε δηλώσει πως υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που μπορούν να οριστούν ως θέλγητρα όπως η οικονομική, η φυσική, το κόστος ζωής, οι υποδομές, η κοινωνικοπολιτιστική και η συναλλαγματικές ισοτιμίες. Οι υπηρεσίες που αναπτύσσονται γύρω από τους τουριστικούς πόλους έλξης μετατρέπονται σε θέλγητρα και πόλους προέλευσης τουριστών, όπως για παράδειγμα τα μέσα μεταφοράς, ένα ιστορικό κρουαζιερόπλοιο ή ένα παραδοσιακό τρένο, καθώς και κάποια καταλύματα μπορούν να θεωρηθούν θέλγητρα εάν στο παρελθόν έχουν

διαμείνει εκεί διάσημες προσωπικότητες. Επίσης, αν και δεν είναι τόσο συχνό, σε μερικά μέρη του κόσμου οι κάτοικοι αποτελούν συχνά τουριστικό αξιοθέατο, όπως για παράδειγμα οι ιθαγενείς της Αυστραλίας.

### 2.3 Βασικές διακρίσεις τουριστικών προϊόντων

Το τουριστικό προϊόν είναι ο συνδυασμός των αγαθών και των υπηρεσιών και των αγαθών που επιζητούν ή αγοράζουν οι τουρίστες όταν προετοιμάζουν ή ολοκληρώνουν ένα ταξίδι. Ένα τουριστικό προϊόν είναι οτιδήποτε μπορεί να προσφερθεί για έλξη, απόκτηση ή κατανάλωση. Περιλαμβάνει φυσικά αντικείμενα, υπηρεσίες, προσωπικότητες, μέρη, οργανισμούς και ιδέες. Το τουριστικό προϊόν είναι μια σειρά αλληλένδετων υπηρεσιών, δηλαδή υπηρεσίες που παράγονται από διάφορες εταιρίες, κοινοτικές και φυσικές υπηρεσίες. Τα τουριστικά προϊόντα είναι η ομάδα στοιχείων που συγκεντρώνονται σε μια «δέσμη» για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του πελάτη.



## **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> : Ανάλυση ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

### **3.1 Η διάκριση μεταξύ γενικού τουρισμού και ειδικού/εναλλακτικού τουρισμού**

Σαν εναλλακτικό τουρισμό ορίζουμε οποιαδήποτε μορφή τουρισμού που δεν είναι μαζική. Συνδέεται με κοινωνικές- περιβαλλοντικές-πολιτισμικές- κοινοτικές αξίες που επιτρέπουν σε οικοδεσπότες- φιλοξενούμενους να αλληλοεπιδρούν και να μοιράζονται εμπειρίες. Υπάρχουν, ωστόσο πολλές διαφορές όταν αναφερόμαστε στον γενικό τουρισμό και στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αρχικά το κύριο κίνητρο για το ταξίδι στον γενικό τουρισμό είναι η ανάπαυση και η αναψυχή, ενώ στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι τα ειδικά κίνητρα. Ακόμα μια διάκριση είναι ότι ο γενικός τουρισμός είναι οικονομικός σε αντίθεση με τις ειδικές μορφές, όπου ο τουρισμός είναι ακριβός. Επίσης ο γενικός τουρισμός έχει μεγαλύτερη, από άποψη μεγέθους, τουριστική αγορά. Αντιθέτως στις εναλλακτικές μορφές παρατηρούνται ειδικές αγορές.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένας γενικός όρος που περιλαμβάνει μια ολόκληρη γκάμα τουριστικών στρατηγικών (π.χ. κατάλληλος, οικολογικός, ήπιος, υπεύθυνος και πράσινος τουρισμός), οι οποίοι έχουν ως στόχο να προσφέρουν μια πιο καλοήγη εναλλακτική λύση για τον συμβατικό μαζικό τουρισμό σε ορισμένους τύπους προορισμού. Ωστόσο, ο Weaver ορθώς επισημαίνει ότι υπάρχουν επίσης πολλές κριτικές για τον εναλλακτικό τουρισμό. Είναι σαφές ότι επειδή ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί ως αντίδραση στις αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού, δεν είναι απαραίτητα λιγότερο επιβλαβής ή καλύτερα από τις εναλλακτικές του.

### **3.2 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τον πολιτισμό την θρησκεία και τους μορφωτικούς λόγους**

#### **3.2.1 Πολιτιστικός τουρισμός**

Αναμφίβολα, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι το πρώτο (Μοίρα, 2000γ) το πιο δημοφιλές (Χαριτίνη, 2008) και το μακροβιότερο είδος τουρισμού, το οποίο έχει μια διαχρονική παρουσία στα ευρωπαϊκά πολιτισμικά ήθη και μια αυξανόμενη απήχηση σε ολόένα και ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Στην βάση αυτής της μακραίωνης παράδοσης ο πολιτισμικός τουρισμός ορίστηκε αρχικά ως η επίσκεψη συγκεκριμένων χώρων, μνημείων ή εκδηλώσεων πολιτισμικού χαρακτήρα ή αξίας (Πασχαλίδης,

2002). Μία ακόμη εννοιολογική σημασία του θα μπορούσε να οριστεί ως η μετακίνηση ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από την συνηθισμένη κατοικία τους που έχουν ως στόχο να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες, ικανοποιώντας τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Περιλαμβάνει τον τουρισμό που πραγματοποιείται στις αστικές περιοχές, κυρίως τις ιστορικές, ή μεγάλες πόλεις με πολιτιστικές εγκαταστάσεις, όπως μουσεία και θέατρα. Στον πολιτιστικό τουρισμό κύριο κίνητρο είναι η συμμετοχή σε διάφορες δραστηριότητες ή εμπειρίες που έχουν σχέση με τον πολιτισμό. Για παράδειγμα πολιτιστικές εκδηλώσεις, ή γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση χωρών, με την τοπική γαστρονομία κ.α.

Η Ευρώπη αποτελεί βασικό προορισμό πολιτιστικού τουρισμού χάρη σε μια ασύγκριτη πολιτιστική κληρονομία που περιλαμβάνει μουσεία, θέατρα, αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικές πόλεις, βιομηχανικούς χώρους καθώς και μουσική και γαστρονομία. Εκτιμάται ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40% του συνόλου του ευρωπαϊκού τουρισμού, δηλαδή τέσσερις στους δέκα τουρίστες επιλέγουν τον προορισμό τους βάσει της πολιτιστικής τους προσφοράς. Το είδος αυτού του τουρισμού ασχολείται κυρίως με την δέσμευση του ταξιδιώτη, τον πολιτισμό μιας περιοχής ή χώρας ιδίως όμως με τον τρόπο ζωής των ανθρώπων, την ιστορία, την τέχνη, την αρχιτεκτονική, την θρησκεία και άλλα στοιχεία που βοηθούν να εξελίξουν τον τρόπο ζωής τους.

### **3.2.2 Μορφωτικός τουρισμός**

Ο μορφωτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως ο τουρισμός που έχει ως στόχο της εκπαιδευτική εκμάθηση ως πρόσχημα για ένα ταξίδι είτε την μάθηση της γνώσης, όπως ιστορική, πολιτική, κοινωνική, είτε με την εκμάθηση μιας καθημερινής γλωσσικής καθημερινότητας. Ο μορφωτικός τουρισμός, που μπορεί να είναι εκπαιδευτικός ή επιστημονικός, κύριο κίνητρό του είναι η συμμετοχή σε διάφορες εκπαιδευτικές (σεμινάρια, εκδηλώσεις) ή επιστημονικές δραστηριότητες (επιστημονικές ανταλλαγές, έρευνες κ.α.). Έχει αναπτυχθεί λόγω της αυξανόμενης δραστηριότητας της διδασκαλίας και της μάθησης της γνώσης και της ενίσχυσης της τεχνικής ικανότητας εκτός του περιβάλλοντος της τάξης.

Στον εκπαιδευτικό τουρισμό ο κύριος στόχος της περιοδείας ή της ψυχαγωγίας περιλαμβάνει την επίσκεψη σε μια άλλη χώρα για την ανακάλυψη του πολιτισμού, των περιηγήσεων σε μελέτες. Επίσης είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς τουρισμού και ταξιδιού αν και συνήθως οι επαγγελματίες του τουρισμού γενικότερα τον παραγκωνίζουν. Ο μορφωτικός τουρισμός έρχεται στην συνέχεια σε μια ευρεία ποικιλία μορφών, ωστόσο, παρά τις διαφορές, όλες οι μορφές εκπαιδευτικού τουρισμού έχουν ορισμένα κοινά σημεία. Μεταξύ αυτών είναι η ιδέα ότι τα ταξίδια αφορούν τόσο την αυτοπεποίθηση όσο και την χαλάρωση, ότι η μάθηση μπορεί να είναι διασκεδαστική και ότι η μάθηση απευθύνεται σε ανθρώπους όλων των ηλικιών.

### 3.2.3 Αστικός τουρισμός

Στοναστικό τουρισμό ή αλλιώς τουρισμό πόλης κατατάσσεται το ταξίδι που πραγματοποιείται σε αστικά κέντρα. Η διάρκεια του είναι μικρή και σκοπός του είναι να γνωρίσουν το αστικό περιβάλλον της πόλης, καθώς και τον πολιτισμό και τις αγορές. Τα κύρια κίνητρά του μπορεί να ποικίλουν ανάλογα με τις προτιμήσεις των τουριστών. Μπορεί να είναι επαγγελματικοί λόγοι, διακοπές- αναψυχή, αναζήτηση και εξερεύνηση άλλων πολιτισμών, αγορές, καθώς και η νυχτερινή ζωή. Είναι ένας τύπος τουριστικής δραστηριότητας που πραγματοποιείται σε ένα αστικό χώρο με τα εγγενή του χαρακτηριστικά που χαρακτηρίζονται από μη γεωργική οικονομία όπως η διοίκηση, η μεταποίηση, οι εμπορικές συναλλαγές και οι υπηρεσίες και τα κομβικά σημεία μεταφοράς. Οι προορισμοί της πόλης προσφέρουν μια ευρεία και ετερογενή γκάμα πολιτιστικών, αρχιτεκτονικών, τεχνολογικών, κοινωνικών και φυσικών εμπειριών και προϊόντων για αναψυχή και επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη, το 2015, το 54% του παγκόσμιου πληθυσμού ζούσε σε αστικές περιοχές και, μέχρι το 2030, το ποσοστό αυτό αναμένεται να φτάσει το 60%. Μαζί με άλλους βασικούς πυλώνες, ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό στοιχείο της οικονομίας, της κοινωνικής ζωής και της γεωγραφίας πολλών πόλεων του κόσμου και αποτελεί επομένως ένα βασικό στοιχείο των πολιτικών αστικής ανάπτυξης. Ο αστικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει την κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη πολλών πόλεων και χωρών που συμβάλλουν στην πρόοδο της νέας αστικής ατζέντας και των 17 στόχων για την αειφόρο ανάπτυξη. Ο τουρισμός είναι εγγενώς συνδεδεμένος με τον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσεται η ίδια η πόλη και προσφέρει περισσότερες και καλύτερες συνθήκες διαβίωσης στους κατοίκους και τους επισκέπτες της. Η αξιοποίηση του δυναμικού του τουρισμού ως εργαλείου βιώσιμης, και χωρίς αποκλεισμούς, ανάπτυξης για τις πόλεις απαιτεί μια προσέγγιση πολλαπλών ενδιαφερόντων και πολυεπίπεδη βάση της στενής συνεργασίας μεταξύ τουριστικών και μη τουριστικών διοικήσεων σε διαφορετικά επίπεδα, του ιδιωτικού τομέα, των τοπικών κοινοτήτων και των ίδιων των τουριστών. Ομοίως, η βιώσιμη ανάπτυξη και διαχείριση του τουρισμού στις πόλεις πρέπει να ενσωματωθεί στην ευρύτερη αστική ατζέντα.

### 3.2.4 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός ή αλλιώς πνευματικός τουρισμός είναι από τις παλαιότερες μορφές τουρισμού. Ως θρησκευτικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι, μικρής συνήθως διάρκειας, σε έναν ή περισσότερους θρησκευτικούς τόπους, αλλά και επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία με σκοπό τη γνωριμία με τη θρησκευτική παράδοση μιας περιοχής. Γενικότερα είναι δύσκολο να δοθεί ένας συγκεκριμένος ορισμός και ο λόγος πίσω από αυτό είναι ότι τα πολιτιστικά με τα θρησκευτικά ταξίδια χρησιμοποιούνται συνώνυμα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι

περισσότεροι πολιτιστικοί τουρίστες επισκέπτονται θρησκευτικούς προορισμούς ως μέρος της διαδρομής τους και έτσι αναφέρονται ως θρησκευτικοί τουρίστες.

Από τους αρχαίους χρόνους οι θρησκευτικοί προορισμοί δεν αποτελούσαν μόνο μέρος του πολιτιστικού τοπίου αλλά είχαν επίσης καταστεί ζωτικός παράγοντας στο τοπικό μάρκετινγκ και σε βασικά τμήματα της οικονομίας. Τοποθεσίες θρησκευτικής σημασίας υπήρξαν από τότε που αναφέρεται στην Παλαιά Διαθήκη της Βίβλου. Πολλές από αυτές τις τοποθεσίες εξακολουθούν να υπάρχουν καθώς υπάρχουν και νέες τοποθεσίες που έχουν σημαντική αξία κληρονομιάς.

Οι Ευρωπαίοι όλο και περισσότερο παρασύρονται από τις παραδοσιακές θρησκείες προς έναν πιο πνευματικό τρόπο άσκησης της πίστης τους. Αυτό σημαίνει ότι η αγορά του θρησκευτικού τουρισμού από την Ευρώπη είναι πολύ ελπιδοφόρα. Οι επαγγελματίες που έχουν επίγνωση της θρησκείας και είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα ενδιαφέρον πρόγραμμα τουρισμού έχουν τις καλύτερες ευκαιρίες σε αυτήν την αγορά. Οι θρησκευτικοί τουρίστες είναι αφοσιωμένοι ταξιδιώτες που τείνουν να σώζουν αυτές τις θρησκευτικές εμπειρίες. Ως αποτέλεσμα ο τομέας του θρησκευτικού τουρισμού είναι λιγότερο ευαίσθητος στις οικονομικές διακυμάνσεις και μειώσεις από ότι η συνολική τουριστική αγορά. Τέλος οι θρησκευτικοί τουρίστες προτιμούν να ταξιδεύουν ως ομάδες παρά ως άτομα, καθώς επίσης χωρίζονται σε τρεις ηλικιακές ομάδες: 18-29, 30-55 και 55+.

### **3.2.5 Προσκυνητισμός**

Ο προσκυνητισμός είναι ένα ταξίδι σε ένα άγνωστο μέρος όπου ένα άτομο πηγαίνει για να μάθει μια νέα έννοια για τον εαυτό του, τους άλλους, την φύση και ένα υψηλότερο καλό μέσω της εμπειρίας. Μπορεί να οδηγηθεί σε μια προσωπική μεταμόρφωση μετά από την οποία ο προσκυνητής επιστρέφει στην καθημερινότητα του. Είναι επίσης μία ειδικότερη μορφή ταξιδιού που συνδέεται με το προσκύνημα, την εκπλήρωση κάποιου τάματος, κ.α. Αυτός ο τουρισμός είναι ένας τύπος τουρισμού που ενθαρρύνει εξ' ολοκλήρου ή έντονα τους τουρίστες για την επίτευξη θρησκευτικής συμπεριφοράς και πρακτικών. Είναι ένας, επίσης, από τους παλαιότερους τύπους επίσκεψης στα αξιοθέατα και μια παγκόσμια εμπειρία στους παλιούς χρόνους πνευματικής ανάπτυξη και μπορεί να διαφοροποιηθεί σε διαφορετικές μορφές.

Τα προσωρινά θρησκευτικά αξιοθέατα είναι γνωστά από εκδρομές που κλείνουν, από προσκυνηματικά κέντρα ή θρησκευτικά συνέδρια. Η ανθεκτικότητα συνεπάγεται από επισκέψεις αρκετών ημερών ή και εβδομάδων σε εθνικές ή παγκόσμιες ιστοσελίδες προσκυνήματος, αλλά ακόμα και σε συνέδρια. Τα επίπεδα έμπνευσης και προοπτικής των θρησκευτικών τουριστών αναγνωρίζονται ως παράγοντες τύπου στον αναδυόμενο τουρισμό προσκυνήματος του κράτους. Αυτή η

εναλλακτική μορφή τουρισμού βασίζεται στην ανάγκη των προσκυνητών να γνωρίζουν τα πάντα σχετικά με την πίστη τους και να έρχονται πιο κοντά με την θρησκεία τους. Ταυτόχρονα η σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην πίστη και τον πολιτισμό του τόπου είναι ακόμα ένας σημαντικός λόγος που ενθαρρύνει τους τουρίστες να επισκεφτούν τις ιερές τοποθεσίες.

### **3.3 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τη ζωή και τις δραστηριότητες στην φύση**

#### **3.3.1 Ορεινός τουρισμός**

Ο ορεινός τουρισμός είναι ένας τύπος τουριστικής δραστηριότητας που πραγματοποιείται σε ένα καθορισμένο και περιορισμένο γεωγραφικό χώρο όπως λόφους ή βουνά με χαρακτηριστικά που είναι εγγενή σε ένα συγκεκριμένο τοπίο, την τοπογραφία, το κλίμα, την βιοποικιλότητα χλωρίδα και πανίδα και την τοπική κοινότητα περιλαμβάνοντας ένα ευρύ φάσμα υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής και αθλητισμού. Επίσης αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές.

Έχει μεγάλη δυνατότητα να τονώσει την τοπική οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική αλλαγή λόγω της συμπληρωματικότητάς του με άλλες οικονομικές δραστηριότητες, της δημιουργίας θέσεων απασχόλησης και της ικανότητάς του να προωθήσει την διασπορά της ζήτησης εγκαίρως. Αυτός ο τύπος ταξιδιού είναι πολύ δημοφιλής μεταξύ των ανθρώπων που επιθυμούν να μειώσουν το οικονομικό κόστος, καθώς οι τουρίστες μπορούν να δημιουργήσουν το δικό τους πρόγραμμα και να προγραμματίσουν τι θα φάνε και που θα κοιμηθούν. Στον ορεινό τουρισμό περιλαμβάνονται πολλοί τρόποι πεζοπορίας και περιπλάνησης σε τραχιά και βραχώδη εδάφη. Ωστόσο υπάρχουν και αρκετοί κίνδυνοι, που έχουν να κάνουν με το κλίμα του βουνού. Ένας σοβαρός κίνδυνος είναι ο αέρας, καθώς και επικίνδυνος εχθρός του τουρίστα αποτελεί και η ομίχλη, η οποία περιορίζει συχνά την ορατότητα και τον προσανατολισμό του.

Τα τελευταία χρόνια ο ορεινός τουρισμός έχει αυξήσει σταδιακά τη θέση του στις προτιμήσεις των τουριστών σε διεθνές επίπεδο. Ο κύριος λόγος είναι η ισχυρή



σχέση που αναπτύσσει ο άνθρωπος με την φύση και με το βουνό, καθιστώντας τον προορισμό μεγάλης τουριστικής εισροής. Η κατάλληλη χρήση αυτών των τουριστικών ροών έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη μιας βιώσιμης δραστηριότητας ικανής να συμβάλλει στην βελτίωση των οικονομικών συνθηκών σε αυτούς τους τομείς.

### 3.3.2 Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή αλλιώς αγροτουρισμός μπορεί να οριστεί ως η μετακίνηση ανθρώπων από τη συνήθη κατοικία τους σε αγροτικές περιοχές για ελάχιστο χρονικό διάστημα, εικοσιτετράωρων ωρών έως έξι μήνες κατά ανώτατο όριο, με αποκλειστικό σκοπό τον ελεύθερο χρόνο και την ευχαρίστηση. Αναφέρεται σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ανάπτυξης. Διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές. Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία σε αγροκτήματα όπου οι επισκέπτες συμμετέχουν στις αγροτικές δραστηριότητες (διακοπές αγροικιών) και σε εκείνη που αφορά τη δημιουργία καταλυμάτων σε χωριά ή στην ύπαιθρο.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο όρος αγροτικός τουρισμός υιοθετήθηκε από την Ευρωπαϊκή κοινότητα για να αναφέρεται σε όλες τις τουριστικές δραστηριότητες σε μία αγροτική περιοχή. Ο αγροτουρισμός αποτελεί σημαντική μορφή τουριστικού τομέα ο οποίος διαδραματίζεται σημαντικό ρόλο και προσφέρει πολλά οφέλη στην κοινότητα αγροτικών περιοχών. Αρχικά παρέχει πηγή νέων, εναλλακτικών ή συμπληρωματικών εισοδημάτων και απασχόλησης στις αγροτικές περιοχές. Επίσης εξελίσσει την ανάπτυξη της υποδομής στις αγροτικές περιοχές, καθώς και ενθαρρύνει τη συλλογική κοινότητα, αναζωογονεί την τοπική κουλτούρα, συμβάλλει στην διατήρηση και προστασία, αυξάνει το βιοτικό επίπεδο της τοπικής κοινότητας, βοηθά στην ανακαίνιση και επαναχρησιμοποίηση εγκαταλελειμμένων ακινήτων και παρέχει ευκαιρίες για την διατήρηση του πληθυσμού σε περιοχές που διαφορετικά θα μπορούσαν να βιώσουν την αποδυνάμωση. Τέλος ωφελεί την κοινότητα υποδοχής αγροτικών περιοχών καθώς και το φυσικό περιβάλλον γύρω από την διατήρηση των φυσικών πόρων.

Ορισμένα χαρακτηριστικά του αγροτικού τουρισμού είναι τα εξής: εποχικότητα, θρυμματισμός, οικονομικός ρόλος, ο ρόλος των γυναικών και η συνεργασία μεταξύ εσωτερικής και εξωτερικής αγοράς. Ο αγροτουρισμός θα μπορούσε να βοηθήσει την τόνωση των τοπικών τεχνών στην διατήρηση του τοπικού πολιτισμού και να αποτρέψει την αγροτική μετανάστευση. Θα μπορούσε να προσελκύσει τους τουρίστες παρέχοντας μια εξαιρετική ματιά στην ατμόσφαιρα του χωριού με την τοπική κουζίνα.

### **3.3.3 Οικολογικός τουρισμός**

Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί εναλλακτική μορφή τουρισμού και μια από τις σημαντικότερες στάσεις φιλοξενίας που μπορούν να ωφελήσουν το περιβάλλον καθώς και την κερδοφορία των ξενοδοχείων. Η βασική πρόθεση αυτού του είδους τουρισμού είναι να ευαισθητοποιήσει τους ταξιδιώτες σχετικά με το φυσικό περιβάλλον ή τον τόπο που επισκέπτονται, να σέβονται την κουλτούρα των τοπικών κοινοτήτων και ταυτόχρονα να ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον από την τουριστική δραστηριότητα. Ακόμα ορίζεται ως ένα υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές που διατηρεί το περιβάλλον, την ευημερία του τοπικού πληθυσμού και αναπτύσσεται σε αξιόλογο φυσικό περιβάλλον.

Ο οικολογικός τουρισμός είναι η ένωση της διατήρησης των κοινοτήτων και των βιώσιμων ταξιδιών. Αυτό σημαίνει ότι όσοι εφαρμόζουν, συμμετέχουν και εμπορεύονται δραστηριότητες οικοτουρισμού, υιοθετούν τις παρακάτω αρχές οικοτουρισμού. Αρχικά ελαχιστοποιούν τις σωματικές, κοινωνικές, συμπεριφορικές και ψυχολογικές επιπτώσεις, δημιουργούν περιβαλλοντική και πολιτιστική συνείδηση και σεβασμού και παρέχουν θετικές εμπειρίες τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους οικοδεσπότες, καθώς και άμεση οικονομική ωφέλεια για την διατήρηση. Επίσης δημιουργούν οικονομικά οφέλη τόσο για τον τοπικό όσο και για τον ιδιωτικό τομέα, παρέχουν αξιοσημείωτες ερμηνευτικές εμπειρίες στους επισκέπτες που συμβάλουν στην ευαισθητοποίηση του πολιτικού, περιβαλλοντικού και κοινωνικού κλίματος των χωρών υποδοχής, σχεδιάζουν και λειτουργούν εγκαταστάσεις χαμηλού αντίκτυπου, αναγνωρίζουν τα δικαιώματα και τις πνευματικές πεποιθήσεις της κοινότητας και συνεργάζονται μαζί τους με αποτέλεσμα να τους δημιουργούν ενδυνάμωση. Ωστόσο αναφέρεται συχνά ως «πράσινος», «υπεύθυνος», «ήπιος», «φυσιολατρικός» τουρισμός που εξισορροπεί τον μαζικό τουρισμό αναψυχής. Για τον λόγο αυτό η ανάπτυξή του είναι πάντοτε επιθυμητή.

Συνδέεται με ένα πλέγμα δράσεων που προστατεύουν και αναδεικνύουν το περιβάλλον και την κληρονομιά των περιοχών. Η ιδέα του οικοτουρισμού προέκυψε και εξελίχθηκε την δεκαετία του '80 όπου η ανάγκη για περιβαλλοντική φροντίδα έγινε πιο επιτακτική προκειμένου να προστατευτεί ο φυσικός οικότοπος από την ανθρώπινη παρέμβαση και τις επόμενες γενιές. Τα χαρακτηριστικά του οικολογικού τουρισμού αφορούν κυρίως προορισμούς όπου η πολιτιστική και περιβαλλοντική κληρονομιά είναι σε αφθονία σε ορισμένα μέρη του πλανήτη μας.

### **3.3.4 Τουρισμός χειμερινών σπορ**

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι αγωνιστικά αθλήματα ή μη ανταγωνιστικές ψυχαγωγικές δραστηριότητες που παίζονται με χιόνι ή πάγο. Οι περισσότερες είναι παραλλαγές του σκι, του παγοδρόμιου και του έλκηθρου. Παραδοσιακά τέτοια

παιχνίδια παίζονται μόνο σε ψυχρές περιοχές κατά την διάρκεια του χειμώνα, αλλά το τεχνητό χιόνι και ο τεχνητός πάγος επιτρέπουν μεγαλύτερη ευελιξία. Τα χειμερινά σπορ έχουν τις δικές τους αθλητικές εκδηλώσεις, όπως η χειμερινοί ολυμπιακοί αγώνες. Επίσης ο τουρισμός αυτός καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων που εκδηλώνονται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές, συνήθως ορεινές και με ειδικές κλιματολογικές συνθήκες με σκοπό τα χειμερινά σπορ και τις συναφείς σε αυτά δραστηριότητες. Ο χιονοδρομικός τουρισμός έχει πεδίο ανάπτυξης τα χιονοδρομικά κέντρα που συγκροτούνται από οργανωμένες και πολυσύνθετες υποδοχές.

Το χιόνι και ο πάγος κατά την διάρκεια του χειμώνα έχουν οδηγήσει σε άλλα μέσα μεταφοράς, όπως έλκηθρα, σκι και πατίνια. Αυτό οδήγησε επίσης σε διαφορετικά χόμπι και αθλήματα που αναπτύσσονται στην χειμερινή περίοδο σε σύγκριση με άλλες εποχές του χρόνου. Φυσικά τα χειμερινά σπορ είναι πιο δημοφιλή σε χώρε με μεγαλύτερες χειμερινές εποχές. Ενώ τα περισσότερα χειμερινά σπορ παίζονται έξω, για παράδειγμα πατινάζ, σε κάποιο μικρό βαθμό κάποια έχουν μετακινηθεί σε εσωτερικούς χώρους.

### **3.4 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τους επαγγελματικούς λόγους**

#### **3.4.1 Τουρισμός εκθέσεων**

Στον τουρισμό εκθέσεων οι επισκέπτες έχουν σαν κυρίαρχο κίνητρο την επαγγελματική τους ενημέρωση ή την αγορά προϊόντων. Ανήκει στον επαγγελματικό τουρισμό και αναφέρεται σε εκθέσεις που είναι κλάδοι της οικονομίας. Κατά κύριο λόγο η οργάνωσή τους γίνεται σε μεγάλα αστικά κέντρα για να έχουν την δυνατότητα οι καλεσμένοι να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με οποιαδήποτε μορφή τουρισμού. Οι εκθέσεις αποτελούν χώρους συγκεντρώσεις επαγγελματικών στελεχών και σύναψης επιχειρηματικών συνεργασιών . Στόχος αυτών των εκθέσεων είναι να προσελκύσει την προσοχή ενδιαφέροντος όλων όσον παρευρίσκονται στο χώρο για τα προϊόντα τα οποία εκθέτονται. Με βάση αυτό τον σκοπό οι εκθέτες θέλουν αν φέρουν όχι μόνο περισσότερους αλλά και ευχαριστημένους επισκέπτες στην έκθεση καθώς μετά το πέρας της έκθεσης οι ίδιοι θα πραγματοποιήσουν μια παραγγελία προϊόντος η υπηρεσίας . Τις εκθέσεις τις χαρακτηρίζουν και οι επισκέπτες της άλλα και οι εκθέτες που την αποτελούν. Οι εκθέσεις έχουν τρία πλεονεκτήματα πρώτον την εμπορική σημασία δεύτερον την προοπτικής αγοράς στη Ελλάδα και τρίτον την ανάπτυξη εμπορικών σχέσεων και την προώθηση προϊόντων. Τα βασικά χαρακτηριστικά στον τουρισμό εκθέσεων είναι:

1. Η εποχή
2. Τα τοπικά οφέλη
3. Τα οικονομικά οφέλη
4. Η προβολή του όπου στον οποίο θα διεξαχθεί

Για να αναπτυχθεί βέβαια ο εκθεσιακός τουρισμός πρέπει να υπάρχει η κατάλληλη υποδομή σε συγχρόνους εκθεσιακούς χώρους με τον απαραίτητο εξοπλισμό έχοντας στη διάθεσή τους τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους όπως εστιατόρια καφετέριες και άλλα.

### **3.4.2 Συνεδριακός τουρισμός**

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι ένας αρκετά αναπτυσσόμενος και προκλητικός τύπος τουρισμού στον οποίο συγκεντρώνονται μεγάλες ομάδες, οι οποίες σχεδιάζονται συνήθως εκ των προτέρων. Ορισμένα συνέδρια, συμπόσια και άλλες εκδηλώσεις λαμβάνουν χώρα σε διάφορες περιοχές του κόσμου. Πολλά από αυτά είναι διεθνή και προσελκύουν συμμετέχοντες και ομιλητές από διάφορες χώρες. Κάποια από αυτά γίνονται επανειλημμένα κάθε χρόνο σε συγκεκριμένους χώρους, ενώ άλλα γεγονότα είναι σποραδικά.

Αυτός ο τουρισμός, επίσης, περιστρέφεται γύρω από την παροχή υπηρεσιών σε επαγγελματίες ταξιδιώτες που παρακολουθούν σεμινάρια, εργαστήρια και συνέδρια. Είναι το μεγαλύτερο δημοσιονομικό αντίκτυπο, διότι οι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους ξοδεύουν περισσότερα από τους αντίστοιχους αναψυχής. Συχνά, οι δαπάνες τους καταβάλλονται από τις οργανώσεις που αντιπροσωπεύουν, αφήνοντας τους τουρίστες με σημαντικά διαθέσιμα εισοδήματα για να περάσουν.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι πιο δραστήριος στους ανοιξιότικους και καλοκαιρινούς μήνες, καθώς πολλοί συμμετέχοντες θεωρούν καλή ιδέα να συνδυάσουν ένα ταξίδι με τις διακοπές. Ένα, όμως, από τα βασικά συστατικά για κάθε επιτυχημένο συνέδριο είναι η τοποθεσία. Πολλά συνέδρια πραγματοποιούνται σε συνεδριακά κέντρα που βρίσκονται στις εγκαταστάσεις ενός πολυτελούς ξενοδοχείου, ενώ άλλες εκδηλώσεις λαμβάνουν χώρα σε συνεδριακά κέντρα που ανήκουν στον τοπικό δήμο ή σε ιδιωτικό ίδρυμα. Συνήθως, οι διασκέψεις συνδέονται με τον τοπικό χαρακτήρα μιας τοποθεσίας. Το άνετο περιβάλλον σε συνδυασμό με τις εγκαταστάσεις, την καλή διαμονή και την εκλεκτή κουζίνα σημαίνουν ότι επαγγελματικά και αποτελεσματικά συνέδρια μπορούν να πραγματοποιηθούν ακόμα και στο φυσικό περιβάλλον. Τέλος ο συνεδριακός τουρισμός αφορά κάθε είδους οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με επαγγελματικές ιδιότητες ή κοινά ενδιαφέροντα με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση και την ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των παρευρισκόμενων στην εκδήλωση. Αυτές οι δραστηριότητες μπορεί να συνδυαστούν με κάποια μορφή τουρισμού όπως αστικό τουρισμό, πολιτιστικό, κ.α.

### **3.4.3 Τουρισμός κινήτρων**

Ο τουρισμός κινήτρων αποτελεί ένα μέσο σύγχρονου μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν οι εταιρίες στην προσπάθειά τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων τους. Πρόκειται για ένα ταξιδιωτικό πακέτο- δώρο στα στελέχη/

εργαζόμενους ως επιβράβευση της επιτυχημένης τους εργασιακής απόδοσης. Επιλέγονται ειδικοί «ατμοσφαιρικοί» και «μοναδικοί» προορισμοί, όπως Μαλδίβες, Χαβάη, κ.α. και καλά ξενοδοχεία. Ο τουρισμός κινήτρων και ο άμεσα συνδεδεμένος επαγγελματικός τουρισμός έχουν καθοριστικό ρόλο στην καθημερινότητά μας και στόχο έχουν την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος αλλά και την αφύπνιση των εργαζομένων από τις επιχειρήσεις δίνοντας ως κίνητρο ένα ταξίδι. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού είναι η δεύτερη από άποψη διάδοσης μορφή μαζικού τουρισμού. Το ταξίδι, κίνητρο είναι ένα δώρο που προσφέρεται στον εργαζόμενο ως επιβράβευση των προσπαθειών που κατέβαλλε και οι οποίες θεωρήθηκαν επιτυχημένες γιατί ξεπέρασε τους προκαθορισμένους επιχειρηματικούς στόχους. Το συγκεκριμένο δώρο συνδυάζει μία ηθική και υλική επιβράβευση για τον υπάλληλο που τον βοηθάει να ξεφύγει από την ρουτίνα της καθημερινότητας, μεγαλώνει τις γνώσεις του και αυτή η ξεχωριστή εμπειρία του δημιουργεί ένα ενθουσιασμό που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της αποδοτικότητάς στην εργασία του.

### **3.5 Ομάδα με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα**

#### **3.5.1 Θαλάσσιος τουρισμός**

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια μορφή τουριστικής δραστηριότητας που χρησιμοποιεί την θάλασσα ως τουριστικό μέρος και έχει ως στόχο την περιπέτεια, τα αξιοθέατα, την ψυχαγωγία, τον αθλητισμό και την ανάπαυση. Με τον όρο θαλάσσιο τουρισμό χαρακτηρίζουμε κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της, είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων, είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική διάσταση. Αναφέρεται στο άθροισμα των φαινομένων και των σχέσεων που δημιουργούνται από τις θαλάσσιες εκδρομές, τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες και τις διακοπές που οι άνθρωποι βασίζονται στην θάλασσα για να ανταποκριθούν στις πνευματικές και υλικές ανάγκες τους υπό ορισμένες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Επίσης παραπέμπει στον γενικό όρο για διάφορες μορφές τουρισμού που βασίζονται σε θαλάσσιους πόρους, συμπεριλαμβανομένων των αξιοθέατων, των διακοπών και του ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.

Από την δεκαετία του 1990, με την έναρξη ισχύος της σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για το δίκαιο της θάλασσας, η στρατηγική θέση των θαλασσών στον κόσμο έχει αποκτήσει ολοένα και μεγαλύτερη σημασία προκειμένου να

αδράξουν τα νέα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την θάλασσα. Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού αποσκοπεί στην προστασία των εθνικών συμφερόντων με έξυπνο και ευέλικτο τρόπο και στην προστασία των δικαιωμάτων και των συμφερόντων της γαλάζιας γης με ολοκληρωμένο τρόπο. Ωστόσο περιλαμβάνει όχι μόνο την εδαφική ασφάλεια αλλά και την οικονομική, την ασφάλεια των πληροφοριών και την ενεργειακή. Η περιοχή της θάλασσας είναι μεγάλη καθώς και το αναπτυξιακό δυναμικό της. Ο αέρας της περιέχει μια ορισμένη ποσότητα ιωδίου, μια μεγάλη ποσότητα οξυγόνου, όζοντος, ανθρακικού νατρίου και βρωμίου, καθώς και έχει πολύ λίγη σκόνη η οποία είναι ωφέλιμη για την ανθρώπινη υγεία και είναι κατάλληλη για διάφορες τουριστικές δραστηριότητες. Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι αδιαχώριστη. Μπορούμε να πούμε ότι σε χώρες με αναπτυγμένες θαλάσσιες οικονομίες ο θαλάσσιος τουρισμός διαδραματίζεται πολύ σημαντικό ρόλο γενικότερα. Επί του παρόντος η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού παρουσιάζει τα ακόλουθα τρία χαρακτηριστικά. Πρώτον κατέχει κεντρική θέση στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία και παρουσιάζει ισχυρή τάση ανάπτυξης. Μεταξύ των εικοσιπέντε χωρών και περιφερειών στον κόσμο όσο αναφορά τα έσοδα από τον τουρισμό υπάρχουν είκοσι τρεις παραχθείσες χώρες και περιφέρειες. Τα συνολικά τουριστικά έσοδα αυτών των χωρών και των περιφερειών αντιστοιχούν στο 70% περίπου του παγκόσμιου συνόλου. Δεύτερον ο ρόλος του θαλάσσιου τουρισμού στην εθνική οικονομία κάθε χώρας γίνεται ολοένα και πιο σημαντικός και έχει καταστεί σημαντικός βιομηχανικός κλάδος ή πυλώνας της εθνικής οικονομίας. Σε πολλές τροπικές και υποτροπικές νησιωτικές χώρες έχει καταστεί η σημαντικότερη πηγή οικονομικού εισοδήματος περισσότερο από το ήμισυ της οικονομίας. Τρίτον οι τροπικοί και οι υποτροπικοί προορισμοί κυριαρχούν στον θαλάσσιο τουρισμό στον κόσμο σχηματίζοντας έναν αριθμό παγκόσμιων θέσεων θαλάσσιου τουρισμού. Οι περισσότεροι προορισμοί θαλάσσιου τουρισμού παγκόσμιας κλάσης έχουν ανώτερες φυσικές συνθήκες και μοναδικό πολιτιστικό υπόβαθρο.

### **3.5.2 Τουρισμός Γιότινγκ και ιστιοπλοΐας**

Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας πραγματοποιείται με την εκμίσθωση διαφορετικών τύπων σκαφών τα οποία μπορεί να χρησιμοποιηθούν ως τόπος διαμονής και αναψυχής και ως μέσο θαλάσσιας περιήγησης. Προϋποθέτει τη δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, δηλαδή την κατασκευή σύγχρονων μαρίνων και αγκυροβολιών. Πολλοί τουρίστες που απολαμβάνουν ιστιοπλοΐα συνδυάζουν το θαλάσσιο ταξίδι με άλλες δραστηριότητες. Η ιστιοπλοΐα είναι αρχικά ένα θαλάσσιο σπορ όπου διοργανώνονται διαγωνισμοί σε πλοία ή αθλητικά είδη, για παράδειγμα σανίδες που κινούνται υπό την επίδραση του ανέμου. Τα σκάφη αυτά ονομάζονται γιοτ. Βέβαια η ιστιοπλοΐα μπορεί να ασκηθεί όχι μόνο το καλοκαίρι στο νερό, αλλά και τον χειμώνα με πάγο. Ο όρος ιστιοπλοΐα ορίζεται ως η ψυχαγωγική πλοήγηση με την ευρεία έννοια για χαλάρωση, προαγωγή της υγείας, γνωριμία με την φύση και τα αξιοθέατα και άλλους γνωστικούς και φιλόδοξους στόχους. Περιλαμβάνει τη διέλευση από ένα μικρό ιστιοφόρο μιας συγκεκριμένης διαδρομής

κατά μήκος ανοιχτών υδάτων από μεγάλους ποταμούς μέχρι θάλασσες και ωκεανούς, η αθλητικότητα και πολυπλοκότητα των οποίων καθορίζεται από τις χαρακτηριστικές συνθήκες ιστιοπλοΐας, το μήκος, την απόσταση από τα καταφύγια και άλλους παράγοντες.

Εκτός από την ίδια την ιστιοπλοΐα υπάρχει μια ακόμα ευρύτερη έννοια, το γιότιγκ, η οποία μπορεί να χαρακτηριστεί ως ιστιοπλοϊκός τουρισμός, καθώς στις περισσότερες περιπτώσεις δεν φέρει πλέον άμεσα ανταγωνιστική συνιστώσα, αλλά μάλλον αναφέρεται στον ελεύθερο χρόνο. Το Γιότιγκ συνεπάγεται με ένα ευρύ φάσμα δράσεων επιλογής ενός πλοίου για ιδιοκτησία ή ενοικίασή του, καθορισμός της κατεύθυνσης και της διαδρομής του σκάφους, δραστηριότητες αναψυχής που σχετίζονται με το σκάφος, όπως κολύμβηση στην θάλασσα, καταδύσεις, θαλάσσιο σκι, ψάρεμα, κ.α. και απαιτεί προαιρετική γνώση δεξιοτήτων διαχείρισης πλοίων. Τέλος υπάρχει ένας μεγάλος κατάλογος προορισμών γιοτ, ο καθένας από τους οποίους χαρακτηρίζεται από τις δικές του αποχρώσεις, για παράδειγμα κλιματικά χαρακτηριστικά, αξιοθέατα, δρομολόγια, αριθμός μαρίνων, κ.α.

Η προμήθεια εξοπλισμού και εξαρτημάτων για τις δραστηριότητες αυτές έχει δημιουργήσει επιχειρήσεις για τους σκοπούς αυτούς. Με πολλούς ναυτικούς ενθουσιώδεις που ζουν στα πλοία τους ακόμα και στο λιμάνι, οι τουρίστες προσφέρουν τη ζήτηση για μια ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών. Να σημειωθεί ότι οι μαρίνες που αναπτύχθηκαν ειδικά για τους ενδιαφερόμενους τουρίστες έχουν χτιστεί στην Ευρώπη, τη νότια Αμερική και την Αυστραλία. Οι τουριστικές υπηρεσίες που προσφέρονται στις μαρίνες που τροφοδοτούν τους τουρίστες περιλαμβάνουν μίσθωση αγκυροβολιών για ιστιοφόρα σκάφη και τουρίστες που διαμένουν επί του σκάφους, μίσθωση ιστιοπλοϊκών για διακοπές και ψυχαγωγική χρήση, όπως κρουαζιέρα κ.α., υποδοχή, φύλαξη και συντήρηση ιστιοπλοϊκών πλοίων, παροχή αποθεμάτων, για παράδειγμα νερό, καύσιμα, προμήθειες, ανταλλακτικά, εξοπλισμό, κ.α., προετοιμασία και φύλαξη των ιστιοφόρων πλοίων, παροχή πληροφοριών, όπως προβλέψεις καιρού, ναυτικοί οδηγοί, κ.λπ., καθώς και μίσθωση θαλάσσιων σκούτερ, τζετ σκι και άλλου εξοπλισμού νερού.

### **3.5.3 Τουρισμός κρουαζιέρας**

Ο τουρισμός κρουαζιέρας μπορεί να οριστεί ως μια πολυτελή μορφή ταξιδιού η οποία περιλαμβάνει όλες τις διακοπές σε ένα κρουαζιερόπλοιο, τουλάχιστον σαράντα οκτώ ωρών, με ένα συγκεκριμένο δρομολόγιο όπου το κρουαζιερόπλοιο φτάνει σε διάφορα λιμάνια ή πόλεις. Ο τουρισμός κρουαζιέρας, επίσης, συνδυάζει σε ένα ταξίδι μεταφορά, εστίαση, πολιτισμό, τουρισμό, αναψυχή και δραστηριότητες ψυχαγωγίας εν πλω. Από την «κρουαζιέρα της πολυθρόνας» για συνταξιούχους, στην «κρουαζιέρα της δράσης» που συνδυάζει εκπαιδευτικά σεμινάρια, συνέδρια, ειδικές δραστηριότητες και ψώνια. Επί του παρόντος περιλαμβάνει μια ποικιλία εγκαταστάσεων και ανέσεων καθιστώντας τα θαλάσσια ταξίδια πολύ πιο άνετα και

απολαυστικά για τους ταξιδιώτες. Αυτός ο τουρισμός έχει συνδεθεί με τα θαλάσσια θέρετρα ανταγωνίζοντας τους παραδοσιακά εμπορικούς προορισμούς και προσφέρει στους τουρίστες μια εναλλακτική μορφή διακοπών. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 αυτή η μορφή τουρισμού ως επί το πλείστον ένα ελίτ προνόμιο αλλά έκτοτε το φαινόμενο αυξάνεται συνεχώς και αποκτά δημοτικότητα. Ο τουρισμός κρουαζιέρας περιλαμβάνει μια μεγάλη γκάμα διαφορετικών τύπων κρουαζιέρων ποικίλης διάρκειας και προορισμών όπως:

1. Η κρουαζιέρα αποστολής, η οποία είναι σε ειδικές συνήθως και απρόσιτες τοποθεσίες. Οι ομάδες στόχος των κρουαζιέρων αποστολής είναι ως επί το πλείστον περίεργοι μορφωμένοι με επίκεντρο την φύση και περιπετειώδεις άνθρωποι. Τα πλοία είναι συνήθως μικρά ή μεσαίου μεγέθους με περιορισμένο βάθος με πρόσβαση σε πιο απομακρυσμένους χώρους. Οι εγκαταστάσεις στο πλοίο είναι αρκετά άνετες.

2. Η κρουαζιέρα σε ποταμό. Οι τουρίστες που ταξιδεύουν με ποτάμι περνούν πολλές νύχτες στο πλοίο. Τα πλοία είναι σχετικά μικρά για να μπορούν να προηγηθούν κοντά στις όχθες του ποταμού.

3. Η κρουαζιέρα θαλάσσης, η οποία καλύπτει μεγάλες αποστάσεις σε θάλασσες και ωκεανούς. Τα πλοία είναι μεγάλα συμπεριλαμβανόμενη μιας ευρείας ποικιλίας εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που εξυπηρετούν διαφορετικές ομάδες. Λόγω του μεγέθους των σκαφών οι λιμένες που φιλοξενούν τα πλοία χρειάζονται επαρκείς εγκαταστάσεις.

4. Οι θεματικές κρουαζιέρες είναι οι κρουαζιέρες που ακολουθούν ένα συγκεκριμένο θέμα σε όλη την διάρκεια του ταξιδιού, όπως κρουαζιέρες κρασιού, κρουαζιέρες γκολφ, μαγειρικής, με ποδηλασία, μουσική και διασημοτήτων.

5. Οι μικρές κρουαζιέρες. Πρόκειται για τακτικές κρουαζιέρες που διαρκούν πολύ πιο σύντομα. Ξεκινούν κοντά στο σπίτι, είναι φθηνότερες και τα πλοία είναι μικρότερα. Κρουαζιέρες παγκοσμίως είναι κρουαζιέρες για ταξίδια σε όλο τον κόσμο με χαλαρό τρόπο. Επιτρέπουν στους επιβάτες να επισκέπτονται προορισμούς που διασκορπίζονται σε ηπείρους και χώρες. Έχουν όλες τις εγκαταστάσεις που χρειάζονται οι επιβάτες αλλά οι τιμές είναι αρκετά υψηλές. Οι αναχωρήσεις από την Ευρώπη προγραμματίζονται γενικά τον Ιανουάριο και οι διαδρομές διαρκούν συνήθως μεταξύ εξήντα και εκατό ημερών σταματώντας σε τριάντα με εξήντα λιμάνια.

6. Οι κρουαζιέρες διαμετακόμισης. Σε αυτό τον τύπο κρουαζιέρας ο προορισμός χρησιμεύει ως ενδιάμεσος σταθμός. Ο προορισμός χαιρετίζει τους επιβάτες νωρίς το πρωί ή νωρίς το απόγευμα ώστε να μπορούν να εξερευνήσουν. Η διάρκεια τους είναι μεταξύ μίας και λίγων ημερών. Μετά την επίσκεψη ενός προορισμού το πλοίο πάει στον επόμενο.

7. Οι κρουαζιέρες επιστροφής πρόκειται για κρουαζιέρες που ξεκινούν και επιστρέφουν στον ίδιο προορισμό. Τα κρουαζιερόπλοια προσφέρονται σε λιμάνια για



την επιβίβαση και την αποβίβαση επιβατών. Για τους επιβάτες αυτά τα λιμάνια μπορεί να μην είναι ο επιθυμητός προορισμός τους αλλά μερικές φορές κάνουν χρήση της ευκαιρίας για να πραγματοποιήσουν ένα τουριστικό ταξίδι.

### 3.5.4 Τουρισμός θαλάσσιων σπορ – ναυταθλητισμός

Ο τουρισμός θαλάσσιων σπορ ή αλλιώς ναυταθλητισμός συνδυάζει το ταξίδι με την συμμετοχή σε διάφορες διοργανώσεις θαλάσσιων σπορ και αγώνων. Τα θαλάσσια σπορ είναι ένας γενικός όρος για διάφορα αθλήματα που σχετίζονται με το νερό. Οι σχέσεις μεταξύ του κύριου χώρου δραστηριότητας αυτών των αθλημάτων και της επιφάνειας του νερού μπορεί να χωριστεί σε τρεις κατηγορίες. Πρώτον κάτω από το νερό, δεύτερον πάνω από το νερό και τρίτων κάτω από το νερό που αναμειγνύει δύο συνθήκες. Μερικοί από τους κυρίους χώρους δραστηριότητας για αθλήματα είναι υπό νερό ή υπό το νερό, αλλά τα ονόματά τους έχουν χρησιμοποιηθεί για να χρησιμοποιήσουν τη λέξη νερό. Επιπλέον ορισμένα αθλήματα σχετίζονται μόνο εν μέρει με το νερό όπως το μοντέρνο πένταθλο και το τρίαθλο. Ωστόσο υπάρχουν διάφορα θαλάσσια σπορ και όλοι αυτοί οι κλάδοι έχουν ένα ιδιαίτερα διασκεδαστικό παράγοντα με τεράστια ευχαρίστηση και υψηλά κίνητρα χωρίς ιδιαίτερη προσπάθεια. Τα δέκα πιο δημοφιλή θαλάσσια σπορ είναι:

1. Το Wakeboarding το οποίο αντιπροσωπεύει το είδος του θαλάσσιου αθλητισμού στο οποίο ένα άτομο μετακινεί την επιφάνεια του νερού μέσω ενός σκάφους και ενός σχοινιού συνδεδεμένου με ένα μηχανοκίνητο όχημα. Αρκετοί κλάδοι ή τεχνικές είναι σε σχέση με αυτές τις αθλητικές μανσέτες, θαλάσσιο σκι, επιβίβαση. Το άτομο είναι πίσω από το σκάφος που κινείται με 30-40 χλμ., ανάλογα με το βάρος του ατόμου και το μέγεθος του σκάφους.

2. Το Σέρφινγκ, είναι ένα επιφανειακό θαλάσσιο άθλημα το οποίο αποτελεί μέρος του ακραίου αθλητισμού που βιώνει τις τελευταίες δεκαετίες. Ο εξοπλισμός είναι ένας ειδικά σχεδιασμένος πίνακας με μια κρεμάστρα που είναι προσαρτημένη στο πόδι του σέρφερ, το οποίο είναι υπεύθυνο για την αποτροπή της απώλειας της ισορροπίας στο νερό. Κατάλληλα μέρη για σερφινγκ είναι κυρίως στους ωκεανούς αλλά μπορεί να είναι επίσης και οι λίμνες ή καλάμια. Ωστόσο οι σέρφερς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τεχνητά κύματα όπως αυτά που δημιουργούνται από τα σκάφη ή τα κύματα που παράγονται σε τεχνητές πισίνες.

3. Το θαλάσσιο σκι είναι ένα επιφανειακό θαλάσσιο σπορ στο οποίο ένα άτομο τραβιέται πίσω από ένα σκάφος ή μια εγκατάσταση καλωδιακού σκι, πάνω από το στρώμα νερού, περικλείοντας την επιφάνεια σε δύο σκι ή ένα. Ο σκιέρ πρέπει να έχει επαρκή αντοχή του σώματος, μυϊκή αντοχή και καλή ισορροπία.

4. Η κωπηλασία, η οποία είναι και ολυμπιακό αλλά και δημοφιλές ακαδημαϊκό άθλημα, είναι ατομικό και ομαδικό άθλημα στο νερό. Ορίζεται ως μια πράξη

προώθησης μιας βάρκας χρησιμοποιώντας την κίνηση των κουπιών στο νερό, μετατοπίζοντάς το για να προωθήσει το σκάφος προς τα εμπρός.

5. Οι καταδύσεις, αποτελούν μέρος του αθλητικού τομέα που παρέχει δραστηριότητες νερού με την βοήθεια εξειδικευμένου εξοπλισμού σε βάθη έως 40 μέτρων. Απαιτεί ποιοτική εκπαίδευση, τακτική και σωστή συντήρηση του εξοπλισμού.

6. Το flyboarding φημίζεται ως μια από τις πιο συναρπαστικές νέες δραστηριότητες για το νερό. Ένας αναβάτης στέκεται σε ένα σκάφος που συνδέεται με ένα μακρύ σωλήνα σε ένα σκάφος. Το νερό βγαίνει με πίεση από κάτω από το σκάφος που στέκεται όρθιος ο αναβάτης, με αποτέλεσμα να του δίνει ώθηση να πετάξει μέχρι και είκοσι μέτρα.

7. Η ιστιοσανίδα είναι ένα θαλάσσιο σπορ που είναι συνδυασμός σερφινγκ και ιστιοπλοΐας και εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1970 στην Καλιφόρνια. Είναι κυρίως ψυχαγωγικό άθλημα και είναι δημοφιλές σε περιοχές επίπεδων υδάτων σε όλο τον κόσμο.

8. Το καγιάκ είναι ένα μικρό σκάφος που τροφοδοτείται από ανθρώπινη δύναμη και διαθέτει ειδικό κουπί με δύο λεπίδες. Αυτή είναι και η διαφορά μεταξύ σπορ καγιάκ και κανό, δηλαδή το καγιάκ έχει κουπί με δύο λεπίδες ενώ το κανό έχει κουπί με μία λεπίδα. Άλλη μια διαφορά τους είναι ότι για καλύτερη χρήση της δύναμης είναι σύνηθες για έναν κανό να γονατίζει στο ένα του πόδι ενώ κωπηλατεί, ενώ στο καγιάκ κάθεται.

9. Το Pedaliner είναι πλωτό όχημα που λειτουργεί με ανθρώπινη δύναμη. Το πεντάλ μετακινείται περιστρέφοντας τον τροχό με τις λεπίδες, οι οποίες περιστρέφονται καθώς ο χρήστης γυρίζει τα πεντάλ. Ένα ζεύγος πεντάλ βρίσκεται στα αριστερά και το άλλο στα δεξιά. Η ενέργεια από τα πεντάλ μεταφέρεται στον τροχό του πέλματος από τα πτερύγια με την οποία γυρίζει και το πεντάλ μετακινείται.

10. Η μπανάνα νερού είναι ιδανική για όλη την οικογένεια. Περισσότεροι από δέκα άνθρωποι μπορούν να ανέβουν σε μπανάνες οι οποίες τραβιούνται από ένα σκάφος. Σκοπός, αυτού του παιχνιδιού στο νερό, είναι να κρατηθούν οι αναβάτες και να μην πέσουν στο νερό.

### **3.6 Ομάδα με κυρίαρχα κίνητρα τους κοινωνικούς λόγους – υγεία και ποιότητας ζωής**

#### **3.6.1 Τουρισμός υγείας – Θεραπευτικός/ιαματικός τουρισμός**

Ο θεραπευτικός τουρισμός είναι συνέπεια κάθε είδους ιατρικής περίθαλψης, τα αποτελέσματα των οποίων κρίνονται ότι είναι επιθυμητά και ευεργετικά. Αυτό ισχύει είτε το αποτέλεσμα ήταν αναμενόμενο, απροσδόκητο, είτε ακόμα και μια ακούσια συνέπεια της θεραπείας. Έτσι, κάθε θεραπεία που έχει ένα επιθυμητό αποτέλεσμα λέγεται ότι έχει θεραπευτική αξία. Έχει αποδειχθεί ότι για τα λουτρά μεταλλικού νερού και των συναφών θεραπειές, ταξιδεύουν άνθρωποι από όλο τον κόσμο για να αναζητήσουν θεραπευτικά αποτελέσματα.

Στον τουρισμός υγείας ή αλλιώς στον θεραπευτικό/ιαματικό τουρισμό τα άτομα έχουν σαν κυριότερο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και της ανάρρωσης από διάφορες ασθένειες. Περιλαμβάνει ειδικότερες μορφές, όπως είναι ο ιατρικός τουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας.

Στην Ευρώπη του 18<sup>ου</sup> αιώνα, οι ασθενείς επισκέπτονταν τα ιαματικά λουτρά επειδή ήταν χώροι με δήθεν υδάτινα μεταλλικά νερά, που αντιμετώπιζε ασθένειες από ουρική αρθρίτιδα έως ηπατικές διαταραχές και βρογχίτιδα.

Ωστόσο υπάρχουν και τα μειονεκτήματα του θεραπευτικού τουρισμού. Εάν υπάρχει υπερβολικός τουρισμός, μπορεί να υπάρξει πολιτισμική απώλεια. Μπορεί να προκύψει καταστροφή των περιβαλλοντικών και πρωτογενών προϊόντων, αφού οι τουρίστες δεν θα φροντίσουν την γη, όπως θα έκαναν οι ιδιοκτήτες της. Επίσης κάποιες νέες ασθένειες μπορεί να προκύψουν σε αυτές τις περιοχές που θα μεταδοθούν από τους τουρίστες. Τέλος οι άνθρωποι ενδέχεται να καταχραστούν κάποια προϊόντα που εισάγονται από τους τουρίστες και τα προϊόντα αυτά δεν θα είναι διαθέσιμα κατά την διάρκεια εποχών όπου ο θεραπευτικός τουρισμός δεν ισχύει.

### **3.6.2 Ιατρικός τουρισμός**

Ο ιατρικός τουρισμός αφορά άτομα που πραγματοποιούν μια σειρά θεραπειών ή επεμβάσεων ή άτομα που θέλουν ιατρική υποστήριξη για να κάνουν διακοπές. Πραγματοποιείται από νοσοκομεία και εξειδικευμένα ιατρικά κέντρα που συνεργάζονται με τουριστικούς και ασφαλιστικούς φορείς. Στο παρελθόν, αυτό αναφερόταν συνήθως σε όσους ταξίδευαν από λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες σε μεγάλα ιατρικά κέντρα σε ιδιαίτερα ανεπτυγμένες χώρες για θεραπεία που δεν είναι διαθέσιμη στο σπίτι. Τα τελευταία χρόνια, όμως μπορεί να αναφέρεται και σε εκείνους που ταξιδεύουν για ιατρικές θεραπείες σε χαμηλότερες τιμές. Ο ιατρικός τουρισμός, είναι συνήθως για χειρουργικές επεμβάσεις ή παρόμοιες θεραπείες, για οδοντιατρικό τουρισμό ή και για τουρισμό γονιμότητας. Άτομα με σπάνιες νόσους μπορεί να ταξιδεύουν σε χώρες όπου η θεραπεία γίνεται καλύτερα κατανοητή. Ωστόσο, υπάρχουν σχεδόν όλα τα είδη ιατρικής περίθαλψης, συμπεριλαμβανομένης της ψυχιατρικής, της εναλλακτικής ιατρικής, της αναρρωτικής φροντίδας και ακόμη και των ταφικών υπηρεσιών.

Η πρώτη καταγεγραμμένη περίπτωση ανθρώπων που ταξιδεύουν για ιατρική περίθαλψη χρονολογείται από χιλιάδες χρόνια, όταν οι Έλληνες προσκυνητές ταξίδευαν από την ανατολική Μεσόγειο σε μια μικρή περιοχή στο Σαρωνικό κόλπο, την Επίδαυρο. Το έδαφος αυτό ήταν το ιερό του θεραπευτικού θεού Ασκληπιού.

Οι παράγοντες που έχουν οδηγήσει στην αυξανόμενη δημοτικότητα των ιατρικών ταξιδιών περιλαμβάνουν το υψηλό κόστος υγειονομικής περίθαλψης, τους χρόνους αναμονής για ορισμένες διαδικασίες, την ευκολία και την οικονομική προσιτότητα των διεθνών ταξιδιών και τις βελτιώσεις τόσο της τεχνολογίας όσο και των προτύπων περίθαλψης σε πολλές χώρες. Επίσης, πολλές χειρουργικές επεμβάσεις που πραγματοποιούνται σε ιατρικούς τουριστικούς προορισμούς κοστίζουν ένα κλάσμα της τιμής που κάνουν σε άλλες χώρες, για παράδειγμα, στις Ηνωμένες Πολιτείες, μια μεταμόσχευση ήπατος που μπορεί να κοστίζει 300.000 δολάρια, θα κόστιζε γενικά περίπου 91.000 δολάρια στην Ταϊβάν.

Ο ιατρικός τουρισμός, όμως, φέρει ορισμένους κινδύνους. Αρχικά, η ποιότητα της μετεγχειρητικής φροντίδας μπορεί να ποικίλει δραματικά, ανάλογα με το νοσοκομείο και την χώρα. Επίσης, οι μετακινήσεις μεγάλων αποστάσεων, σύντομα μετά την χειρουργική επέμβαση, μπορούν να αυξήσουν τον κίνδυνο επιπλοκών. Οι μεγάλες πτήσεις και η μειωμένη κινητικότητα που συνδέονται με τα καθίσματα των παραθύρων μπορούν να προκαλέσουν την εμφάνιση μιας βαθιάς φλεβικής θρόμβωσης και ενδεχομένως μιας πνευμονικής εμβολής. Οι διαφορές στα πρότυπα των παρόχων υγειονομικής περίθαλψης ανά τον κόσμο έχουν αναγνωριστεί από την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας και το 2004 ξεκίνησε η Παγκόσμια Συμμαχία για την ασφάλεια των ασθενών. Αυτός ο φορέας βοηθά τα νοσοκομεία και την κυβέρνηση σε όλο τον κόσμο να θέτουν πολιτική ασφάλειας των ασθενών και πρακτικές που μπορούν να καταστούν ιδιαίτερα σημαντικές κατά την παροχή υπηρεσιών ιατρικού τουρισμού.

### **3.6.3 Κοινωνικός τουρισμός**

Ο κοινωνικός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή που αφορά στην διευκόλυνση της συμμετοχής στον τουρισμό των ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων. Προϋποθέτει την ύπαρξη κοινωνικού κράτους που επιδοτεί το σύνολο ή ένα τμήμα του κόστους των διακοπών σε συμφωνία με τους ενδιαφερόμενους επαγγελματίες. Σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού, ο κοινωνικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως «οι συνδέσεις και τα φαινόμενα που σχετίζονται με την συμμετοχή των ανθρώπων στις χώρες προορισμού, καθώς και των παραθεριστών, των μειονεκτουσών στρωμάτων της κοινωνίας ή των ατόμων που δεν μπορούν να συμμετάσχουν στον τουρισμό, τις διακοπές και τα πλεονεκτήματά τους για οποιονδήποτε λόγο». Ο κοινωνικός τουρισμός χωρίζεται, από τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού, σε τέσσερις κυρίους άξονες.

1. Ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας «διαμορφωτής της κοινωνίας», καθώς «οι διακοπές και τα ταξίδια μπορούν να προσφέρουν ιδιαίτερες ευκαιρίες για προσωπικό

εμπλουτισμό, μέσω της ανακάλυψης νέων τόπων και πολιτισμών, μέσω σωματικών, καλλιτεχνικών, αθλητικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, γενικές διαιρέσεις και από άλλες ευθύνες που ανέλαβαν ελεύθερα οι τουρίστες».

2. Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί παράγοντα προώθησης της οικονομικής ανάπτυξης. «Ο τουρισμός για όλους αποτελεί κλειδί της οικονομικής δύναμης που δημιουργεί μια συνεχή ροή ανθρώπων και επενδύσεων που συμβάλλουν στην περιφερειακή ανάπτυξη».

3. Ο κοινωνικός τουρισμός συμμετέχει στην περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη με το «συνδυασμό της τουριστικής ανάπτυξης, της προστασίας του περιβάλλοντος και του σεβασμού της ταυτότητας των τοπικών κοινοτήτων».

4. Ο κοινωνικός τουρισμός είναι εταίρος σε παγκόσμια αναπτυξιακά προγράμματα. «Ο τουρισμός, όταν ελέγχεται και όταν σέβεται το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες, αποτελεί μια από τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ελπίδες πολλών αναπτυσσόμενων χωρών».

Ο κοινωνικός τουρισμός βρέθηκε να αυξάνει βραχυπρόθεσμα το οικογενειακό κεφάλαιο και μεσοπρόθεσμα το κοινωνικό κεφάλαιο, από την άποψη των κοινωνικών δικτύων, της σχετικής προληπτικής συμπεριφοράς και της αυτοεκτίμησης. Αυτές οι αυξήσεις μπορούν να θεωρηθούν χρήσιμες για τους συμμετέχοντες και για την ευρύτερη κοινωνία. Συνεπώς, προτείνεται ότι ο κοινωνικός τουρισμός μπορεί να είναι οικονομικά αποδοτική προσθήκη στην κοινωνική πολιτική.

### **3.6.4 Τουρισμός τρίτης ηλικίας**

Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας αναμένεται να αποτελέσει σημαντική δύναμη στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, καθώς οι πληθυσμοί γερνούν. Συνδέεται, επίσης, με την αύξηση του πληθυσμού τρίτης ηλικίας στο συνολικό τουριστικό δυναμικό. Ενώ πολλοί ηλικιωμένοι δεν έχουν τους πόρους για να ταξιδέψουν, υπάρχουν άλλοι που το ταξίδι αποτελεί προτεραιότητα για τον τρόπο ζωής τους με αποτέλεσμα να είναι διατεθειμένοι να πληρώνουν για τακτικά ταξίδια. Αυτοί είναι πιθανό να είναι πιο έμπειροι ταξιδιώτες, έχουν περισσότερο χρόνο να περάσουν για ταξίδια και αναψυχή, έχουν περισσότερες αποταμιεύσεις και περιουσιακά στοιχεία και λιγότερες οικονομικές δεσμεύσεις, ειδικά κατά τα πρώτα έτη συνταξιοδότησης, είναι πιο ευέλικτοι όσον αφορά τους χρόνους ταξιδιού, συχνά προτιμώντας να ταξιδέψουν σε εποχές εκτός αιχμής και γενικά είναι πιο απαιτητικοί, αφού απαιτούν υπηρεσίες υψηλότερες ποιότητες. Οι ευκαιρίες ταξιδιού για πολλούς ηλικιωμένους δεν είναι

δύσκολες. Ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο ή ένας ιστότοπος μπορεί να παρέχει προτεινόμενους προορισμούς, ξενοδοχεία και μεθόδους για ταξίδια.

Το ταξίδι συμβάλλει στην ποιότητα και την γενική υγεία πολλών ηλικιωμένων. Μερικοί μπορούν να ταξιδέψουν για να δουν τα παιδιά και τα εγγόνια τους ή να βρεθούν με φίλους, ενώ αρκετοί ταξιδεύουν για συνέδρια που σχετίζονται με την σταδιοδρομία και την προσωπική έρευνα ή για ειδικά ενδιαφέροντα, συμπεριλαμβανομένων των χόμπι, του αθλητισμού, της εκπαίδευσης και των πνευματικών δραστηριοτήτων. Κατά την διάρκεια του τελευταίου μέρους της ζωής, πολλοί ηλικιωμένοι αναζητούν μέρη που δεν έχουν ξαναδεί, για παράδειγμα τροπικά τοπία, άλλες χώρες, κ.α.

Μια μελέτη σχετικά με τις ταξιδιωτικές συνήθειες των ηλικιωμένων διαπίστωσε ότι η από στόμα-σε στόμα και η προσωπική εμπειρία ήταν πολύ πιο σημαντικές πληροφόρησης για τους ηλικιωμένους όταν αποφάσισαν έναν προορισμό ταξιδιού. Η μελέτη διαπίστωσε επίσης ότι το στάδιο της ζωής, δηλαδή τα οικονομικά, η κατάσταση της υγείας και η σύνθεση των νοικοκυριών, ήταν οι πιο σημαντικοί παράγοντες στις ταξιδιωτικές αποφάσεις.

### **3.6.5 Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες**

Ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες είναι μια ειδική μορφή που αφορά στην διευκόλυνση της συμμετοχής στον τουρισμό των ατόμων με κινητικά ή ψυχολογικά προβλήματα υγείας. Δεν αναφέρεται, όμως, σε κινητικές αναπηρίες. Όταν μιλάμε για τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες αναφερόμαστε σύνολο των υπηρεσιών και των εγκαταστάσεων που επιτρέπουν τους πελάτες με ειδικές ανάγκες να απολαμβάνουν τις διακοπές με τρόπο εκπληκτικό.

Τουρίστες με ειδικές ανάγκες ορίζονται ως οι άνθρωποι που προσωρινά ή μόνιμα δυσκολεύονται να μετακομίσουν, να τρώνε, να προσανατολιστούν, να επικοινωνήσουν, χρειάζονται κάποια άνεση, ειδικές εγκαταστάσεις και υποστήριξη για να ταξιδέψουν και να ζήσουν μια ευχάριστη και ικανοποιητική εμπειρία. Αυτοί οι τουρίστες, επίσης, δεν είναι μόνο άτομα με ειδικές ανάγκες αλλά και ανώτεροι τουρίστες, έγκυες γυναίκες, γονείς με μικρά παιδιά, άτομα με διατροφικά προβλήματα, κ.α. Για αυτό τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούμε την έκφραση «tourismforall» δανεισμένη από την φιλοσοφία της σχεδιάζοντας το designforall το οποίο στοχεύει στην δημιουργία περιβαλλόντων συστημάτων, προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς αποκλεισμούς.

Ο καθένας καθ' όλη την διάρκεια της ύπαρξης του μπορεί περιστασιακά να είναι τουρίστας με ειδικές ανάγκες. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το ταξίδι με ένα ή περισσότερα μικρά παιδιά, με εξωθημένο άκρο, ή με την ανάγκη να ακολουθήσει μια ειδική διατροφή δεν προκαλεί προσοχή ή προσθήκες που προσφέρονται

παραδοσιακά. Είναι αλήθεια όμως ότι οι τουρίστες με αναπηρίες εκφράζουν τις πιο σύνθετες ανάγκες ή λιγότερο γνωστές. Ίσως εξαιτίας αυτού αντιπροσωπεύουν το στόχο που εξακολουθεί να αντιμετωπίζει τις μεγαλύτερες δυσκολίες, να πραγματοποιήσει ευχάριστες και ανταμοιβώμενες εμπειρίες. Ένα άτομο με σωματική κινητική αναπηρία δεν θέλει μηδενικά εμπόδια ή λιγότερα εμπόδια, μόνο όσο αναφορά την στέγαση αλλά και το σημείο διακοπών. Με άλλα λόγια θέλει να γνωρίζει το επίπεδο προσβασιμότητας του τουρισμού με αναφορά για παράδειγμα στα σημεία ενδιαφέροντος, όπως πάρκα, μουσεία, κλπ. Τα είδη των τουριστών με ειδικές ανάγκες μπορούν να χωριστούν σε πέντε ομάδες.

1. Τουρίστες με σωματικές αναπηρίες. Μια φυσικο-κινητική αναπηρία είναι μια μειωμένη ικανότητα μετακίνησης που δεν αντιστοιχεί απαραίτητα σε πνευματική αλλοίωση.

2. Τουρίστες με αισθητικές αναπηρίες. Οι αισθητηριακές αναπηρίες μπορεί να είναι οπτικές ή και ακουστικές, μερικές ή ολικές. Οι οπτικοί περιορισμοί προκαλούν δυσκολία στην κινητικότητα, τον προσανατολισμό και την επικοινωνία. Οι ακουστικοί περιορισμοί καθορίζουν επίσης την αναπηρία στην χρήση και την ανάπτυξη της γλώσσας.

3. Τουρίστες με πνευματική και ψυχική αναπηρία. Οι διανοητικές αναπηρίες είναι πολύ διαφοροποιημένες. Δεν είναι πάντοτε το άτομο με νοητική υστέρηση να αντιδρά σε καταστάσεις ανάλογες με την ηλικία. Οι νοητικές αναπηρίες συχνά αντιλαμβάνονται μόνο την στιγμή της εκδήλωσης του άγχους, του αποπροσανατολισμού, τις εμμονές, την αναταραχή, κλπ.

4. Τουρίστες με ειδικές διαιτητικές απαιτήσεις. Ορισμένοι άνθρωποι, στην πραγματικότητα, μπορεί να έχουν συγκεκριμένες απαιτήσεις για τους χρόνους γεύματος, μπορεί να σχετίζονται με την επιλογή τρόπων διατροφής, προετοιμασίας και διαχείρισης.

5. Τουρίστες με ιδιαίτερες παθολογίες, όπως επιληψία, διαβήτης, νεφρική ανεπάρκεια. Η επιληψία είναι μια νευρολογική διαταραχή που εκδηλώνεται με επιθέσεις ποικίλης έντασης. Σε γενικευμένες κρίσεις το άτομο μπορεί να πέσει στο έδαφος με σπασμούς, σε μερικές περιπτώσεις το άτομο μπορεί να εμπλέκεται σε στιγμές απουσίας και μικρές διαταραχές στην συμπεριφορά. Όσο αφορά τα άτομα με διαβήτη θα πρέπει να υπάρχει συμμόρφωση με τις απαιτήσεις του, διότι η διατροφή του πρέπει να είναι πολύ ακριβής. Οι τουρίστες με νεφρική ανεπάρκεια θα πρέπει να γνωρίζουν εκ των προτέρων τη διαθεσιμότητα και την τοποθεσία των κέντρων αιμοκάθαρσης της τοποθεσίας όπου μένουν.

Δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι κανόνες που θα ακολουθήσουν, αλλά θα είναι οι εμπειρία που θα βοηθήσει να ζήσουν και να αντιμετωπίσουν αυτές τις αναφορές με ακόμη μεγαλύτερη εμπιστοσύνη.

### 3.6.6 Οικογενειακός τουρισμός

Ο οικογενειακός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή που αφορά στην διευκόλυνση της συμμετοχής στον τουρισμό οικογενειών με μικρά παιδιά. Οι οικογένειες αντιπροσωπεύουν μια μεγάλη και αναπτυσσόμενη αγορά για τον τουριστικό κλάδο. Ο οικογενειακός τουρισμός οδηγείται από την αυξανόμενη σημασία που αποδίδεται στην προώθηση της οικογενειακής συνύπαρξης, στην διατήρηση των οικογενειακών δεσμών και στην δημιουργία οικογενειακών μνημών.

Οι προβλέψεις για το μέλλον των οικογενειακών ταξιδιών διαμορφώνονται από αλλαγές στην δημογραφία και τις κοινωνικές δομές. Με την παγκόσμια κινητικότητα η οικογένειες διασπώνται όλο και περισσότερο γεωγραφικά και αναδεύονται νέες οικογενειακές αγορές. Ο οικογενειακός τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που διαμορφώνεται από τις μεταβολές των κοινωνικών δομών. Αναζητά ταξιδιωτικούς προορισμούς που προσφέρουν χαλάρωση καινοτομία υπαίθριες δραστηριότητες και χώρους τέχνης και κληρονομιάς. Ωστόσο οι οικογένειες είναι λιγότερο πιθανό από τα άλλα τμήματα να επιδοθούν στον τοπικό πολιτισμό.

Ο οικογενειακός τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας σε όλο τον κόσμο και αντιπροσωπεύει περίπου το 30% της αγοράς ταξιδιών αναψυχής. Υπάρχει ένας μύθος της παρακμής της οικογένειας, όταν στην πραγματικότητα οι οικογένειες σήμερα είναι απλά διαφορετικά συνδεδεμένες από ότι στο παρελθόν. Οι διακοπές μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση των οικογενειακών σχέσεων και στην οικοδόμηση του κοινωνικού και οικογενειακού κεφαλαίου μέσα στην άμεση και εκτεταμένη οικογένεια με την υπέρβαση των αυξανόμενων ζητημάτων κοινωνικότητας. Τα ταξίδια στην οικογένεια και η επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς ταξιδεύουν πιο ανθεκτικά από άλλες μορφές τουρισμού, καθώς οι άνθρωποι θα ταξιδεύουν πάντα για να επανασυνδεθούν. Τέλος υπάρχουν νέες οικογενειακές αγορές τουρισμού που αναδύονται και οι παραδοσιακές οικογενειακές αγορές αποτολμούν και γίνονται πιο περιπετειώδης.

### 3.6.7 Επιλεκτικός τουρισμός

Ο επιλεκτικός τουρισμός αφορά ειδικά τουριστικά ατομικά πακέτα διακοπών προσωπικής εξυπηρέτησης για άτομα υψηλής οικονομικής στάθμης. Μπορεί αυτή η μορφή τουρισμού να είναι αρκετά κερδοφόρα όμως με βάση τις απαιτήσεις η προσέλκυση και ικανοποίηση αυτών των πελατών απαιτεί άριστη οργάνωση και ισχυρές επιχειρηματικές κινήσεις.

Ο τουρίστας αυτού του είδους τουρισμού περιορίζει την διαμονή του πάντα σε επαύλεις και σε ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων με άπειρους χώρους διασκέδασης. Υπάρχει η απαίτηση καλής εξυπηρετικής υψηλής στάθμης όπως και



αγαθά ισάξια των αναγκών τους. Κάποιοι παράγοντες που παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του προορισμού είναι η καλή συγκοινωνία, η μεγάλη αγορά, το φυσικό περιβάλλον, οι πολιτιστικοί και καλλιτεχνικοί χώροι και πολλά ακόμα. Αξίζει να αναφερθεί πως πολλοί επιλεκτικοί τουρίστες θέλουν ανωνυμία και απομόνωση κατά την περίοδο των διακοπών τους για αυτό υπάρχουν περιπτώσεις όπου η διαμονή πραγματοποιείται σε απομακρυσμένες έπαυλες αλλά με όλες τις προδιαγραφές πολυτέλειας.

### **3.6.8 Κοσμοπολίτικος τουρισμός**

Ο κοσμοπολίτικος τουρισμός αφορά τη διεθνή κοινωνική και οικονομική ελίτ που συνήθως ταξιδεύει με ιδιόκτητα μέσα, όπως αεροπλάνα και θαλαμηγούς, σε ειδικούς προορισμούς. Ανήκουν άνθρωποι με πολύ μεγάλο οικονομικό κύρος όπως μεγιστάνες πλούτου. Οι άνθρωποι που ταξιδεύουν με αυτό τον τρόπο έχουν πάρα πολλές απαιτήσεις που δεν έχουν τόσο σχέση με την ποιότητα ή τις υπηρεσίες που τους προσφέρονται αλλά έχουν παράλογες επιθυμίες που απαιτούν να υλοποιηθούν. Αυτό το είδος τουρισμού βέβαια είναι αρκετά κερδοφόρο. Οι άνθρωποι αυτού του τουρισμού έχουν ως σκοπό την ανάδειξη του πλούτου τους θεωρούν πως η άσκοπη σπατάλη χρημάτων τους δίνει μεγαλύτερο κύρος. Ωστόσο ο προορισμός τους πρέπει να έχει τις κατάλληλες υποδομές για να ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες. Έτσι η κοσμική ζωή έχει πρωταρχικό ρόλο για τους τουριστικούς σκοπούς. Όμως πρέπει ο προορισμός τους να τους δίνει την αίσθηση της αριστοκρατίας ως τόπος κοσμοπολίτικου τουρισμού. Για αυτό χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια όπως διαφημίσεις και προώθηση του τόπου.

## **3.7 Ομάδα προϊόντων με κυρίαρχο θεματικό κίνητρο**

### **3.7.1 Τουρισμός περιπέτειας**

Ο τουρισμός περιπέτειας ορίζεται ως η μετακίνηση των ανθρώπων από έναν άλλον χώρο της ζώνης άνεσης του για εξερεύνηση, ή ταξίδι σε απομακρυσμένες περιοχές, εξωτικές και ενδεχομένως εχθρικές περιοχές. Έχει ως κίνητρο τις αθλητικές ή περιηγητικές δραστηριότητες, οι οποίες συνδυάζουν της αναζήτηση συγκίνησης και συχνά περιέχουν και έναν βαθμό δυσκολίας. Διακρίνονται η ζώνη σκληρής ή ακραίας περιπέτειας, για παράδειγμα επιβίωση σε άγρια φύση, αναρρίχηση, κ.α., και η ζώνη ήπιας περιπέτειας που απαιτεί λίγη ή μικρή εμπειρία, όπως καταδύσεις, ράφτιγκ, κ.α. Είναι ένας τύπος τουρισμού στον οποίο ο τουρίστας κάνει κάποιες περιπετειώδη δραστηριότητες όπως αλεξίπτωτο, καταδύσεις, κ.α. Το είδος αυτού του τουρισμού

είναι πολύ δημοφιλής στους νέους τουρίστες, καθώς κερδίζει μεγάλο μέρος του ενθουσιασμού του επιτρέποντας στους τουρίστες να βγουν έξω από την ζώνη άνεσης τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε πολιτισμικό σοκ ή στην εκτέλεση πράξεων που απαιτούσαν κάποιο βαθμό κινδύνου, πραγματικό ή αντιληπτό, και φυσικό κίνδυνο. Αυτός ο τουρισμός, επίσης, έχει την τάση να συνδέεται με υψηλά επίπεδα δραστηριότητας από τον συμμετέχοντα και τα περισσότερα από αυτά γίνονται σε εξωτερικούς χώρους. Οι ταξιδιώτες περιπέτειας αναμένουν να βιώσουν διάφορα επίπεδα κινδύνου ενθουσιασμού και ηρεμίας και να δοκιμαστούν προσωπικά.

Από την αρχαιότητα, οι άνθρωποι ταξιδεύουν για την αναζήτηση τροφίμων και για πολλούς λόγους επιβίωσης. Οι άνθρωποι έχουν εμπλακεί σε περιπετειώδη ταξίδια για εκατοντάδες χρόνια μέσω της εξερεύνησης. Ταξίδευαν στην αρχαία εποχή για να εξερευνήσουν τις θαλάσσιες ρίζες, το νέο προορισμό ή ακόμα και μια νέα χώρα. Ωστόσο τα εμπορικά ταξίδια περιπέτειάς είναι ένα νέο φαινόμενο στο οποίο οι ταξιδιώτες προσλαμβάνουν έναν επαγγελματία οδηγό για να παρέχουν μια σειρά τεχνικής υποστήριξης και εξοπλισμού, καθώς και μια πολιτιστική και φυσική ερμηνεία. Σήμερα ο τουρισμός περιπέτειας είναι ένας ζωντανός δυναμικός και ταχέως μεταβαλλόμενος τομέας με νέες παραλλαγές που προστίθενται συνήθως στην πιθανή εμπειρία.

Ο τουρισμός περιπέτειας έχει αναπτυχθεί εκθετικά σε όλο τον κόσμο τα τελευταία χρόνια με προορισμούς τουριστών που επισκέφθηκαν προηγουμένως ανεξερεύνητοι. Αυτό επιτρέπει σε έναν νέο προορισμό να κυκλοφορεί ως πραγματικά μοναδικό, ελκυστικό για τους ταξιδιώτες που αναζητούν σπάνια, ασύγκριτη εμπειρία. Ο τουρισμός αυτός περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες όπως, σπηλαιολογία, πεζοπορία, ιστιοπλοΐα, κ.α. Κατηγοριοποιείται σε δύο κατηγορίες. Σκληρή περιπέτεια η οποία αναφέρεται σε δραστηριότητες με υψηλά επίπεδα κινδύνου που απαιτούν έντονη δέσμευση και προηγμένες δραστηριότητες. Ο σκληρός τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως, ορειβασία βουνών, ροκ, πάγος, πεζοπορία και σπηλαιολογία. Οι σκληρές περιπέτειες είναι εξαιρετικά επικίνδυνες στην φύση, απαιτείται επαγγελματικός οδηγός δεξιότητες προηγμένου επιπέδου για την εκτέλεση αυτών των δραστηριοτήτων. Μαλακή περιπέτεια η οποία αναφέρεται σε δραστηριότητες με αντιληπτό κίνδυνο αλλά χαμηλά επίπεδα κινδύνου που απαιτούν ελάχιστες δεξιότητες. Οι περισσότερες από αυτές τις δραστηριότητες οδηγούνται από έμπειρους οδηγούς. Η μαλακή περιπέτεια είναι μια δημοφιλής κατηγορία και περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως, μπακπάκινγκ, κάμπινγκ, πεζοπορία, καγιάκ, κ.α. Οι μαλακές δραστηριότητες περιπέτειας είναι χαμηλού κινδύνου στη φύση. Οι δραστηριότητες αυτές καθοδηγούνται από έμπειρους οδηγούς.

Οι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν με την περιπέτεια είναι γενικά πιο πρόθυμοι να δοκιμάσουν νέους προορισμούς, δραστηριότητες και ταξιδιωτικά προϊόντα. Ορισμένες δραστηριότητες έχουν χαμηλό κίνδυνο και μερικές έχουν υψηλό. Οι δραστηριότητες τουριστικής περιπέτειας ταξινομούνται σε δύο κατηγορίες.

1. Τις δραστηριότητες σκληρής περιπέτειας, όπου είναι ιδιαίτερα επικίνδυνες. Οι δραστηριότητες αυτές ακολουθούνται από την καθίζηση, την ορειβασία, την αναρρίχηση, την αναρρίχηση σε πάγο, την πεζοπορία και το skydiving

2. Τις μαλακές δραστηριότητες, όπου είναι λιγότερο επικίνδυνες σε σύγκριση με της σκληρής. Οι δραστηριότητες αυτές ακολουθούνται από το backpacking, την παρατήρηση πουλιών, την κατασκήνωση, το κανό, τον οικοτουρισμό, την αλιεία, την πεζοπορία, την ιπασία, το κυνήγι, το καγιάκ, τον προσανατολισμό, το σαφάρι, την κατάδυση, τα χιονοδρόμια, την χιονοσανίδα και το σέρφινγκ.

Οι δραστηριότητες τουριστικής περιπέτειας ικανοποιούν το περιβάλλον επειδή ο φυσικός κόσμος μας παρέχει πόρους για πολλές από τις δραστηριότητες που προσφέρουν τον κίνδυνο, την πρόκληση, τα αισθητήρια ερεθίσματα, την καινοτομία, την ανακάλυψη και ούτω καθεξής. Ο τουρισμός περιπέτειας είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς του τουριστικού τομέα, προσελκύνοντας πελάτες υψηλής αξίας, υποστηρίζοντας τις τοπικές οικονομίες και ενθαρρύνοντας βιώσιμες πρακτικές. Επίσης δημιουργεί τις θέσεις εργασίας σε καταλύματα, μεταφορές και ταξιδιωτικά γραφεία ή ταξιδιωτικούς πράκτορες. Προσελκύει τους ξένους τουρίστες σε μεγάλη κλίμακα και ως αποτέλεσμα βοηθά στην παραγωγή συναλλάγματος. Όταν ταξιδεύουν σε άλλη χώρα, ξοδεύουν ένα μεγάλο χρηματικό ποσό για διαμονή, μεταφορικά και ψώνια. Τέλος οι δραστηριότητες τουριστικής περιπέτειας δημιουργούν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Υπάρχουν εταιρίες που ειδικεύονται στην παροχή βοήθειας στους αναδυόμενους φορείς τουριστικής περιπέτειας στην αγορά του προϊόντος τους. Κάθε νέα τουριστική δραστηριότητα περιπέτειας δημιουργεί μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία.

### 3.7.2 Τουρισμός megaevents

Ο τουρισμός megaevents, δηλαδή εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα για μια μικρής χρονικής διάρκειας μόνο μια φορά ανά έτος ή έτη, είναι εκδηλώσεις διεθνούς εμβέλειας σε συγκεκριμένο θεματικό χαρακτήρα. Τα οφέλη από τέτοιες εκδηλώσεις φαίνεται να είναι προσοδοφόρα. Το γεγονός ότι πολλές χώρες προσφέρθηκαν να φιλοξενήσουν αυτά τα γεγονότα υποδηλώνει ότι τα οφέλη είτε είναι απτά είτε είναι άυλα συχνά δεν υπερβαίνουν το κόστος.

Σημειώνεται ότι ο αριθμός των τουριστών θα αυξηθεί σημαντικά κατά την διάρκεια ενός τέτοιου γεγονότος. Από σχετικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί δείχνουν την προσεκτική εκτίμηση των ενδεχομένων τουριστικών εκτοπισμών, δηλαδή των τακτικών τουριστών που αλλάζουν την συμπεριφορά τους όταν

πραγματοποιείται ένα μεγάλο γεγονός είτε μετατοπίζοντας το ταξίδι τους σε διαφορετικό χρόνο ή διαφορετική θέση. Αυτό μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του τουριστικού κέρδους ή ακόμα και την απώλεια.

Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι τα γεγονότα προάγουν τον τουρισμό αλλά το κέρδος εξαρτάται από το είδος του μεγάλου γεγονότος, τις συμμετέχουσες χώρες, το επίπεδο ανάπτυξης της χώρας υποδοχής και το εάν η εκδήλωση πραγματοποιείται κατά την διάρκεια της αιχμής ή εκτός εποχής.

### **3.7.3 Τουρισμός σε θεματικά πάρκα ή ειδικά μουσεία**

Τουρισμός σε θεματικά πάρκα η ειδικά μουσεία που έχουν σαν σκοπό την ψυχαγωγία και τα οποία συγκεντρώνουν πληθώρα στοιχείων όπως αξιοθέατα και καταστήματα σε ένα σύνολο. Έχουν κάποιο θέμα, για παράδειγμα πάρκο της Ντίσνεϊ ή μουσείο αυτοκινήτου ή μουσείο σοκολάτας.

Τα θεματικά πάρκα αποτελούν μέρος της μεγαλύτερης βιομηχανίας αξιοθέατων. Τα θεματικά πάρκα είναι μεγάλα, κυρίως υπαίθρια, ψυχαγωγικές επιχειρήσεις που ανιχνεύουν την προέλευση τους στους κήπους αναψυχής του 19<sup>ου</sup> αιώνα που με την πάροδο του χρόνου μετατράπηκαν σε πάρκα αναψυχής με ένα συνδυασμό ψυχαγωγίας περιλαμβάνει βόλτες, εκθέσεις, παιχνίδια και προσφορές τροφίμων και ποτών. Ξεκινώντας την δεκαετία του 1950 με το άνοιγμα της Ντίσνεϊλαντ, του Walt Disney, ο τομέας του θεματικού πάρκου έχει επεκταθεί σε ολόκληρη την παγκόσμια οικονομία. Σήμερα η ετήσια συμμετοχή στα εβδομήντα μεγαλύτερα και πιο παρευρισμένα θεματικά πάρκα στον κόσμο είναι 334,6 εκατομμύρια. Είναι πιθανό ότι ένα συγκρίσιμο μέτρο συμμετοχής επιτυγχάνεται με την δεύτερη σειρά θεματικών πάρκων σε ολόκληρο τον κόσμο.

Εκτός από τα παραδοσιακά μουσεία που παρουσιάζουν ιστορικά κειμήλια, υπάρχουν μουσεία διάφορων θεμάτων στον κόσμο, όπως τα μουσεία κάτω από το νερό, τα στιγμιαία μουσεία, τα μουσεία γάτας, ακόμα και τουαλέτας. Τα αντίγραφα είναι όλα εσωτερικά, ωστόσο ακόμα και με έναν κακό καιρό ο καθένας μπορεί να απολαύσει την εξερεύνησή του σε αυτά.

### **3.7.4 Τουρισμός γκολφ**

Ο τουρισμός γκολφ έχει ως ειδικό κίνητρο το γκολφ και τις δραστηριότητες που αυτό συνεπάγεται για τα άτομα τα οποία έχουν αυτό το χόμπι. Προϋποθέτει την ύπαρξη ειδικής υποδομής (γκολφ) συχνά εντός οργανωμένων θέρετρων που συνδυάζουν ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και τουριστικές κατοικίες πολυτελείας.

Μία από τις τάσεις της τελευταίας δεκαετίας σε όλο τον κόσμο είναι οι αυξανόμενες επενδύσεις σε γκολφ σε μία προσπάθεια να αυξηθεί ο αριθμός των

ξένων επισκεπτών και να ενισχυθούν τα έσοδα από τον τουρισμό. Αυτό έχει δει την εξάπλωση του γκολφ παγκοσμίως και ο αριθμός των γηπέδων γκολφ παγκόσμιας κλάσης αυξάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια. Ακόμα και ο τομέας ακινήτων έχει αναληφθεί την κερδοφόρα βιομηχανία του τουρισμού γκολφ. Αυτό έχει εμφανίσει εξαιρετικά θέρετρα γκολφ που κάθε ένα προσπαθεί να ξεχωρίσει και να προσφέρει την απόλυτη εμπειρία. Μερικά από τα καλύτερα γήπεδα γκολφ βρίσκονται στην Ευρώπη, Βόρεια Αμερική, Αφρική και Ασία και κάθε ήπειρος ξεχωριστά προσπαθεί να αυξήσει τα έσοδα από τον τουρισμό του γκολφ.

Το γκολφ συνεισφέρει σήμερα περίπου είκοσι δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως και από μόνο του ή ως δευτερεύον κίνητρο είναι σε θέση να προσελκύσει εκατομμύρια παραθεριστές σε όλο τον κόσμο. Το 5- 10% των τουριστών ταξιδεύουν παγκοσμίως με μοναδικό σκοπό να παίξουν γκολφ. Αυτός ο αριθμός αυξάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια καθώς οι περισσότερες χώρες υιοθετούν αυτόν τον τουρισμό ως βασική πηγή ξένου συναλλάγματος. Οι αναπτυσσόμενες χώρες δεν έχουν μείνει πίσω από την γκάμα του τουρισμού γκολφ. Αυτές οι χώρες έχουν αναγνωρίσει ότι οι τουρίστες του γκολφ τείνουν να ξεπερνούν τους μέσους τουρίστες και έτσι έχουν επενδύσει σε μεγάλο βαθμό για να επωφεληθούν από τα επιπλέον έσοδα από το εξωτερικό.

Υπάρχουν περίπου τριάντα δύο χιλιάδες γήπεδα γκολφ σε εκατόν σαράντα χώρες στον κόσμο. Οι δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί του τουρισμού περιλαμβάνουν την Ισπανία, την Βόρεια Αμερική και πάνω από τα μισά γήπεδα γκολφ στον κόσμο βρίσκονται στις Η.Π.Α. με την Ευρώπη να ανέχεται σε περίπου έξι χιλιάδες. Ωστόσο οι αναδυόμενοι προορισμοί γκολφ, όπως η Μαλαισία, η Αίγυπτος, το Μεξικό και η Κίνα προσφέρουν ανταγωνισμό στις παραδοσιακές αγορές γκολφ, προφέροντας ποιοτική εμπειρία σε μια δίκαιη τιμή.

Συμπερασματικά το μέλλον του τουρισμού γκολφ φαίνεται φωτεινό και ακόμα πιο κερδοφόρο. Η συνειδητοποίηση του αθλήματος σε παγκόσμιο επίπεδο αυξάνεται ραγδαία. Εκτιμάται ότι η ζήτηση και η προσφορά γκολφ αυξάνεται με σταθερό ρυθμό 12% ετησίως. Αυτό έχει δει μια αύξηση στα θέρετρα γκολφ και τις σχετικές ευκαιρίες απασχόλησης. Η δημιουργία σε σχέση με τα νέα γήπεδα γκολφ βρίσκεται στα κορυφαία επίπεδα και υπάρχουν ακόμη και σχέδια για να μπορεί κάποιος να παίζει γκολφ στο διάστημα.

### **3.7.5 Τουρισμός καζίνο**

Τουρισμός καζίνο με παροχή υπηρεσιών και δραστηριοτήτων οι οποίες εξυπηρετούν τα άτομα που επισκέπτονται το καζίνο. Πολλές χώρες αναπτύσσουν μεγάλες χαρτοπαικτικές λέσχες σε διάφορες περιοχές εντός των ορίων τους προκειμένου να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες. Προφανώς ένα πιο ισχυρό

τουριστικό περιβάλλον είναι καλό για την οικονομία καθώς όχι μόνο αυξάνει τα χρήματα αλλά και αναγνωρίζει και πιθανούς επενδυτές. Η βιομηχανία τυχερών παιχνιδιών η οποία συμβαίνει να είναι πραγματικά μεγάλη σε όλο τον κόσμο είναι μια από τις πιο δημοφιλείς στον τομέα του τουρισμού. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο ο τουρισμός του καζίνο είναι τόσο μεγάλο πράγμα αυτές τις μέρες.

Κοιτάζοντας τα μεγαλύτερα καζίνο σε όλο τον κόσμο μπορούμε πραγματικά να παρατηρήσουμε τον τρόπο με τον οποίο ενισχύεται ο τουρισμός από τις χαρτοπαικτικές λέσχες σε ορισμένες χώρες. Αυτές οι χώρες περιλαμβάνουν τις Η.Π.Α., το Μακάο και την Αυστραλία. Για παράδειγμα το Λάς Βέγκας, η Νεβάδα μόνη της ήταν σε θέση να φέρει πάνω από 40 εκατομμύρια τουρίστες το 2016. Σίγουρα τα τουριστικά αξιοθέατα και τα όμορφα φώτα της νύχτας προσελκύουν επίσης τους τουρίστες. Ωστόσο, είναι η συνολική εμπειρία και η ατμόσφαιρα του τζόγου που τους φέρνουν πραγματικά. Ένας ισχυρός ανταγωνιστής του Λάς Βέγκας δεν είναι άλλος από το Μακάο, το οποίο είναι μια περιοχή στην επικράτεια της Κίνας που έγινε ένας από τους μεγαλύτερους κόμβους τυχερών παιχνιδιών στον κόσμο. Το Μακάο έγινε ένας τέτοιος γίγαντας στην βιομηχανία τυχερών παιχνιδιών που μπόρεσαν ακόμη να ξεπεράσουν το Λάς Βέγκας σε εισπράξεις παιχνιδιού το 2010. Όπως και στο Βέγκας, το Μακάο έπιασε επίσης τις προσπάθειές του στην παροχή υψηλών πελατών με υπηρεσίες VIP. Αυτό περιλάμβανε τα προνόμια των χρυσών μελών, τα ιδιωτικά δωμάτια τυχερών παιχνιδιών, τις καταπληκτικές ανέσεις και πολλά άλλα. Αυτό τους επέτρεψε να φέρουν σε τόσους πολλούς πλούσιους τουρίστες το 2013. Οι υψηλοί κύλινδροι αποτελούσαν τελικά το 66% του συνολικού κέρδους του καζίνο εκείνο το έτος. Παρόλο που οι χαρτοπαικτικές λέσχες του Μακάο ήταν σε θέση να διατηρήσουν το έδαφός τους, αρκετοί Κινέζοι παίκτες δεν ήταν ικανοποιημένοι. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πήγαν στην Αυστραλία αντ' αυτού. Λόγω των τεράστιων εξελίξεων στο καζίνο της Αυστραλίας, περίπου 1 εκατομμύριο από αυτούς τους Κινέζους παίκτες εξήλθαν στην Αυστραλία. Στην πραγματικότητα, οι χαρτοπαικτικές λέσχες έγιναν ένα από τα μεγαλύτερα αξιοθέατα της Αυστραλίας που ανταγωνίζονται ακόμη και το Βέγκας και το Μακάο με 10 εκατομμύρια επισκέπτες τα τελευταία χρόνια. Και δεν είναι μόνο αυτές οι μεγάλες χώρες που έχουν δει ραγδαίες τάσεις στους τουριστικούς τομείς λόγω των χαρτοπαικτικών λεσχών. Άλλες μικρότερες χώρες, όπως η Σιγκαπούρη, οι Φιλιππίνες, το, το Μονακό και η Καμπότζη, όλοι έχουν καυχηθεί από έντονα έσοδα από τουρίστες που επισκέπτονται τις χώρες αυτές για να παίξουν σε καζίνο. Η ανάπτυξη της βιομηχανίας τυχερών παιχνιδιών σε αυτές τις χώρες μπορεί ήδη να μας δώσει μια ιδέα για το πόσο από τις χαρτοπαικτικές λέσχες έχουν επιπτώσεις στον τουρισμό μιας χώρας.

Το μεγάλο πράγμα για τον τουρισμό του καζίνο είναι ότι μπορεί να φέρει έναν μεγάλο αριθμό ανθρώπων από διάφορες χώρες και να τους συγκεντρώσει σε μια θέση. Δεδομένου ότι υπάρχουν πολλοί άνθρωποι γύρω από τα καζίνο, άλλες βιομηχανίες μπορούν επίσης να επωφεληθούν από αυτό. Ο κλάδος της φιλοξενίας είναι τέτοιος που ωφελεί πραγματικά τον τουρισμό του καζίνο. Όπου υπάρχει καζίνο,

θα υπάρχουν συνήθως ξενοδοχεία, θέρετρα και εστιατόρια. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι εταιρικές σχέσεις μεταξύ ξενοδοχείων, καζίνο και εστιατόρια είναι πολύ συχνές. Δεν θα ευδοκιμήσουν μόνο ξενοδοχεία και εστιατόρια, αλλά και άλλα τουριστικά αξιοθέατα γύρω από την περιοχή. Τα τοπικά εστιατόρια θα δεχόταν ένα κοπάδι ξένων επισκεπτών που προέρχονταν από το καζίνο. Οι αλλοδαποί αυτοί θα είχαν στη συνέχεια την ευκαιρία να δοκιμάσουν τις τοπικές κουζίνες. Αυτό συμβάλλει περαιτέρω στον τουρισμό της χώρας. Κατά μια έννοια, ο τουρισμός καζίνο ενθαρρύνει επίσης την ποικιλομορφία. Αυτό ακριβώς συνέβη μετά την καταστολή της διαφθοράς του Μακάο. Μπορούμε επίσης να δούμε ένα τέτοιο παράδειγμα στην Σιγκαπούρη, όπου ένα από τα μεγαλύτερα καζίνο τους, το Resorts World, βρίσκεται στην Σεντόσα, κοντά σε άλλα τουριστικά αξιοθέατα εκεί και για αυτό τον λόγο πολλοί παίκτες επισκέπτονται τα τουριστικά σημεία στην περιοχή. Τέλος, η Μανίλα απολαμβάνει επίσης έντονο τουρισμό λόγω της παρουσίας των καζίνων που συγκεντρώνονται σε μια περιοχή. Με αυτό, μπορούμε να δούμε ότι η τοποθεσία είναι το κλειδί εάν μια χώρα θα ήθελε να κάνει επιτυχημένη την επιχείρηση του τουρισμού του καζίνο. Με τη στρατηγική θέση και το τεράστιο μάρκετινγκ, τα καζίνο μπορούν να επηρεάσουν άμεσα τον τουρισμό και να επηρεάσουν και σε άλλες βιομηχανίες και την οικονομία γενικότερα.

Όλοι γνωρίζουμε ότι υπάρχουν κάποιες χώρες που κάνουν το παιχνίδι παράνομο, φυσικά, αυτό δεν αποθαρρύνει τους πολίτες της χώρας που θέλουν να παίξουν. Αυτό που θα κάνουν είναι να ταξιδέψουν στη χώρα που βρίσκεται πλησιέστερα σε αυτούς που έχουν νόμιμα καζίνο για να επισκεφτούν, όπου μπορούν να συναλλάσσονται διεθνώς και να παίξουν.

Φυσικά, η επίσκεψη σε ένα πολυτελές καζίνο δεν είναι επιλογή για όλους, γιατί θα είναι ακριβό, αλλά με τα online καζίνο υπάρχει μια βολική εναλλακτική λύση για τους ανθρώπους που επιθυμούν να παίξουν παιχνίδια, όπως το μπλάκ τζάκ, το οποίο είναι ένα από τα πιο δημοφιλή παιχνίδια. Όλοι με σύνδεση στο διαδίκτυο μπορούν απλά να αναζητήσουν το online καζίνο και να αρχίζουν να παίζουν, χωρίς να βγαίνουν από το σπίτι.

Όλα αυτά τα σημεία θα δείξουν ότι υπάρχει σίγουρα μια σχέση μεταξύ των καζίνο και του γενικού τουρισμού. Μέσω αυτής της συζήτησης μπορούμε σίγουρα να πούμε ότι η βιομηχανία χαρτοπαικτικών λεσχών μπορεί να έχει μεγάλο θετικό αντίκτυπο στη συνολική τουριστική κατάσταση μιας οικονομίας. Ωστόσο υπάρχει και το πρόβλημα μιας οικονομίας που βασίζεται υπερβολικά στην βιομηχανία τυχερών παιχνιδιών για την προσέλκυση τουριστών. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πολλές χώρες διαφοροποιούν τα τουριστικά τους αξιοθέατα και τοποθετούν διάφορα τουριστικά σημεία κοντά σε καζίνο. Αυτό θα δώσει στους ξένους παίκτες έναν λόγο να εξερευνήσουν λίγο και να δουν αξιοθέατα. Τέλος ενώ τα καζίνο μπορούν σίγουρα να ενισχύσουν τον τουρισμό, δεν πρέπει να αποτελούν τον μοναδικό λόγο για την ανάπτυξη του τουρισμού σε μία χώρα. Θα πρέπει να είναι ένας από τους λόγους που συμπληρώνονται από άλλα αξιοθέατα που μπορούν να κάνουν τους τουρίστες να θέλουν να συνεχίσουν να επισκέπτονται.

## **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> : Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ρόδο**

### **4.1 Ιστορική αναδρομή της Ρόδου**

Η Ρόδος βρίσκεται στην συμβολή δύο σημαντικών αρχαίων θαλάσσιων οδών, από τις οποίες η μία περνά από την Μίλητο στις ακτές της Ιωνίας για να καταλήξει ως τις παραλιακές πόλεις της Αιγύπτου και η άλλη κινείται από την κεντρική Ελλάδα προς τις πόλεις της Κύπρου και της Συρίας. Αρχικά το νησί ήταν χωρισμένο σε τρεις επικράτειες, σε τρεις πόλεις- κράτη: την Ιαλυσό στα βόρεια, την Κάμειρο στα δυτικά και τη Λίνδο στα ανατολικά, οι οποίες το 408 π.Χ. συνενώθηκαν, ιδρύοντας τη νέα πρωτεύουσα στο βόρειο άκρο του νησιού, την οποία και ονόμασαν Ρόδο. Με τον θάνατο του Μεγάλου Αλεξάνδρου το 323 π.Χ. η Ρόδος αρχικά προσπάθησε να διατηρήσει την ανεξαρτησία της, στην συνέχεια όμως και για εμπορικούς κυρίως λόγους, συντάχθηκε με τον Πτολεμαίο Α' της Αιγύπτου εναντίον του Αντίγονου, μετέπειτα βασιλιά της Μακεδονίας και ιδρυτή της δυναστείας των Αντιγονιδών, στρατηγοί και οι δύο του Μακεδόνα στρατηλάτη. Το 307 π.Χ. ο Αντίγονος, ο οποίος φιλοδοξούσε να κυριαρχήσει στην αυτοκρατορία του νεκρού πια Αλέξανδρου, κάλεσε τους Ρόδιους να συμμαχήσουν μαζί του κατά του Πτολεμαίου, εκείνοι όμως αρνήθηκαν. Προσβλέποντας στα σημαντικά οικονομικά οφέλη που θα επέφερε ο έλεγχος του εμπορίου στο Αιγαίο πέλαγος και συνειδητοποιώντας ότι η στρατηγική θέση του νησιού θα του επέφερε σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι του Πτολεμαίου, ο Αντίγονος αποφάσισε το 305 π.Χ. να επιτεθεί στους Ρόδιους, αναθέτοντας την πολιορκία της πόλης στο γιο του Δημήτριο τον Πολιορκητή. Επικεφαλής ενός εκστρατευτικού σώματος 200 πολεμικών πλοίων και 40.000 ανδρών με την βοήθεια γιγάντιων πολιορκητικών μηχανών, συμπεριλαμβανομένου και ενός τεράστιου θωρακισμένου πύργου με καταπέλτες και σφενδονιστές, που ονομαζόταν Ελέπολις (δηλαδή πορθητής των πόλεων) ο Δημήτριος μάταια προσπαθούσε επί έναν ολόκληρο χρόνο να διασπάσει τις αμυντικές οχυρώσεις της πόλης και να κάμψει το αμυντικό φρόνιμα των Ροδίων, αναγκαζόμενος εντέλει να άρει την πολιορκία και να συμβιβαστεί υπογράφοντας συνθήκη ειρήνης. Οι τεράστιες ποσότητες του στρατιωτικού εξοπλισμού που άφησαν πίσω τους οι Μακεδόνες, πουλήθηκαν από τους Ρόδιους έναντι ενός υπέρογκου ποσού, το οποίο και διέθεσαν, προκειμένου να αναγείρουν ένα τεράστιο χάλκινο άγαλμα προς τιμή του θεού Ήλιου, προστάτη της πόλης τους.

#### **4.1.1 Μυθολογία της Ρόδου**



Καθώς η γη μοιραζόταν από τους θεούς, η Ρόδος ήταν βυθισμένη με αποτέλεσμα να μην την προσέξουν. Οι θεοί ξέχασαν να βγάλουν κλήρο για τον Ήλιο διότι απουσίαζε για το καθιερωμένο του ταξίδι. Ο Δίας όταν συνειδητοποίησε πως στον Ήλιο δεν έχει δοθεί κάποιο κομμάτι θέλησε να κάνει νέα διανομή της γης, ο Ήλιος δεν το επέτρεψε αυτό, όμως, γιατί παρατήρησε να ξεπροβάλλει από την θάλασσα μία νέα χώρα και ζήτησε να πάρει αυτή. Τότε ο Δίας κάλεσε την Λάχεση να δώσει όρκο ότι η νέα χώρα θα είναι ο κλήρος του Ήλιου. Μόλις ο όρκος δόθηκε το μαγευτικό αυτό νησί ξεπρόβαλε από τον αφρό της θάλασσας και άνηκε, πλέον στον θεό Ήλιο.

Εκεί ο Ήλιος με τη Νύμφη Ρόδο γέννησε επτά γιούς τους Ηλιάδες: τον Όχιμο, τον Κέρκαφο, τον Μάκαρ, τον Ακτίονα, τον Τέναγη, τον Τριόπα, τον Κάνδαλο και μια κόρη την Ηλεκτρούνη. Ο Κέρκαφος γέννησε τρεις γιούς, τον Κάμιρο, τον Ιάλυσο και τον Λίνδο, που μοίρασαν το νησί σε τρία μέρη και ο καθένας είχε τη δική του πόλη που της έδωσε το όνομά του.

Ο μύθος αυτός, βγαλμένος από την φαντασία του λαού, προσπαθεί να δώσει ερμηνεία στα διάφορα γεγονότα. Η ανάδυση της Ρόδου από την θάλασσα έχει σχέση με τις ανιζήσεις και καθιζήσεις, για τις οποίες μιλά η Γεωλογία για τη διαμόρφωση της επιφάνειας της γης. Η αγάπη του Ήλιου για τη Ρόδο εξηγείται με την ηλιοφάνεια που έχει σχεδόν όλες τις μέρες του χρόνου. Γι' αυτό την ονόμασαν Νύμφη του Ήλιου και τη θεωρούν κόρη της Αφροδίτης που αναδύθηκε από τον αφρό της θάλασσας.

Οι πρώτοι κάτοικοι του νησιού ήταν οι Τελχίνες, οι οποίοι αποτελούσαν μια ιδιαίτερα περιεργη φυλή ανθρώπων, αφού τους παρομοίαζαν με δαίμονες. Η προέλευση του ονόματός τους ερχόταν από τη λέξη «θέλγω», δηλαδή μαγεύω. Παρήγαγαν νέφη, βροχή, χαλάζι, άλλαξαν μορφή και ήταν φοβεροί στις τέχνες. Ήταν οι πρώτοι που κατασκεύασαν αγάλματα θεών, στην Λίνδο τον «Απόλλωνα Τελχίνιον», στην Ιαλυσό την Ήρα και τις Νύμφες και στην Κάμιρο την «Ήρα Τελχινία». Όταν ανδρώθηκε ο Ποσειδώνας ερωτεύτηκε την αδελφή τους Αλία, την παντρεύτηκε και κάνανε έξι γιους και μια κόρη, τη Ρόδο από την οποία θεωρούσαν ότι πήρε το όνομα το νησί. Οι Τελχίνες ήταν καλοί ναυτικοί αλλά κυρίως επιδέξιοι τεχνίτες στην μεταλλουργία. Ο Στράβωνας αναφέρει ότι ήρθαν από την Κρήτη και την Κύπρο, πράγμα που θυμίζει τις πρώιμες αποικίσεις στην Ρόδο. Η παράδοση τους περιγράφει άγριους και μελαμψούς, λόγω του ότι ασχολιόντουσαν με τα μέταλλα, ενώ άλλοι τους φώναζαν «βάσκανους» και «μάγους» και πίστευαν ότι είχαν θεία καταγωγή. Θεωρούνταν ότι είχαν την εύνοια του Δία, όπου έστελνε σαν χρυσή βροχή τα πλούτη στη Ρόδο καθώς και την προστασία της Αθηνάς που τους έκανε πρώτους στις τέχνες και στόλισαν τη Ρόδο με άφθονα και ωραία έργα τέχνης.

#### **4.1.2 Ο Κολοσσός της Ρόδου ένα από τα επτά θαύματα της αρχαίας εποχής**

Ο Κολοσσός της Ρόδου, το τεράστιο άγαλμα του θεού Ήλιου που ορθωνόταν δίπλα στο λιμάνι της Ρόδου, είναι το πιο βραχύβιο από τα επτά θαύματα της αρχαιότητας, αφού από την ανέγερσή του μέχρι και την κατάρρευσή του από ένα σεισμό δεν πέρασε περισσότερο από μισός αιώνας περίπου. Είναι επίσης και εκείνο, για το οποίο γνωρίζουμε τα λιγότερα. Η κατασκευή του αγάλματος, που ξεκίνησε το 294 π.Χ. και θα πρέπει να ολοκληρώθηκε 12 χρόνια αργότερα, ανατέθηκε στο γλύπτη Χάρη από τη Λίνδο, μαθητή του φημισμένου γλύπτη Λύσιππου, που ήταν γνωστός και για τις ρεαλιστικές προτομές του Μεγάλου Αλεξάνδρου. Γι' αυτό ίσως ορισμένοι

ιστορικοί υποστηρίζουν ότι ο Χάρης είχε δώσει στο πρόσωπο του θεού Ήλιου τα χαρακτηριστικά του μεγάλου στρατηλάτη. Στην πραγματικότητα όμως ελάχιστα γνωρίζουμε, τόσο για την ακριβή όψη του αγάλματος, όσο και για την ακριβή του τοποθεσία, ενώ οι αντικρουόμενες αρχαιολογικές ενδείξεις δυσχεραίνουν τις απόπειρες αναπαράστασης του Κολοσσού, που για ορισμένους κρατούσε στο δεξί του χέρι πυρσό, ενώ σύμφωνα με άλλους το κεφάλι του στολιζόταν από ηλιαχτίδες.

Οι περισσότερες πληροφορίες που διαθέτουμε σήμερα για το άγαλμα οφείλονται στις λιγοστές σωζόμενες αναφορές του Πλίνιου, του Στράβωνα και του Φίλωνα από το Βυζάντιο, καθώς και στις αναπαραστάσεις του αγάλματος πάνω σε ροδιακά νομίσματα της εποχής.

Σύμφωνα με την ανάλυση και ερμηνεία αυτών των δεδομένων ο Κολοσσός της Ρόδου θα πρέπει να στηρίζονταν σε μια μαρμάρινη βάση ύψους 12m, πάνω στην οποία στηρίζονταν πρώτα τα πόδια και οι αστράγαλοι. Από το σημείο αυτό και μετά το άγαλμα ανεγέρθηκε σταδιακά με την κατασκευή ενός σκελετού από πέτρινα υποστυλώματα και σιδερένιες ράβδους, πάνω στον οποίο προσαρμόστηκαν μπρούτζινα χυτά φύλλα. Τα ψηλότερα μέρη του Κολοσσού κατασκευάστηκαν με την βοήθεια μιας χωμάτινης ράμπας που είχε ανυψωθεί γύρω από το άγαλμα, η οποία με την περάτωσή του απομακρύνθηκε. Ολοκληρωμένος ο Κολοσσός υψωνόταν 33 m από το έδαφος και όταν έπεσε «λίγοι άνθρωποι μπορούσαν να αγκαλιάσουν με τα χέρια τους τον αντίχειρα του Κολοσσού», όπως έγραψε αργότερα ο Πλίνιος. Παρόλο που δεν γνωρίζουμε επακριβώς το πραγματικό του σχήμα και παρόλο που το ίδιο το άγαλμα έχει πια χαθεί στα βάθη του χρόνου, το αρχαίο αυτό θαύμα της αρχαιότητας θα πρέπει να ενέπνευσε σύγχρονους αρχιτέκτονες, όπως το Γάλλο γλύπτη AugusteBartholdi, για παράδειγμα, γνωστότερο για την κατασκευή του αγάλματος της Ελευθερίας. Πρόσφατες μελέτες συνηγορούν υπέρ της άποψης που θέλει το άγαλμα να είχε στηθεί στο ακρωτήριο ανατολικά του λιμανιού της αρχαίας πόλης ή ακόμα πιο ενδότερα. Πραγματικά, σε αντίθεση με πολλές αναπαραστάσεις καλλιτεχνών του Μεσαίωνα και της Αναγέννησης, ο Κολοσσός της Ρόδου δεν θα πρέπει να ορθωνόταν μπροστά στην είσοδο του λιμανιού, στο σημερινό Μανδράκι, με τα πόδια ανοιχτά, ώστε τα πλοία να περνούν ανάμεσα από τα σκέλη του, όπως το οραματίστηκαν. Δεδομένου του ύψους του αγάλματος και του πλάτους που είχε η είσοδος του λιμανιού, κάτι τέτοιο δεν θα πρέπει να ήταν μόνο απίθανο, αλλά και αδύνατο.

Για μισό αιώνα περίπου το τεράστιο άγαλμα ορθωνόταν έξω από την πόλη, μέχρι που ένας ισχυρός σεισμός το γκρέμισε γύρω στο 224 π.Χ.. Σύμφωνα με το Στράβωνα το άγαλμα έσπασε στα γόνατα και όταν ο Πτολεμαίος Γ' της Αιγύπτου προσφέρθηκε να χρηματοδοτήσει την αποκατάστασή του οι Ρόδιοι αρνήθηκαν, καθώς ένας χρησμός τους το είχε απαγορέψει. Για σχεδόν 900 χρόνια το άγαλμα κείτονταν στο έδαφος μέχρι το 654 π.Χ. όταν Άραβες εισβολείς λειλάτησαν τη Ρόδο και διαμέλισαν το γκρεμισμένο Κολοσσό πουλώνοντας τα κομμάτια του σε έναν Εβραίο έμπορο από τη Συρία. Τόσο τεράστιο ήταν το άγαλμα που, όπως λέγεται, για τη μεταφορά των τμημάτων του στη Συρία χρησιμοποιήθηκαν 900 καμήλες.

## 4.2 Ο τουρισμός στην Ρόδο

Η Ρόδος είναι ένα ανεκτίμητο κόσμημα στο στέμμα του ελληνικού τουρισμού. Μπορεί να συνδέεται το όνομα της με άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο ιστορικός,

πολιτιστικός, κ.α. Ο φυσικός πλούτος του νησιού σε συνδυασμό με την υψηλή αισθητική καθώς και το άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό, έφτιαξαν την Ρόδο τον ιδανικό χώρο για συνέδρια, συμπόσια και εκδηλώσεις.

Οι φυσικές ομορφιές του νησιού, το θαλάσσιο περιβάλλον του, ο ιδανικός καιρός, ο πολιτισμός και η λιμενική υποδομή, τα οποία τα τελευταία χρόνια δείχνουν σημαντική βελτίωση, καθιστούν την Ρόδο έναν ελκυστικό προορισμό για κρουαζιερόπλοια και για λάτρεις των σκαφών αναψυχής. Έλληνες και ξένοι όλο τον χρόνο μπορούν να αγκυροβολούν σκάφη και βάρκες και στις οργανωμένες μαρίνες του νησιού, καθώς και σε άλλα μέρη της ακτής.

Η Ρόδος, επίσης, είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς γαμήλιους προορισμούς. Η Λίνδος και οι πηγές της Καλλιθέας είναι οι κορυφαίες προτιμήσεις μεταξύ των ζευγαριών που θέλουν να παντρευτούν στη Ρόδο.

Ωστόσο η Ρόδος είναι και ιδανική για οικογενειακές διακοπές, διότι προσφέρει υποδομές για παιδιά όλων των ηλικιών, όπως waterpark, το αγρόκτημα στρουθοκαμήλου, σχολές ιππασίας και gokarts.

Σημαντικοί ελληνικοί και διεθνείς διαγωνισμοί πραγματοποιούνται στην Ρόδο, καθώς έχει άφθονο φυσικό και μοντέρνο περιβάλλον, εγκαταστάσεις για πολλούς λάτρεις των σπορ και υποστήριξη από θεσμικά όργανα. Έχουν πραγματοποιηθεί πολλές διεθνείς εκδηλώσεις στην Ρόδο, όπως IslandGames και AegeanTennisCup, το AegeanRegata κ.λπ. Μία από τις κορυφαίες εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν στο νησί είναι ο Εθνικός Μαραθώνιος της Ρόδου, με πολλούς αθλητές και εθελοντές και την υποστήριξη της νησιωτικής κοινότητας.

Το νησί είναι ιδανικό για πολλές δραστηριότητες όπως θαλάσσια σπορ, ιστιοπλοΐα, σερφινγκ, σκι και καταδύσεις. Διαθέτει γήπεδα γκολφ, σύγχρονες εγκαταστάσεις τένις, γήπεδο σκοποβολής και μπάσκετ, οργανωμένες εγκαταστάσεις για ιππασία και ποδηλασία. Ο δήμος Ρόδου διοργανώνει κάθε χρόνο ένα πλούσιο πρόγραμμα πολιτιστικών εκδηλώσεων, σε συνεργασία με τοπικά και διεθνή ιδρύματα, πολιτιστικούς συλλόγους, θεατρικές ομάδες και πολλά άλλα.

Η Ρόδος την νύχτα είναι μια βόλτα στον κόσμο. Προσφέρει ψυχαγωγία και διασκέδαση για όλα τα γούστα και τις ηλικίες, από ζωντανά μπαρ και ντίσκο, κλαμπ DJ και live rock συγκροτήματα, μέρη με ελληνική μουσική και λαϊκή μουσική, ενώ βραδιές παραδοσιακής μουσικής και χορού δίνουν μια διαφορετική πινελιά τόσο στους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες.

Η παραδοσιακή διατροφή της Ρόδου, από την αρχαιότητα έως και σήμερα και η ροδιακή κουζίνα βασίζεται σε ελαιόλαδο, ελιές, όσπρια, δημητριακά, ψάρια και θαλασσινά, μέλι και κρασί. Τόσο σε παραδοσιακές ταβέρνες όσο και σε εστιατόρια με διεθνή κουζίνα, τις γεύσεις της Ρόδου, τις τοπικές γεύσεις και πιάτα και τα ορεκτικά κυριαρχούν.

Η Ρόδος διαθέτει μια πλούσια αγορά για μοντέρνα ψώνια, κέντρα και καταστήματα σχεδιαστών που προσφέρουν μια μεγάλη ποικιλία καταναλωτών, προϊόντα και είδη πολυτελείας από ελληνικές και ξένες μάρκες.

Το σύνολο των παλατιών, των πύργων, τις εκκλησίες και τα πλακόστρωτα συναρπάζει κάθε επισκέπτη. Το παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου είναι ένα μεγάλο μνημείο από την εποχή των ιπποτών, όπου σήμερα σημαντικές εκθέσεις έχουν

φιλοξενηθεί στις αίθουσές του. Το αρχαιολογικό μουσείο στεγάζεται στο γοτθικό κτήριο του μεγάλου νοσοκομείου ιπποτών και των αιθουσών του φέρουν αριστουργήματα της Ροδιανής τέχνης, ευρήματα από την αρχαία Κάμειρο και ψηφιδωτά δάπεδα από την πόλη. Ο δρόμος των Ιπποτών τόσο υπέροχος δρόμος, που οδηγεί στο παλάτι του μεγάλου Μαγίστρου φιλοξενεί τα ανακαινισμένα καταλύματά του. Άλλες τοποθεσίες στη Μεσαιωνική Πόλη που αξίζει να επισκεφθείτε είναι η Εκκλησία της Παναγίας του Κάστρου και του Πύργου του Ρολογιού. Η μεσαιωνική παλιά πόλη της Ρόδου είναι μία από τις λίγες μεσαιωνικές πόλεις που λειτουργούν στον κόσμο που είναι ακόμη κατοικημένη και γεμάτη ζωή.

Κάθε γωνιά της Ρόδου είναι μια επίσκεψη στο παρελθόν, σε διαφορετικούς πολιτισμούς και θρησκείες που την σφράγισε. Μερικά από αυτά τα μνημεία αξίζει να αναφερθούν, εκτός από την Μεσαιωνική Παλιά Πόλη, είναι η Ακρόπολη της πόλης της Ρόδου με το αρχαίο στάδιο και το θέατρο στην κορυφή του λόφου του Μόντε Σμίθ, η Ακρόπολη της Λίνδου και ο οικισμός του χωριού, η αρχαία Κάμειρος, ο Φιλερίμος με τη βασιλική εκκλησία αφιερωμένη στην Παναγία, χτισμένη πίσω από έναν αρχαίο ναό και τα κάστρα του νησιού στο Μονόλιθο, στην Κρητηνία, στον Ασκληπιό, στον Αρχάγγελο και στο Χαράκι. Αξιοσημείωτη είναι επίσης και Κοιλιάδα των Πεταλούδων, οι επτά πηγές και η Καλλιθέα με τις ιαματικές πηγές.

#### **4.3 Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ρόδο**

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ρόδο έχει αποκτήσει μεγάλη ανάπτυξη. Αποτελείται από απεριόριστες θαλάσσιες δραστηριότητες, όπως κρουαζιέρες με κρουαζιερόπλοια, θαλάσσιες περιηγήσεις με σκάφη αναψυχής, καθώς και θαλάσσιες αθλητικές δραστηριότητες, όπως υποβρύχιο ψάρεμα, καταδύσεις, ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι και windsurfing.

Όσοι λατρεύουν την ιστιοπλοΐα, η Ρόδος είναι ο απόλυτος προορισμός. Λόγω του όμορφου τοπίου του νησιού, τα γραφικά χωριά του, τους προφυλαγμένους κόλπους, την γεωγραφική θέση του νησιού και τις άπειρες αμμουδιές, οι περιηγήσεις με σκάφος είναι οι καταλληλότερες. Η Ρόδος διαθέτει επίσης Αθλητικό Σύλλογο Ιστιοπλόων Ανοικτής Θάλασσας, ο οποίος έχει σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη της ιστιοπλοΐας, διοργανώνοντας διεθνές ιστιοπλοϊκές συναντήσεις κάθε χρόνο.

Η Ρόδος όσο όμορφη είναι η ξηρά της άλλο τόσο όμορφη είναι και κάτω από την θάλασσά της. Οι τουρίστες μπορούν να επισκεφτούν τα εντυπωσιακά της σπήλαια, κανάλια, ναυάγια, υφάλους, που φιλοξενούν πολλά θαλάσσια είδη, παλιά σκεύη και κατασκευές. Όσοι επισκεφτούν το νησί της Ρόδου δεν πρέπει να χάσουν ένα ναυάγιο στην περιοχή Πλημμύρι, καθώς και τις υποθαλάσσιες σπηλιές και τους θαλάσσιους βιότοπους. Αξίζει να σημειωθεί πως η Ρόδος είναι ανάμεσα στην κορυφαία δεκάδα των καταδυτικών προορισμών στην Μεσόγειο. Λόγω των καθαρών θαλασσών και του μεγάλου πλούτου του βυθού, η Ρόδος βρίσκεται στις προτιμήσεις των τουριστών.

Υπάρχουν πολλές επιλογές θαλάσσιων σπορ στις περισσότερες οργανωμένες παραλίες του νησιού. Το windsurfing και το kitesurfing είναι πολύ ζακουστά στους

τουρίστες, αφού οι παραλίες της είναι ιδανικές για όλους εκείνους που θέλουν να εξερευνήσουν το Αιγαίο με την σανίδα τους.

Στις παραλίες του Φαληρακίου, των Κολυμπίων, των Αφάντου, της Τσαμπίκας και της Νότιας Ρόδου, αλλά και σε άλλες παραλίες του νησιού, υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές για διαφορετικά θαλάσσια σπορ προσαρμοσμένα σε κάθε ηλικία και στυλ. Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί πως πραγματοποιούνται εκδρομές και Σύμη και Τουρκία, όπως και για περιηγήσεις σε πολλές παραλίες του νησιού.

## **Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> : Αποτελέσματα έρευνας του θαλάσσιου τουρισμού στη Ρόδο**

### **5.1 Μεθοδολογία έρευνας**

Η έρευνα η οποία διεξάχθηκε σε αυτό το κεφάλαιο ονομάζεται ποσοτική, η οποία είναι η διαδικασία συλλογής και ανάλυσης αριθμητικών δεδομένων. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να βρει μοτίβα και μέσους όρους, να κάνει προβλέψεις, να δοκιμάσει αιτιώδεις σχέσεις καθώς και να γενικεύσει τα αποτελέσματα σε ευρύτερους πληθυσμούς. Η ποσοτική έρευνα είναι το αντίθετο της ποιοτικής, η οποία περιλαμβάνει τη συλλογή και ανάλυση μη αριθμητικών δεδομένων, για παράδειγμα κείμενο, βίντεο ή ήχο. Τέλος η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιείται ευρέως στις φυσικές και κοινωνικές επιστήμες.

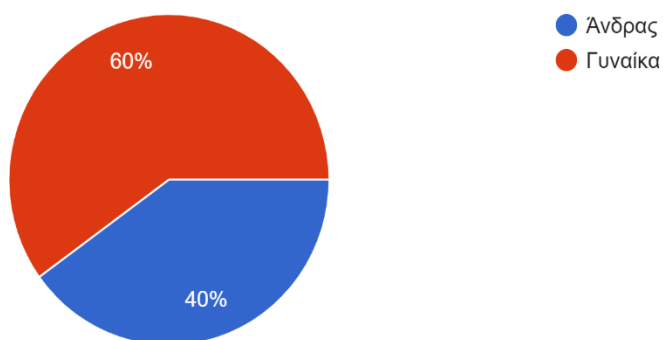
Για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων της διερευνητικής αυτής έρευνας διαμορφώθηκε ερωτηματολόγιο κατά το οποίο η αρχική ιδέα ήταν να διαμοιραστεί αυτοπροσώπως στο νησί της Ρόδου, αλλά λόγω του ξεσπάσματος του covid-19 τα σχέδια άλλαξαν με αποτέλεσμα την διανομή του ηλεκτρονικά.

Το ερωτηματολόγιο αυτό διαμορφώθηκε με την βοήθεια της googleform, έτσι ώστε να γίνει πιο εύκολο στο να απαντηθεί αλλά και να σταλεί. Αποτελείται από δεκατρείς ερωτήσεις, οι οποίες διαχωρίζονται σε ερωτήσεις κλειστού τύπου και πιο συγκεκριμένα ερωτήσεις βαθμονόμησης και διαβαθμισμένης κλίμακας.

### **5.2 Ανάλυση αποτελεσμάτων**

## 1. Φύλο

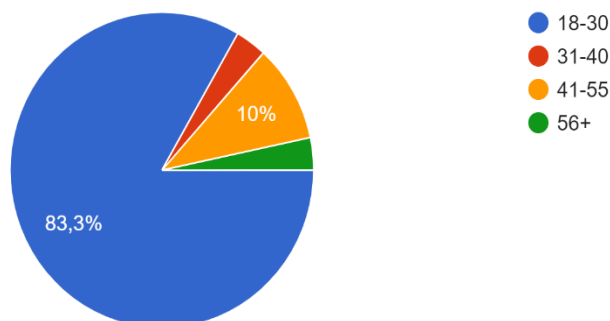
30 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση στο γυναικείο φύλο. Αφού το 60% απαντήθηκε από γυναίκες και το 40% από άνδρες.

## 2. Ηλικία

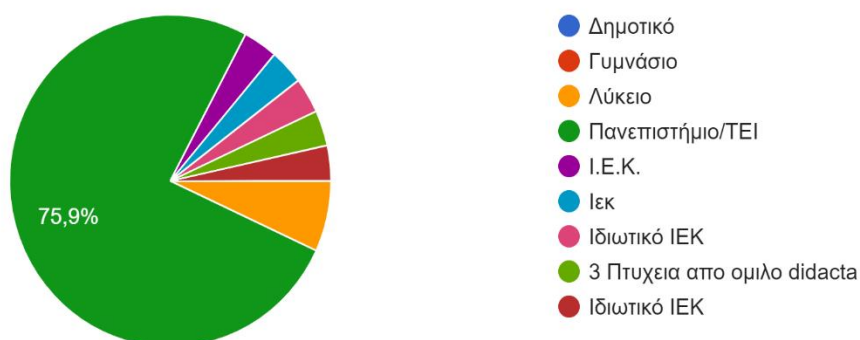
30 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση στις ηλικίες 18-30. Αφού το 83,3% απαντήθηκε από τις ηλικίες 18-30 μετά ακολουθούν οι ηλικίες 41-55 με 10% και τέλος το 3,3% απαντήθηκε από τις ηλικίες 31-40 όπου βλέπουμε την μικρότερη απήχηση ίση με την ηλικία 56+ όπου απαντήθηκε το 3.3%.

### 3. Εκπαίδευση

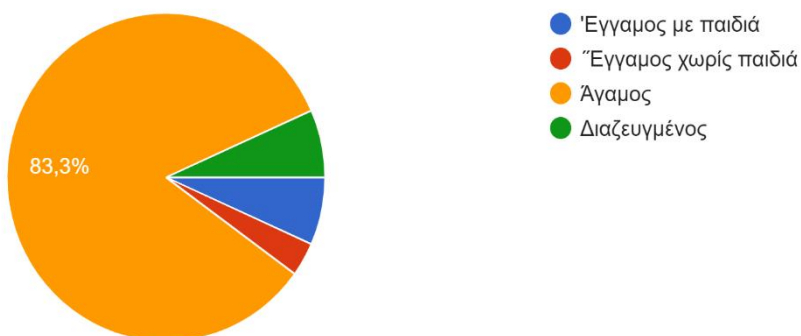
29 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση σε τελειόφοιτους Πανεπιστημίων και ΤΕΙ με ποσοστό 75,9% ακολουθούν οι τελειόφοιτοι Λυκείου με 6,9% και έπειτα με την μικρότερη και ίση απήχηση να έχουν τα ΙΕΚ τα ιδιωτικά ΙΕΚ και ο όμιλος didacta με ποσοστό 3,4%.

### 4. Οικογενειακή κατάσταση

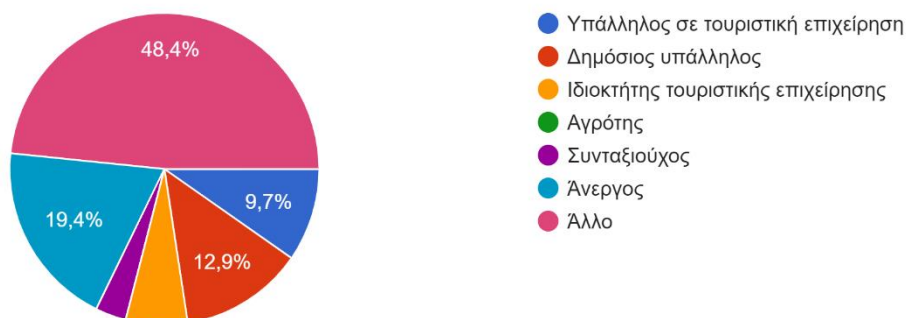
30 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι η έρευνα είχε μεγαλύτερη απήχηση σε άγαμους με ποσοστό 83,3% και ακολουθούν ο έγγαμος με παιδιά και ο διαζευγμένος με ίσο ποσοστό 6,7% τέλος την μικρότερη απήχηση είχε η κατηγορία έγγαμος χωρίς παιδιά με ποσοστό 3,3%.

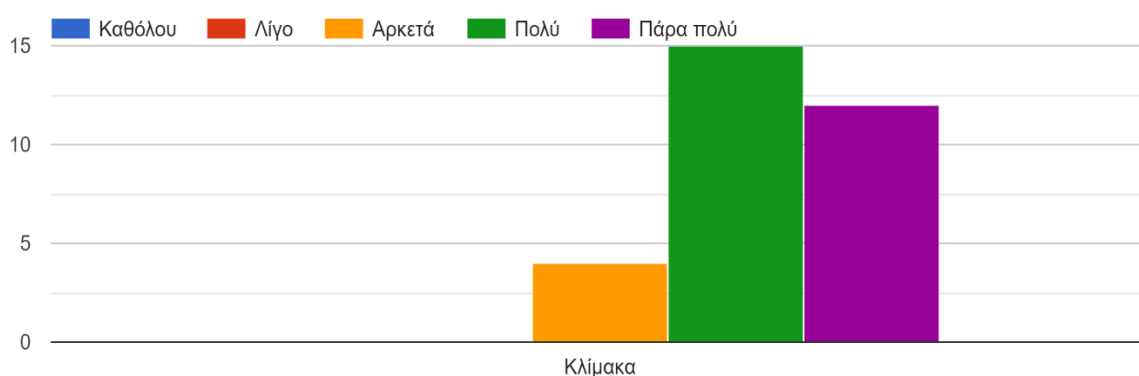
## 5. Επάγγελμα

31 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση στην επιλογή άλλο όσο αναφορά το επάγγελμα με ποσοστό 48,4% κοντά σε αυτό με ποσοστό 19,4% ήταν οι άνεργοι , μετά με ποσοστό 12,9% οι δημόσιοι υπάλληλοι μετά ακολουθούν με ποσοστό 9,7% οι υπάλληλοι σε τουριστική επιχείρηση και την μικρότερη απήχηση είχαν οι ιδιοκτήτες τουριστικής επιχείρησης με 6,5% και οι συνταξιούχοι με 3,2%. Τέλος δεν σημειώθηκε καμία απάντηση για τους αγρότες.

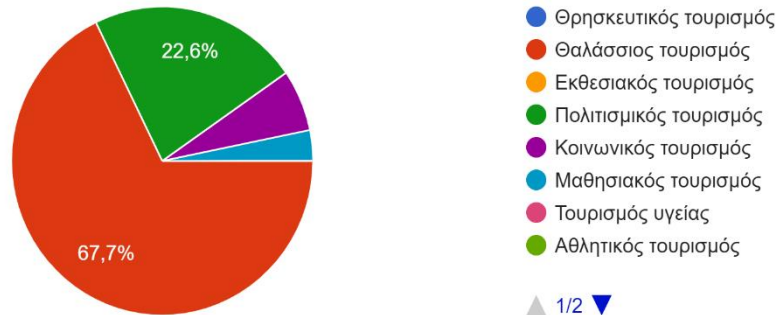
## 6. Πόσο σημαντική θεωρείτε ότι είναι η τουριστική δραστηριότητα για το νησί;



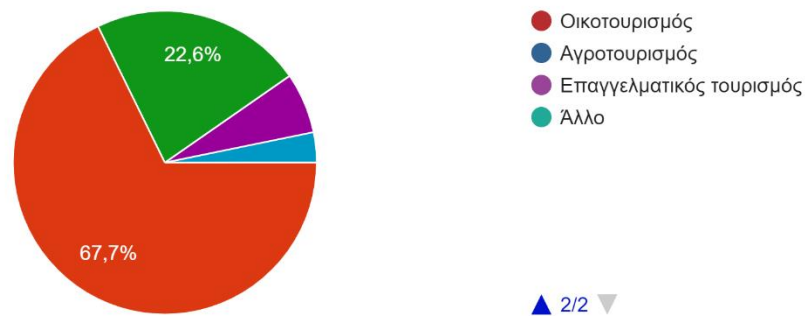
Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση ότι η τουριστική δραστηριότητα είναι πολύ σημαντική για το νησί κοντά σε αυτό είναι και η επιλογή πάρα πολύ σημαντική καθώς την μικρότερη απήχηση είχε η επιλογή αρκετά ενώ καμία απάντηση δεν σημειώθηκε για τις επιλογές καθόλου και λίγο.



7. Ποια είναι η επικρατέστερη εναλλακτική μορφή τουρισμού για το νησί κατά την γνώμη σας;  
31 απαντήσεις

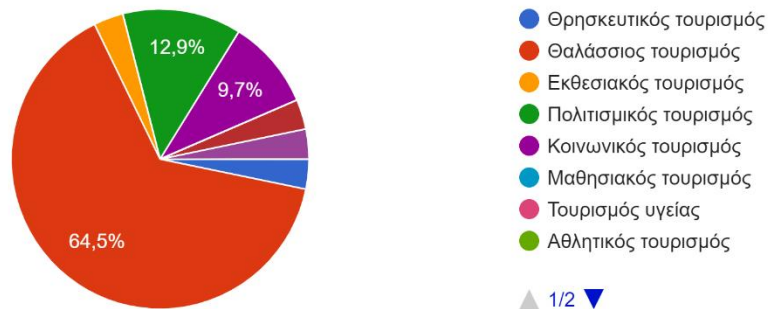


7. Ποια είναι η επικρατέστερη εναλλακτική μορφή τουρισμού για το νησί κατά την γνώμη σας;  
31 απαντήσεις

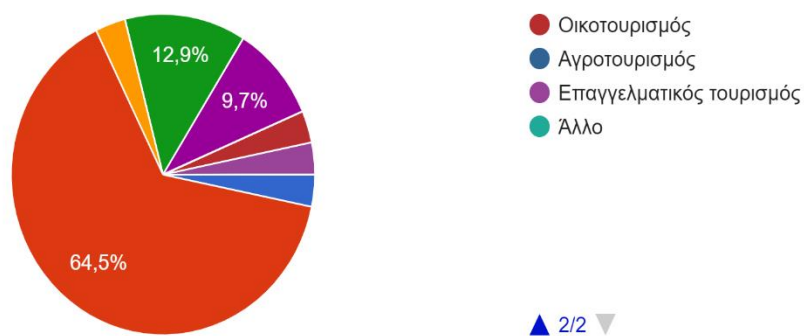


Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση στην επιλογή θαλάσσιος τουρισμός με 67,7% μετά με ποσοστό 22,6% ο πολιτισμικός τουρισμός μετά ακολουθεί ο κοινωνικός τουρισμός με ποσοστό 6,5% και ο μαθησιακός τουρισμός με ποσοστό 3,2%. Τέλος δεν σημειώθηκε καμία άλλη απάντηση για τις υπόλοιπες επιλογές.

8. Ποια εναλλακτική μορφή τουρισμού θεωρείται ότι ελκύει τους τουρίστες στο νησί σας;  
31 απαντήσεις

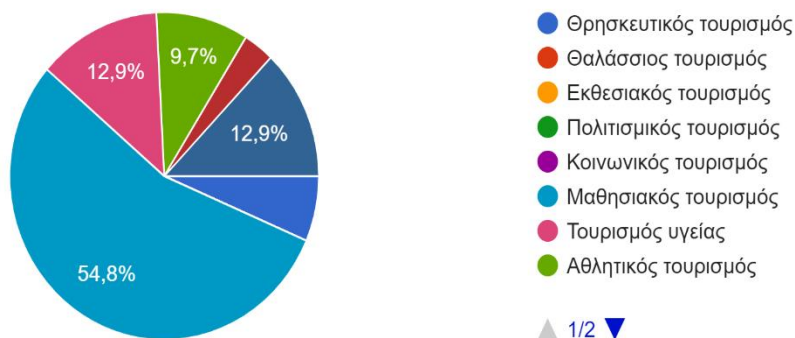


8. Ποια εναλλακτική μορφή τουρισμού θεωρείται ότι ελκύει τους τουρίστες στο νησί σας;  
31 απαντήσεις

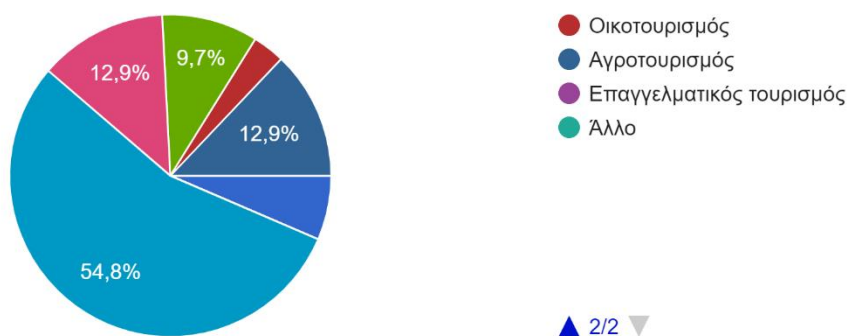


Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση στην επιλογή θαλάσσιος τουρισμός με ποσοστό 64,5% μετά ο πολιτισμικός τουρισμός με 12,9% μετά ακολουθεί ο κοινωνικός τουρισμός με 9,7% και στην ίδια κατηγορία με ποσοστό 3,2% ο εκθεσιακός τουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο επαγγελματικός τουρισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός. Τέλος δεν σημειώθηκε καμία άλλη απάντηση για τις υπόλοιπες επιλογές.

9. Ποια εναλλακτική μορφή τουρισμού θεωρείται ότι δεν ελκύει τους τουρίστες στο νησί σας;  
31 απαντήσεις

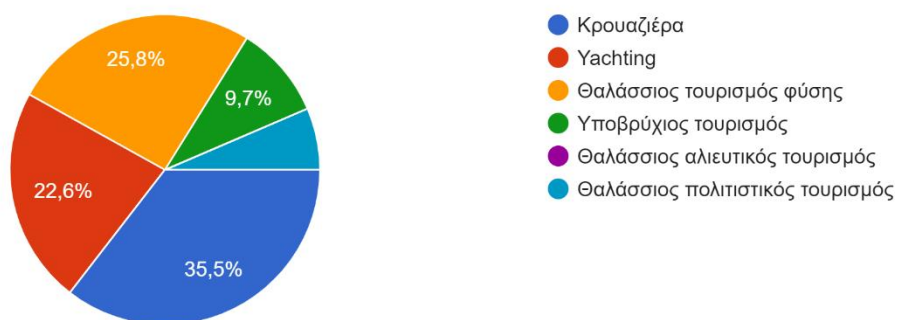


9. Ποια εναλλακτική μορφή τουρισμού θεωρείται ότι δεν ελκύει τους τουρίστες στο νησί σας;  
31 απαντήσεις



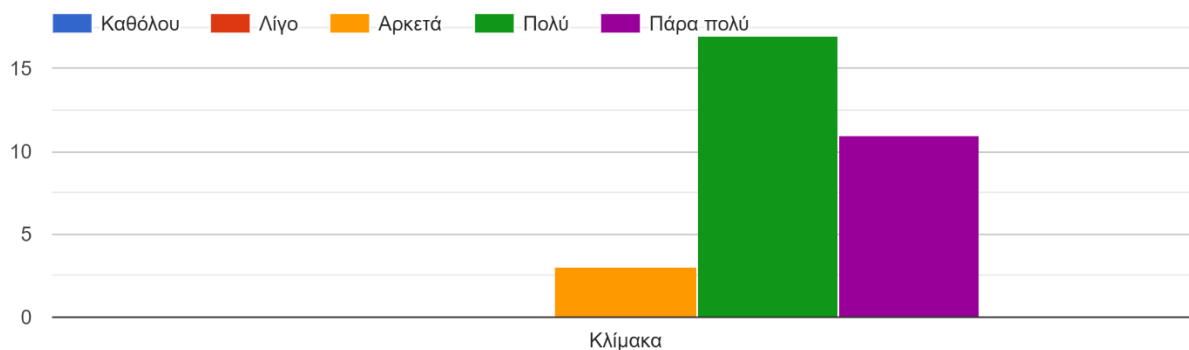
Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση ο μαθησιακός τουρισμός με ποσοστό 54,8% κοντά σε αυτή την επιλογή ο τουρισμός υγείας και ο αγροτουρισμός με ποσοστό 12,9% μετά ο αθλητικός τουρισμός με 9,7% και ύστερα ο οικοτουρισμός με 3,2%. Τέλος δεν σημειώθηκε καμία άλλη απάντηση για τις υπόλοιπες επιλογές.

10. Ποια από τις παρακάτω μορφές τουρισμού είναι πιο ελκυστική; Παρακαλώ διαλέξτε μια.  
31 απαντήσεις



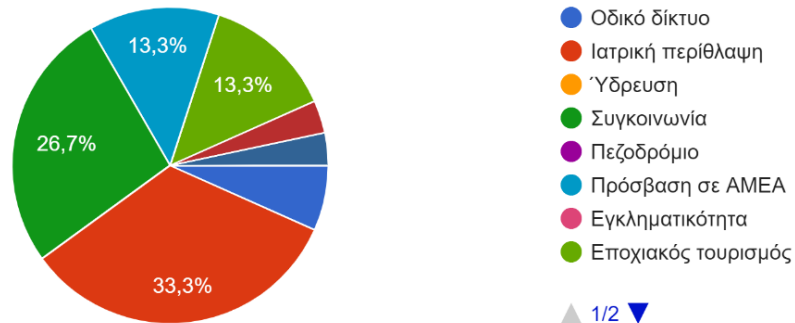
Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση στην επιλογή κρουαζιέρα με ποσοστό 35,5% κοντά σε αυτή την επιλογή είναι ο θαλάσσιος τουρισμός φύσης με ποσοστό 25,8% , το yachting με ποσοστό 22,6%, ύστερα ο υποβρύχιος τουρισμός με ποσοστό 9,7% και ο θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός με ποσοστό 6,5%. Τέλος δεν σημειώθηκε καμία απάντηση για τον θαλάσσιο αλιευτικό τουρισμό.

11. Θεωρείται πως ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά για την ανάπτυξη του νησιού;

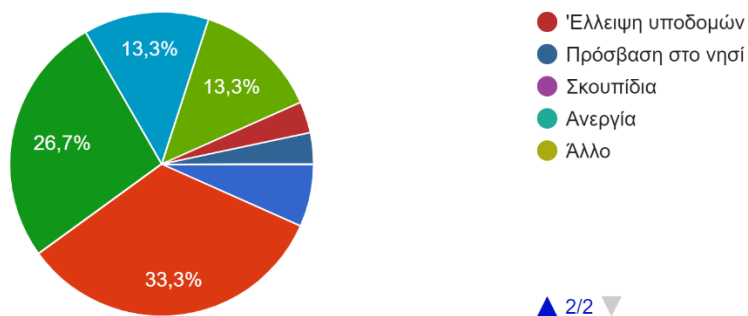


Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση ότι ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη του νησιού κοντά σε αυτό είναι και η επιλογή πάρα πολύ σημαντικά καθώς την μικρότερη απήχηση είχε η επιλογή αρκετά ενώ καμία απάντηση δεν σημειώθηκε για τις επιλογές καθόλου και λίγο.

12. Κατά την γνώμη σας ποια από τα παρακάτω προβλήματα είναι σημαντικά ως προς το νησί;  
 Παρακαλώ διαλέξτε ένα από τα παρακάτω  
 30 απαντήσεις



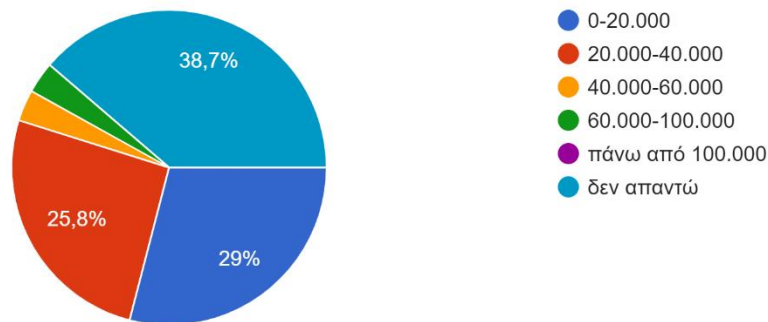
12. Κατά την γνώμη σας ποια από τα παρακάτω προβλήματα είναι σημαντικά ως προς το νησί;  
 Παρακαλώ διαλέξτε ένα από τα παρακάτω  
 30 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήχηση με ποσοστό 33,3% η ιατρική περίθαλψη κοντά σε αυτή την επιλογή είναι η συγκοινωνία με 26,7% μετά η πρόσβαση σε ΑΜΕΑ και ο εποχιακός τουρισμός με ίσο ποσοστό 13,3% επίσης το οδικό δίκτυο με 6,7% ύστερα η έλλειψη υποδομών και η πρόσβαση στο νησί με ίσο ποσοστό 3,3%. Τέλος δεν σημειώθηκε καμία άλλη απάντηση για τις υπόλοιπες επιλογές.

13. Ποιο είναι το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα (ευρώ):

31 απαντήσεις



Όπως προκύπτει από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται η έρευνα να είχε μεγαλύτερη απήγηση είχε η επιλογή 0-20.000 με ποσοστό 29% ύστερα η επιλογή δεν απαντώ με ποσοστό 38,8% κοντά σε αυτή η επιλογή 20.000-40.000 με ποσοστό 25,8% και ακόμα οι επιλογές 40.000-60.000 και 60.000-100.000 με ίσο ποσοστό 3,2%. Τέλος καμία άλλη απάντηση δεν σημειώθηκε για την επιλογή πάνω από 100.000.

### 5.3 Συμπεράσματα και αξιολογήσεις

Όπως προαναφέρεται στην εργασία, σκοπός της είναι η ανάλυση του θαλάσσιου τουρισμού της Ρόδου καθώς και η εξαγωγή των αποτελεσμάτων έρευνας. Κατά την έρευνα λοιπόν, διαπιστώθηκε ότι η τουριστική δραστηριότητα για το νησί θεωρήθηκε πολύ σημαντική καθώς απαντήθηκε πως στην οικονομία του νησιού ένα μεγάλο ποσοστό εσόδων είναι από τον τουρισμό. Όταν ερωτήθηκαν ποια είναι η επικρατέστερη μορφή τουρισμού στο νησί απαντήθηκε από το μεγαλύτερο ποσοστό πως είναι ο θαλάσσιος τουρισμός. Στη συνέχεια, στην ερώτηση για το ποια μορφή τουρισμού δεν ελκύει τους τουρίστες οι περισσότεροι απάντησαν τον μαθησιακό τουρισμό. Όσο αφορά την πιο ελκυστική μορφή τουρισμού η πλειοψηφία επέλεξε την κρουαζιέρα. Τέλος σημαντικό πρόβλημα για το νησί σημειώθηκε η ιατρική περίθαλψη, όπου βλέπουμε πως προβληματίζει το περισσότερο πλήθος των ανθρώπων.

Εν κατακλείδι συμπεραίνουμε πως ο θαλάσσιος τουρισμός επικρατεί στο νησί της Ρόδου, καθώς θεωρείται η πιο σημαντική μορφή εναλλακτικού τουρισμού από τους κατοίκους της, αφού αποφέρει σημαντικά έσοδα και κρατάει το νησί ζωντανό με τους τουρίστες.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. [https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4257/2/02\\_chapter\\_1.pdf?fbclid=IwAR34qbεUNrp5pq0mrgbwnC84f0fCHESad3Jbkv0GJ4b4Gpq1K7Bqusqf76RY](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4257/2/02_chapter_1.pdf?fbclid=IwAR34qbεUNrp5pq0mrgbwnC84f0fCHESad3Jbkv0GJ4b4Gpq1K7Bqusqf76RY)  
κεφαλαιο1.1
2. Εισαγωγή στον τουρισμό-το τουριστικο μανατζμεντ στον 21<sup>ο</sup> αιωνα, StephenJ. Page, εκδόσεις Παπαζήση.
3. Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού- ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Χάρης Κοκκώσης- Πάρης Τσάρτας- Ελευθερία Γκρίμπα, εκδόσεις Κριτική κεφ 3.2.3
4. Μοίρα 2000γ, Χαριτίνη 2008, Πασχαλίδης 2002 σελ 236 Κεφ 3.2.1.
5. κεφ 3.2.3. <https://www.unwto.org/urban-tourism>.
6. κεφ. 3.2.5  
[https://www.researchgate.net/publication/283538128\\_The\\_Issues\\_and\\_Perspectives\\_of\\_Pilgrimage\\_Tourism\\_Development\\_in\\_Thanjavur?fbclid=IwAR0Cw4PByzQ\\_lxbWLnY0KnivvXyYdzhernVCrqHKH7Z2kH5-I4xZnxmOMnM](https://www.researchgate.net/publication/283538128_The_Issues_and_Perspectives_of_Pilgrimage_Tourism_Development_in_Thanjavur?fbclid=IwAR0Cw4PByzQ_lxbWLnY0KnivvXyYdzhernVCrqHKH7Z2kH5-I4xZnxmOMnM)
7. κεφάλαιο 3.2.1  
[https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural\\_en?fbclid=IwAR0Ah7yaEuWrsRK8SqWTDYVQdbWVZ5mobN6O-7js4mpL2RMVEB0Oe5AUpV8](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en?fbclid=IwAR0Ah7yaEuWrsRK8SqWTDYVQdbWVZ5mobN6O-7js4mpL2RMVEB0Oe5AUpV8)
8. κεφ. 3.3.1 Fredman, P. (2008). Οι καθοριστικοί παράγοντες για τις δαπάνες επισκεπτών στον ορεινό τουρισμό . Tourism Economics , 14 (2), 297-311.  
Νεπάλ, ΣΚ, & Chipeniuk, R. (2005). Ορεινός τουρισμός: Προς ένα εννοιολογικό πλαίσιο . Τουριστικές Γεωγραφίες, 7 (3), 313-333.

9. κεφ. 3.3.2.

[https://tourismnotes.com/rural-tourism/?fbclid=IwAR067ssxeIft8-2mihw9k\\_m7y\\_QitjqYjPs0Mh2\\_Ljzrz9OFNf4aODdpmAg](https://tourismnotes.com/rural-tourism/?fbclid=IwAR067ssxeIft8-2mihw9k_m7y_QitjqYjPs0Mh2_Ljzrz9OFNf4aODdpmAg)

10. κεφ. 3.3.3 <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

11. κεφ 3.3.3 <https://www.mozaikhospitality.com/blog/hospitality-news/ecotourism-sustainable-tourism-trends/?fbclid=IwAR2yhiFH5iNsn4EVu8dscDohH2i0nuPkjqN60YgrTsBFfW-hlf40DK5PTPE>

12. κεφ 3.5.1

<https://baike.baidu.com/item/%E6%B5%B7%E6%B4%8B%E6%97%85%E6%B8%B8?fbclid=IwAR3yFMZs8iZKSI5W9tsPaXq-LDUvMcaEqH4obzg21Nw8WnIaU9OtqSNXvPU>

13. κεφ. 3.5.3 <https://www.intechopen.com/books/mobilities-tourism-and-travel-behavior-contexts-and-boundaries/cruise-tourism-and-sustainability-in-the-mediterranean-destination-venice?fbclid=IwAR0HQo8-c5yNceRGePcP44dP0UXJ-vRhaEOz1Rpk2Cb4Ho4PcHPi3-hYED8>

14. κεφ. 3.6.3. <http://www.shtourism.eu/social-tourism.html>

15. κεφ. 3.6.4. <https://www.encyclopedia.com/caregiving/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/senior-travel>

16. κεφ. 3.6.1. <http://therapeutictourism.tripod.com/id16.html>

17. κεφ. 3.6.5. [https://magazine.6tour.com/en/2017/03/turismo-accessibile/?fbclid=IwAR3ceHgVVQYvABJkkYfwK4bOGIFfwFgWFgVTelTm8TnDKd1EZkIEhs3\\_OF8](https://magazine.6tour.com/en/2017/03/turismo-accessibile/?fbclid=IwAR3ceHgVVQYvABJkkYfwK4bOGIFfwFgWFgVTelTm8TnDKd1EZkIEhs3_OF8)

18. κεφ. 3.6.6. [https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-12-2014-0006/full/html?fbclid=IwAR00VP5kWh9OXxUg-5nuyNX3ziBvYTb0eEPqOeqmuzD-Ng\\_1ApuKudcVpS4](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-12-2014-0006/full/html?fbclid=IwAR00VP5kWh9OXxUg-5nuyNX3ziBvYTb0eEPqOeqmuzD-Ng_1ApuKudcVpS4)



19. κεφ. 3.7.1. [https://tourismnotes.com/adventure-tourism/?fbclid=IwAR0AjdjiVGUEILHHBoZnkz\\_6M9RtGIW4qGdHE\\_5V1qn9PzNzpOjOxfr9mmY](https://tourismnotes.com/adventure-tourism/?fbclid=IwAR0AjdjiVGUEILHHBoZnkz_6M9RtGIW4qGdHE_5V1qn9PzNzpOjOxfr9mmY)

20. κεφ. 3.7.4. <https://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-golf-tourism-the-growing-industry-article2159>

21. κεφ. 3.7.5. [https://ftnnews.com/other-news/36589-casino-tourism-the-relationship-between-casino-and-tourism?fbclid=IwAR2pUVb5zXv\\_74\\_E7oMFDveemHJKi8rbOIN8IxOci9TJj9mhOI4-3bbAPPs](https://ftnnews.com/other-news/36589-casino-tourism-the-relationship-between-casino-and-tourism?fbclid=IwAR2pUVb5zXv_74_E7oMFDveemHJKi8rbOIN8IxOci9TJj9mhOI4-3bbAPPs)

22. κεφ. 1.1.2, 1.1.3, 1.2 <https://www.ukessays.com/essays/history/the-development-history-of-tourism-history-essay.php>

23. κεφ. 1.2.2 <https://www.britannica.com/topic/space-tourism>  
[https://www.revfine.com/space-tourism/?fbclid=IwAR0\\_m-MIwky4fdb6lz8jDwnn9Yad49\\_svT5Q4G\\_4TC7hcd0ihHV22kAuomw](https://www.revfine.com/space-tourism/?fbclid=IwAR0_m-MIwky4fdb6lz8jDwnn9Yad49_svT5Q4G_4TC7hcd0ihHV22kAuomw)

24. κεφ. 2.1. [https://www.ukessays.com/essays/tourism/theory-of-tourism-demand-tourism-essay.php?fbclid=IwAR3iH1JCyX37UwfJjvWL\\_82PTNBS0mA8Ciyz\\_QhD5Uq2bUj6PrQaAOp4dJs](https://www.ukessays.com/essays/tourism/theory-of-tourism-demand-tourism-essay.php?fbclid=IwAR3iH1JCyX37UwfJjvWL_82PTNBS0mA8Ciyz_QhD5Uq2bUj6PrQaAOp4dJs)

[https://www.tutorialspoint.com/tourism\\_management/tourism\\_management\\_demand.htm?fbclid=IwAR0Or-3X7VtMonnv6MgFgVmC1sIQmeZF4LBPhb9vyPDcB3FjoeaiN5Q31Ik](https://www.tutorialspoint.com/tourism_management/tourism_management_demand.htm?fbclid=IwAR0Or-3X7VtMonnv6MgFgVmC1sIQmeZF4LBPhb9vyPDcB3FjoeaiN5Q31Ik)

<https://www.slideshare.net/cidroypaes/tourism-demand-types-of-tourism-demand?fbclid=IwAR0mc76WPCIde9fMxYjNExbrCB0gM4Q80Yy94ZK0nGCyRUsTaLumySq-KY>

25. κεφ. 2.1.2.  
[https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb057755/full/html?skipTracking=true&fbclid=IwAR0tGu68lk7V56GrSSer6x7PQ3DpSx167D\\_avoUWJ5XK8c9QElgOvoVTiQE](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb057755/full/html?skipTracking=true&fbclid=IwAR0tGu68lk7V56GrSSer6x7PQ3DpSx167D_avoUWJ5XK8c9QElgOvoVTiQE)

[https://www.ukessays.com/essays/tourism/theory-of-tourism-demand-tourism-essay.php?fbclid=IwAR3iH1JCyX37UwfJjvWL\\_82PTNBS0mA8Ciyz\\_QhD5Uq2bUj6PrQaAOp4dJs](https://www.ukessays.com/essays/tourism/theory-of-tourism-demand-tourism-essay.php?fbclid=IwAR3iH1JCyX37UwfJjvWL_82PTNBS0mA8Ciyz_QhD5Uq2bUj6PrQaAOp4dJs)

<https://www.enotes.com/homework-help/describe-main-factors-affecting-tourism-demand-and-237957>

26. κεφ. 2.3. <https://www.kullabs.com/classes/subjects/units/lessons/notes/note-detail/9499>

27. κεφ. 2.2 Méthodologie communautaire des statistiques sur le tourisme, Eurostat, 1998, p. 16, <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-e6682d37e555df7b9812907fd3d19a4a.pdf>

28. κεφ. 2.2.1

<https://sete.gr/fileuploads/entries/Speeches%20&%20Presentations/GR/110112%20Ellinikos%20Tourismos%202020.pdf?fbclid=IwAR1JQBcJ0m3nPMTvjeoNpmRxIkNqnSefndCd3Lc2uDHPAMRpzz4ldATAqEc>

29. κεφ. 2.2.2

[https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/12958/1/PsareliMsc2008.pdf?fbclid=IwAR3RHGDE\\_q8BhJGtQ9GKdc9vcxy8yXn8hkB6GDZRb64tku223DIJ\\_7GK1xY](https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/12958/1/PsareliMsc2008.pdf?fbclid=IwAR3RHGDE_q8BhJGtQ9GKdc9vcxy8yXn8hkB6GDZRb64tku223DIJ_7GK1xY)

30. κεφ. 2.1.1 [file:///C:/Users/30690/Downloads/apospasmaFINAL-1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/30690/Downloads/apospasmaFINAL-1%20(1).pdf)

31. κεφ. 3.4.1 <https://sites.google.com/site/toyrismarket15/tourismos-ektheseon>

32. κεφ. 3.4.3

<http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3542/%CE%97%20%CE%A3%CE%A5%CE%9C%CE%92%CE%9F%CE%9B%CE%97%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%20%CE%95%CE%A0%CE%91%CE%93%CE%93%CE%95%CE%9B%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%A5%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A5%20%28%CE%A3%CE%A5%CE%9D%CE%95%CE%94%CE%A1%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%A3%20%2C%CE%95%CE%9A%CE%98%CE%95%CE%A3%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%9F%CE%A3%20%2C%20%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3%20%CE%9A%CE%99%CE%9D%CE%97%CE%A4%CE%A1%CE%A9%CE%9D%29%20%CE%A3%CE%A4%CE%97%CE%9D%20%CE%95%CE%9B%CE%9B%CE%97%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%91%202005-2013..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

33. κεφ. 3.6.8

<http://okeanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3832/%CE%91%CF%81%CE%B3%CF%85%CF%81%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%8D%CE%BB%CE%BF%CF%85%20%CE%92%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%91.%CE%9C.5752%20-%20for%20merge.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

34. κεφ. 1.1.2 [https://tourismteacher.com/why-tourism-development-planning-is-important/?fbclid=IwAR1345XzGx\\_1tZNMXCfmvY4diUh7\\_TFvJlh-sf8vUBmKLwB7EmNUkyGOLwE](https://tourismteacher.com/why-tourism-development-planning-is-important/?fbclid=IwAR1345XzGx_1tZNMXCfmvY4diUh7_TFvJlh-sf8vUBmKLwB7EmNUkyGOLwE)

35. κεφ. 4.1.1

<http://www.rodosislandinfo.gr/rodosisland/rodosmythology/index.html?fbclid=IwAR3SucfVUbcJfCpNC7zp0FRHaYQEk8kblVfdtQP0mXRH8k75YzZSGodB8G8>

36. κεφ. 4.3

[https://www.rhodesinfo.gr/index.php/el/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82/%CE%B8%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82.html?fbclid=IwAR1xboZFFpKtpfq0LIZoSwwXSZ42h9ze6ka7vx\\_GDdQM1h0p9dPalOM5JLA](https://www.rhodesinfo.gr/index.php/el/%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82/%CE%B8%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82.html?fbclid=IwAR1xboZFFpKtpfq0LIZoSwwXSZ42h9ze6ka7vx_GDdQM1h0p9dPalOM5JLA)

37. κεφ. 4.2 [https://www.rhodes.gr/tourist-guide/?fbclid=IwAR2ZSsFKdzjuBMPTcAld0KebF4rjPFw8mUyq8hNY8wCsuuX3\\_C6PM8r\\_KqM#1455800170154-b0860db6-c729](https://www.rhodes.gr/tourist-guide/?fbclid=IwAR2ZSsFKdzjuBMPTcAld0KebF4rjPFw8mUyq8hNY8wCsuuX3_C6PM8r_KqM#1455800170154-b0860db6-c729)