



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Τουρισμός και τρίτη ηλικία στην Ελλάδα
στην περίοδο της πανδημίας του Covid 19.**

Παρελθόν, Παρόν και Μέλλον

ΖΑΓΚΑΛΙ ΙΡΙΝΤΑ

ΜΠΕΛΛΟ ΚΡΙΣΤΕΛΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑ ΖΩΗ

ΠΥΡΓΟΣ 2021

SCHOOL OF HUMANITIES & SOCIAL SCIENCES

DEPARTMENT OF MUSEOLOGY PYRGOS

BACHELOR'S THESIS

TOPIC:

**« Tourism and old age in Greece in the period
of the Covid pandemic 19. Past, Present
and Future »**

NAME OF STUDENTS & REGISTRATION NUMBERS: 1) ZAGALI IRINTA

2) BELLO KRISTELA

SUPERVISING PROFESSOR: KARANIKOLA ZOI

PYRGOS 2020-2021

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την επιβλέπων καθηγήτρια μας Καρανικόλα Ζωή τόσο για την βοήθεια της στην εύρεση του θέματος όσο και για την σωστή καθοδηγητική γραμμή που ακολούθησε για την εκπόνηση της εργασίας μας. Επιπλέον θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους καθηγητές της εκάστοτε εκπαιδευτικής σχολής που με την σειρά τους συντέλεσαν κίνητρο και με την υπομονής τους και την επιμονή τους συνέβαλαν στην σωστή μεταλαμπάδευση των απαραίτητων γνώσεων που χρειάστηκαν. Τέλος θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε κυρίως τις οικογένειες μας για την υποστήριξη τους, η οποία μας έδωσε κίνητρο και δύναμη καθώς και άπλετο κουράγιο να αντέξουμε και να ανταπεξέλθουμε στις απαιτούμενες ανάγκες της σχολής μας που είχαν ως αποτέλεσμα την επιτυχώς ολοκλήρωση της.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Βασικός στόχος της πτυχιακής μας εργασίας είναι η ανάλυση του όρου «τουρισμός» στο παρελθόν, στο παρόν αλλά και στο μέλλον καθώς και η σχέση του με τους ανθρώπους της τρίτης ηλικίας σε μια περίοδο πανδημίας. Συγκεκριμένα ο προαναφερόμενος στοχός θα ερευνηθεί μέσω δύο τρόπων : α) μέσω της κοινωνικής έρευνας δηλαδή θα γίνει μια διεξωδική καταγραφή των στοιχείων τα οποία θα προκύψουν μέσω έρευνας με την τεχνική του ερωτηματολογίου και β) μέσω της στατιστικής ανάλυσης δηλαδή μέσω των αποτελεσμάτων της έρευνας ώστε να είναι πιο σωστά και πιο αληθή τα στοιχεία αυτής αλλά και για να κατανοηθεί σε βάθος ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι της τρίτης ηλικίας τον τουρισμό καθώς και το ποιός ήταν, είναι και θα είναι ο τρόπος αντιμετώπισης της έννοιας του τουρισμού στο παρελθόν, πριν δηλαδή την εκδήλωση της πανδημίας, στο παρόν το οποίο διανύουμε και είναι αισθητή η παρουσία του ιού καθώς και στο μέλλον με το ενδεχόμενο εξάλειψης της υπάρχουσας πανδημίας. Για την σωστή υλοποίησή της, η εργασία δομήθηκε με δυο διαφορετικούς τρόπους: α) Το θεωρητικό μέρος δηλαδή μέσω ανάλυσης όρων και β) Το ερευνητικό/τεχνικό μέρος δηλαδή μέσω της κοινωνικής έρευνας. Το θεωρητικό κομμάτι αποτελείται κυρίως από ορισμούς και γενικές αναλύσεις όρων όπως «τουρισμός, εναλλακτικές μορφές, Τρίτη ηλικία, πανδημία κτλ» ενώ το τεχνικό/ερευνητικό κομμάτι της αποτελείται κυρίως από εξειδικευμένες αναλύσεις και αποτελέσματα έρευνας με την χρήση των ερωτηματολογίων και των αποτελεσμάτων τους. Συγκεκριμένα στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκε η τεχνική του ερωτηματολογίου. Πιο αναλυτικά δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο 12 ερωτήσεων με σκοπό να αντλήσουμε πληροφορίες και στοιχεία για το πώς οι άνθρωποι της τρίτης ηλικίας βιώνουν την πανδημία (Covid 19) σε σχέση με το τουριστικό κομμάτι και τα ταξίδια. Ένα επιπλέον στοιχείο το οποίο θέλαμε να εξεταστεί ήταν το κατά πόσο οι άνθρωποι της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας επιθυμούν και παράλληλα υλοποιούν κάποιο είδος ταξιδιού σε καιρό πανδημίας. Μετά την δημιουργία των ερωτήσεων και την συλλογή των ερωτηματολογίων προχωρήσαμε στην καταμέτρηση και στην κατηγοριοποίηση των απαντήσεων με βάση τόσο την ηλικιακή ομάδα των ερωτηθέντων όσο και με τις επιλογές τους. Η διαδικασία της περισυλλογής των αποτελεσμάτων έγινε μέσω των ερωτηματολογίων στα οποία κλήθηκαν να απαντήσουν και ο τρόπος ανάλυσης των δεδομένων αυτών έγινε μετά από την καταμέτρηση και κατηγοριοποίηση των ερωτήσεων μέσω του φύλλου εργασίας (Excel). Τέλος γίνεται εκτεταμένη αναφορά στις πηγές και στα άθρα τα οποία χρησιμοποιήθηκαν με σκοπό την άρτια και αληθής ολοκλήρωση της εργασίας.

Λέξεις Κλειδιά: Τουρισμός, Τρίτη ηλικία, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, πανδημία

ABSTRACT

The main purpose of this dissertation is to analyse the term “tourism” in the past, in the present as well as the future and at the same time to collaborate it in relation to the elderly whilst experiencing this pandemic period. This previously mentioned purpose will be achieved two particular ways: a) by means of a social survey which will have a thorough record of all the relevant details emerging from a questionnaire and b) by means of a statistic analysis allowing for the results of the survey to be not only right but also true and as a result to completely comprehend how to elderly deal with tourism. How the elderly handled, handle and will handle the meaning of tourism. In the other words, prior to the appearance of the pandemic, in the present where the presence of the virus is perceptible as well as in the future with the possibility of the existing pandemic being eliminated. Allowing for the sound implementation of this analysis, two aspects had to be constructed: a) the theoretical aspect , analysing the terms and b) the research aspects, by mean of the survey. The theoretical option mainly consist of terms used and a general analysis of the terms namely “tourism, alternative forms, elderly, pandemic” and so on where as the research (technical)approach mainly focuses on specialized analysis and results concluded from surveys conducted. In particular, in this current project the technique of the questionnaire of 12 questions in order to excel information and details as of how senior citizens experience the Covid-19 pandemic in association with tourism and travelling. In additional aspect that we wished to examine was how much the particular age group desired and at the same time realised some kind of the trip during the pandemic. After creating the questions and accumulating the questionnaires, we proceeded to the counting and categorizing of the responses based on the age group and their preferences. The procedure of collecting the results was done based on the questionnaires to which they were called to to answer and the way it as executed was done after counting and catigorizing the questions by means of excel. Lastly, the excessive reference has been made to the sources as well as the articles used for the complete and true completion of this assignment.

Keywords: Tourism, Elderly, Alternative Forms, Pandemic

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Βασικός στόχος της πτυχιακής μας εργασίας είναι η ανάλυση του όρου «τουρισμός» στο παρελθόν, στο παρόν αλλά και στο μέλλον καθώς και η σχέση του με τους ανθρώπους της τρίτης ηλικίας σε μια περίοδο πανδημίας. Συγκεκριμένα θα γίνει μια διεξωδική καταγραφή τόσο των στοιχείων των οποίων θα προκύψουν μέσω έρευνας για το πώς αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι της ηλικίας αυτής τον τουρισμό όσο και μεσώ των απόψεων που έχουν οι άνθρωποι αυτοί για τον τρόπο αντιμετώπισης της έννοιας του τουρισμού στο παρελθόν, πριν δηλαδή την εκδήλωση της πανδημίας, πως την αντιμετωπίζουν στο παρόν το οποίο διανύουμε και είναι αισθητή η παρουσία του ιού καθώς και για το πως φαντάζονται να την αντιμετωπίσουν στο μέλλον με το ενδεχόμενο εξάλειψης της υπάρχουσας πανδημίας. Μέσω της έρευνας η οποία πραγματοποιήθηκε με την διαδικασία των ερωτηματολογίων προέκυψαν συμπεράσματα ότι οι άνθρωποι γενικότερα και ειδικότερα οι μεγαλύτεροι σε ηλικιακή ομάδα άνθρωποι δεν έχουν σταματήσει να επιθυμούν να ταξιδεύουν απλά πλέον το κάνουν με μικρότερη συχνότητα. Συγκεκριμένα σε μια από τις ερωτήσεις που τέθηκε στους ερωτήσαντες αφορούσε το αν θεωρούν ότι υπάρχει ακόμη ζήτηση για τουρισμό από άτομα κυρίως μεγαλύτερης ηλικιακής ομάδας και το μεγαλύτερο ποσοστό (31%) απάντησε ότι η ζήτηση πλέον κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα. Αυτό δείχνει ότι παρόλο το γεγονός ότι υπάρχει πανδημία και ταυτόχρονα αυξάνεται ολοένα και περισσότερο ο φόβος των ανθρώπων τόσο για την υγεία την δικιά τους όσο και των οικείων τους, τόσο τα ταξίδια όσο και η αποδράση από τα προβλήματα της καθημερινότητας είναι στοιχεία που απασχολούν σε μεγάλο βαθμό τους ανθρώπους ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας. Αν και πλέον συμβαίνει σε μικρότερη κλίμακα σε σχέση με το παρελθόν δεν έχει εκμηδενίσει την έννοια του τουρισμού. Τέλος η δομή που ακολουθήθηκε για την συγκεκριμένη εργασία είναι η εξής:

1. Εξώφυλλο (Ελληνικά)
2. Εξώφυλλο (Αγγλικά)
3. Ευχαριστηρια
4. Περίληψη και λέξεις κλειδιά (Ελληνικά)
5. Περίληψη και λέξεις κλειδιά (Αγγλικά)
6. Εισαγωγή
7. Πίνακα περιεχομένων
 - ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ& ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ
 - ΚΕΦΑΛΑΙΟ 20 : ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 - ΚΕΦΑΛΑΙΟ 30: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4Ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ
 - ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5Ο : ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ
 - ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6Ο : ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID 19
 - ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7Ο : ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ&ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ
8. Συμπεράσματα
 9. Βιβλιογραφικές αναφορές

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ.....	σελ: 10
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	σελ: 10
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ.....	σελ: 12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	σελ: 13
2.1) ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 13
2.2) ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 13
2.3) ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 14
2.4) ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 14
2.5) ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	σελ: 17
3.1) ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ 17
3.2) ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 18
3.3) ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 20
3.4) ΟΡΕΙΝΟΣ/ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 21
ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT 1 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	σελ: 22
3.5) ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 23
3.6) ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 25
3.7) ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ/ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 26
3.8) ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 28
ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT 2 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	σελ: 29
3.9) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	σελ: 31

3.10) ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....σελ:	32
3.11) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ.....σελ:	33
3.12) ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ.....σελ:	35
ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT 3 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....σελ:	37
3.13) ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....σελ:	38
3.14) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ.....σελ:	39
3.15) ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ/ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....σελ:	40
3.16) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.....σελ:	42
ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT 4 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....σελ:	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.....σελ:	45
4.1) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ.....σελ:	45
4.2) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΑΡΟΝ.....σελ:	46
4.3) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ.....σελ:	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ:	49
5.1) ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ:	49
5.2) ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ:	50
5.3) ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....σελ:	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID 19.....σελ:	52
ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID 19.....σελ:	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ&ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ....σελ:	53
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....σελ:	66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....σελ:	67

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η λέξη «τουρισμός» προέρχεται από τη γαλλική λέξη *tour* και σημαίνει μετακίνηση ατόμων ή ομάδων ανθρώπων από την περιοχή στην οποία κατοικούν σε μια άλλη. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού¹ ως τουρίστες χαρακτηρίζονται τα άτομα τα οποία ταξιδεύουν αλλά και διαμένουν σε χώρες τόσο του εξωτερικού όσο και του εσωτερικού για λόγους ψυχαγωγίας με σκοπό την εκμάθηση νέων αντικειμένων, αναψυχής αλλά και επαγγελματικούς με χρονικό διάστημα όχι περισσότερο από ένα ημερολογιακό έτος.

Αρχικά η ιστορία του τουρισμού ξεκίνησε με την μορφή του αθλητικού τουρισμού μέσω της διοργάνωσης των Ολυμπιακών αγώνων το 776 π.Χ. Στις μέρες μας αυτό έχει αλλάξει και ο τουρισμός είναι πλέον μια αρκετά διαδεδομένη δραστηριότητα η οποία αποτελεί κυρίως οικονομική και κοινωνική δύναμη για πολλά αναπτυγμένα αλλά και αναπτυσσόμενα κράτη, προσφέροντας σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης των υπαναπτυκτών περιοχών της περιφέρειας. (Ανδριώτης, 2005)

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιού και Τουρισμού² ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία και το μεγαλύτερο κοινωνικό καθώς και οικονομικό φαινόμενο στον κόσμο και προβλέπεται η συνεχόμενη ανοδική του πορεία μέσα στον 21ο αιώνα. Η οικονομική επίδραση του τουρισμού τίνει να έχει ολοένα και περισσότερη αναγώριση από τις κυβερνήσεις όλου του κόσμου.

Το φαινόμενο αυτό εξαιτίας της μεγάλης εξάπλωσης του σε παγκόσμιο επίπεδο έχει τόσο θετικά όσο και αρνητικά στοιχεία. Κάποια από τα θετικά στοιχεία του είναι ότι αποτελεί το μεγαλύτερο πυρίνα της οικονομικής ανάπτυξης των οικονομικών και των φορολογικών εισφορών ενός κράτους δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας με στόχο την μείωση της ανεργίας. Εκτός όμως από τα θετικά στοιχεία που έχει δεν λείπουν και τα αρνητικά του. Τα σημαντικότερα εκ αυτών είναι η τάση της υιοθέτησης ξενόφερτων προτύπων και παραδόσεων καθώς και η εμπορευματοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων με μοναδικό

¹World Tourism Organization WTO (1997)

² «World Travel & Tourism Council WTTC (2015)

σκόπο τους το κέδρος. Ένα επιπλέον αρνητικό στοιχείο το οποίο προκύπτει από το φαινόμενο του τουρισμού είναι η μόλυνση του περιβάλλοντος εξαιτίας της απερίσκεπτης ρίψης των απορριμάτων και καταστροφής του φυσικού τοπίου.

Υπάρχουν αρκετοί τομείς οι οποίοι επωφελούνται από από τον τουριστικό κλάδο κάποιοι από αυτούς είναι τόσο οι αεροπορικές όσο και οι ακτοπλοϊκές εταιρίες, τα τουριστικά καταλύματα και οι υπηρεσίες φιλοξενίας (π.χ. ξενοδοχεία, πανδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια), καθώς και οι χώροι διασκέδασης και ψυχαγωγίας όπως τα εμπορικά κέντρα, τα θέατρα και τα σινεμά. Όλοι αυτοί οι τομείς επωφελούνται οικονομικά από τον τουρισμό αφού οι πελάτες χρησιμοποιούν τα χρηματά τους σε διάφορες αγορές αγαθών, ρούχων, αναμνηστικών ακόμη και souvenirs.

Τέλος ο τουρισμός διακρίνεται σε διάφορες κατηγορίες που έχουν σχέση με

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1) την οικονομία και την κοινωνία | 5) την υγεία και την δημόσια ζωή |
| 2) τον πολιτισμό και θρησκεία | 6) τους επαγγελματικούς και εμπορικούς σκοπούς (θαλάσσια ταξίδια, businessstrip, αγοροπωλησίες) |
| 3) την φύση και την ύπαιθρο | |
| 4) την εκπαίδευση και την επιστήμη | |

1.2.ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ

Είναι ενδιαφέρον να αναφερθεί ότι ακριβής ορισμός για την έννοια της τρίτης ηλικίας είναι δύσκολο να βρεθεί. Σύμφωνα από εκθέσεις της κοινωνικής πρόνοιας το 1982 στην Παγκόσμια συνέλευση για την Τρίτη ηλικία, είχε προταθεί να χαρακτηριστούν ως άτομα τρίτης ηλικίας οι άνθρωποι οι οποίοι βρίσκονται στην ηλικιακή ομάδα των 60 ετών και άνω³. Ωστόσο πολλοί επιστήμονες χωρίζουν την ομάδα των ηλικιωμένων σε δύο επιπλέον ομάδες. Συγκεκριμένα η πρώτη αφορά τα άτομα τα οποία συγκαταλέγονται στην ηλικία των 60 εως και 75 ετών. Ενώ παράλληλα η δεύτερη αφορά άτομα τα οποία ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 75 ετών και άνω. Είναι δύσκολο να βρεθούν χαρακτηριστικά τα οποία να είναι σε θέση να προσδιορίζουν με ακρίβεια το πότε ένας άνθρωπος μπορεί να χαρακτηριστεί ότι ανήκει στην Τρίτη ηλικία ή όχι. Αυτό που είναι σίγουρο είναι ότι τα χαρακτηριστικά διαφέρουν από άτομο σε άτομο, και αυτό κάνει δύσκολη την διαδικασία της κατάταξης των ανθρώπων αυτών σε μια ομοιογενή κοινωνική ομάδα. Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι η ταξινόμηση που έχει γίνει στον πληθυσμό στις εξής κατηγορίες α) στους νέους, β) στους ενήλικες και γ) στους ηλικιωμένους είναι έννοιες στενά συνδεδεμένες μεταξύ τους.

³Κοινωνική Πρόνοια «Εκθέσεις για το πρόγραμμα 1983-1987», (1985), Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σελ. 213.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1) ΑΤΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται η μετακίνηση ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων έως πέντε άτομα τόσο εντός των συνόρων μιας χώρας όσο και εκτός αυτών. Το είδος του τουρισμού αυτού επιτρέπει στον επισκέπτη να χρησιμοποιεί τις ίδιες ή παρόμοιες εγκαταστάσεις διαμονής, ψυχαγωγίας και αναψυχής με τους οργανωμένους μαζικούς τουρίστες, δίνοντάς τους όμως την δυνατότητα να επιλέξουν οι ίδιοι τον τρόπο με τον οποίο επιθυμούν να ψυχαγωγηθούν όπως για το ποια αξιοθέατα θα επιλέξουν να παρακολουθήσουν εκτός του καταλύματος ή το πώς θα περάσουν τον χρόνο τους εικοδομητικά εντός του καταλύματος που έχουν επιλέξει. Αυτό τους διαφοροποιεί σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό όπου οι τουριστές ακολουθούν συγκεκριμένο πρόγραμμα διακοπών. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται γνωστό ότι ο ατομικός τουρισμός σχετίζεται με τον μαζικό αλλά έχει και διαφοροποιήσεις σχετικά με την αυτονόμη επιλογή του τουρίστα ως προς τον τρόπο ψυχαγωγίας και αναψυχής που τον αντιπροσωπεύει.⁴

2.2) ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε στη επιφάνεια μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν την εμφάνιση αυτής, τα ταξίδια που είχαν τόσο ψυχαγωγικό όσο και πολιτιστικό χαρακτήρα ήταν προνόμιο το οποίο είχαν οι αριστοκράτες ή οι λίγοι εκλεκτοί περιηγητές της εποχής. Αντίθετα σήμερα, ως μαζικός τουρισμός έχει χαρακτηριστεί ο τουρισμός ο οποίος αποτελείται από ομάδες ατόμων. Το κομμάτι του τουρισμού αυτού θεωρείται ανεπιθύμητος εξαιτίας των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλεί τόσο στο φυσικό περιβάλλον όσο και στο κοινωνικό. Σύμφωνα με την παγκόσμια άποψη ο τουρισμός στις μέρες μας πρέπει να είναι φιλικός ως προς τον άνθρωπο και το φυσικό περιβάλλον. Το γεγονός αυτό κάνει γνωστό ότι ο μαζικός τουρισμός προκαλεί προβλήματα πέραν του

⁴ Βιβλίο «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ» STEPHENJ. PAGE, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ (σελ 69)

φυσικού περιβάλλοντος και σε κοινωνικό επίπεδο εξαιτίας του φαινομένου που είναι γνωστό ως εποχικότητα, δηλαδή οι τουρίστες επισκέπτονται ένα προορισμό μια συγκεκριμένη χρονική εποχή που συνήθως είναι το καλοκαίρι. Το φαινόμενο αυτό έχει αρνητικές επιδράσεις και στην οικονομία μιας και το γεγονός ότι δεν υπάρχει τουρισμός κάθε χρονική στιγμή παρα μια συγκεκριμένη δεν αφήνει το περιθώριο να κινηθεί η αγορά και να αποκτήσει έσοδα το κράτος.«Μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο περιηγητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός αλλά και ο τουρισμός των πόλεων (city breaks) θεωρούνται σήμερα οι μορφές που θα πρέπει να επικρατήσουν προκειμένου η τουριστική ανάπτυξη να καταστεί βιώσιμη καθώς και να καταπολεμηθεί η εποχικότητα.»⁵

2.3) ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως κοινωνικός τουρισμό χαρακτηρίζεται αυτή η μορφή τουρισμού στην οποία ο κρατικός ή ο κοινωνικός τομέας συμβάλλει με διάφορους τρόπους, με στόχο να διευκολύνει τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων κοινωνικών και οικονομικών τάξεων. Συγκεκριμένα ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας επιδοτούμενος με κρατική παρέμβαση τουρισμός ο οποίος έχει σαν στόχο να βοηθήσει τα μέλη του κοινωνικού συνόλου οι οποίοι είναι οικονομικά ασθενείς προσφέροντάς τους ειδικές παροχές και προνόμια με μικρή έως και μηδαμινή οικονομική επιβάρυνση των ίδιων. Επομένως ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένας τουρισμός ο οποίος έχει σαν βασικό του στόχο τόσο την ενθάρρυνση όσο και την συμμετοχή όλων στον τουρισμό και ιδιαίτερα όσων αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα ή βρίσκονται με οποιονδήποτε άλλο τρόπο σε μειονεκτική θέση.

2.4) ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο εγχώριος τουρισμός(domestic tourism), αφορά τους κατοίκους οι οποίοι διαμένουν σε μια συγκεκριμένη περοχή ή χώρα, και που ο ταξιδιωτικός τους προορισμός περιορίζεται μόνο

⁵<https://el.wikipedia.org/wiki/Τουρισμός>

εντός αυτής, τους καθιστά αναπόσπαστο τμήμα του εγχώριου τουρισμού της. Οι λόγοι ταξιδιού μπορεί να έχουν είτε προσωπικούς είτε επαγγελματικούς σκοπούς, πάντα όμως στα στενά πλαίσια των συνόρων της χώρας τους. Ένα σημαντικό γεγονός που έχει ωθήσει ολοένα και περισσότερους τουρίστες να μετακινούνται εντός των στένων συνόρων της χώρας τους είναι η οικονομική κρίση που έχει επηρεάσει σημαντικά τα τελευταία χρόνια και έχει δημιουργήσει άμεσες επιπτώσεις στις διακοπές των τουριστών.

Εκτός όμως από τους τουρίστες που επιλέγουν να κάνουν διακοπές στις χώρες τους συχνά την ίδια επιλογή κάνουν και οι Έλληνες που εξαιτίας της οικονομικής κρίσης την οποία διανύει η χώρα επιλέγουν και αυτοί να περάσουν τις διακοπές τους στο εσωτερικό της Ελλάδας πάρα να φύγουν εκτός.

«Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για τις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών στην Ελλάδα, προκύπτει ότι αυτές μειώθηκαν κατά 22,6% την περίοδο 2008-2013, ενώ αντίθετα οι διανυκτερεύσεις μη κατοίκων αυξήθηκαν κατά 20,8% το ίδιο διάστημα. Παράλληλα, παρατηρείται και συρρίκνωση του μεριδίου των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία των ημεδαπών τουριστών από 26,3% που ήταν το 2008, σε 19,8% το 2012 και σε 18,6% το 2013.

Ένας από τους δημοφιλέστερους προορισμούς για τα ταξίδια των Ελλήνων στο εσωτερικό της χώρας αναδείχθηκε η Κεντρική Μακεδονία, η οποία συγκέντρωσε το 2,8% των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών το 2013 (2012: 3,1%, 2008: 4,3%).

Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί το γεγονός ότι οι λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένες περιφέρειες της χώρας, όπως είναι η Δυτική Μακεδονία και η Ήπειρος, συγκεντρώνουν και τα υψηλότερα ποσοστά Ελλήνων τουριστών. Έτσι, το μερίδιο των διανυκτερεύσεων ημεδαπών τουριστών στη Δυτική Μακεδονία το 2013 ήταν 85,7%, έναντι 90,6% το 2008. Τα αντίστοιχα ποσοστά για την Ήπειρο ήταν 73,1% το 2013 και 77,5% το 2008.

Αντίθετα, οι νησιωτικές τουριστικές περιφέρειες της χώρας, όπως η Κρήτη και τα Νησιά του Νοτίου Αιγαίου, καταγράφουν τα χαμηλότερα ποσοστά διανυκτερεύσεων ημεδαπών τουριστών. Στην Κρήτη το ποσοστό των διανυκτερεύσεων των Ελλήνων στα ξενοδοχεία το 2013 περιορίστηκε στο 4,6% από 7,3% που ήταν το 2008, ενώ στα νησιά του Νοτίου Αιγαίου από 11,1% που ήταν το 2008, έπεσε στο 6,5% το 2013.»⁶

⁶<https://travel-agent.eu/news-for-travel-agents/o-εγχώριος-τουρισμός-στην-ελλάδα-μελέ/>

2.5) ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως διεθνής τουρισμός θεωρείται το κομμάτι αυτό του τουρισμού το οποίο αποτελείται τόσο από εξερχόμενο όσο και από τον εισερχόμενο τουρισμό. Το κύριο κριτήριο του συγκεκριμένου τουρισμού είναι το γεγονός της διέλευσης των κρατικών συνόρων μιας χώρας, δηλαδή δεν έχει σημασία αν ο τουρίστας που έχει επιλέξει να επισκεφθεί ένα συγκεκριμένο τόπο είναι κάτοικος του τόπου αυτού ή όχι. Αυτό συμβαίνει διότι τα σύνορα της χώρας μπορούν να παραμείνουν ανοιχτά όχι μόνο σε αυτούς που φτάνουν από το εξωτερικό και αποτελούν τον εισερχόμενο τουρισμό του τόπου, αλλά και σε αυτούς που φέγουν από τα στένα σύνορα της χώρας και πηγαίνουν σε κάποια άλλη αποτελώντας με αυτόν τον τρόπο τον εξερχόμενο τουρισμό της χώρας. Εν κατακλείδι ο διεθνής τουρισμός αποτελεί τον συνδυασμό μεταξύ του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού της κάθε εκάστοτης χώρας και τόπου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1) ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



7

Ο αγροτουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως μια μορφή ήπιου τουρισμού. Οι άνθρωποι που επιλέγουν αυτόν τον τρόπο διακοπών διαμένουν είτε σε κάποια ξενοδοχειακή μονάδα που υπάρχει στην περιοχή είτε σε κάποιο αγρόκτημα ή αγροτικό κατάλυμα (φάρμα). Τόσο μαζί όσο και μεμονομένοι παρατηρούν τις εργασίες που γίνονται, συμμετέχουν σε αγροτικές εργασίες (καλλιέργειες τροφής ή σπόρων) και δραστηριότητες, τρέφονται με την ίδια τροφή με τους αγρότες και τις οικογενειές τους. Στις μέρες μας γίνονται γνωστοί περισσότεροι από ένας τύπος διαμονής τουριστών αγροτουρισμού. Αρχικά υπάρχει ο παραδοσιακός τύπος όπως είναι διαμόνη εντος του αγροκτήματος μαζί με την παρουσία των αγροτών. Ο δεύτερος τύπος αφορά τον σύγχρονο τρόπο διαμονής των τουριστών, δηλαδή σε κάποιο ξενοδοχειακό κατάλυμα της εκάστοτε περιοχής. Ο τρίτος τύπος αφορά τον συναιτεριστικό τύπο διαμονής δηλαδή διαμονή εντός των συναιτερισμών. Τέλος υπάρχει και τέταρτος τύπος γνώστος ως αριστοκρατικός ο οποίος αφορά τους εύπορους τουρίστες οι οποίοι επιλέγουν να διαμείνουν σε κάποιο πολυτελές ξενοδοχειακό κατάλυμα. Εκτός από τους τύπους διαμονής υπάρχουν και

⁷<https://blog.gastronomytours.gr/2018/09/21/giati-agrotourismos-einai-neo-trend/>

κάποιες δραστηριότητες με τις οποίες συχνά επιλέγει να ασχοληθεί ένας επισκέπτης του αγροτικού τουρισμού είναι οι εξής:

- 1) Ενασχόληση με αγροτικές δραστηριότητες και εργασίες
- 2) Παρατήρηση οικοσυστήματος και φυσικού περιβάλλοντος
- 3) Ένταξη σε αθλήματα περιπέτειας (π.χ πεζοπορία)
- 4) Περιηγήσεις και επισκέψεις σε παραδοσιακούς οικισμούς και αρχαιολογικούς χώρους
- 5) Χειρονακτικές εργασίες και μαθήματα (π.χ μαθήματα αργαλειού, καλλιέργια γης)

3.2) ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ/ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Ως οικοτουρισμός χαρακτηρίζεται ο τουρισμός ο οποίος είναι φιλικός προς το φυσικό περιβάλλον και που οι δραστηριότητες των τουριστών έχουν άμεση σχέση με αυτό χωρίς βέβαια να το βλάπτουν ή να ενοχλούν τόσο τα ζωικά και όσο και φυτικά είδη. Οι δραστηριότητες με τις οποίες ενασχολείται ένας ο οποίος επιλέγει τον συγκεκριμένο τρόπο

⁸<http://www.ecotour-epirus.gr/oikotourismos/>

τουρισμού συχνά περιλαμβάνουν επισκέψεις σε φυσικές περιοχές και εθνικά πάρκα που αυτό έχει ως αποτέλεσμα την διαφοροποίηση του από τον συνηθισμένο εμπορικό και μαζικό τουρισμό. Ο οικοτουρισμός αποσκοπεί τόσο στην ένωση των τουριστών σε τέτοιου είδους τουριστικές αποδράσεις όσο και στην διατήρηση και διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος. Αυτό σημαίνει ότι όσοι συμμετέχουν σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον οικοτουρισμό πρέπει να υιοθετήσουν και κάποιες αρχές αυτού. Οι αρχές αυτές που πρέπει να ακολουθήσει και να υιοθετήσει ένας τουρίστας είναι οι εξής: «1) να εκμηδενίσει τις επιπτώσεις που προκαλούνται από σωματικές, κοινωνικές και ψυχολογικές καταστάσεις. 2) να υπάρχει τόσο ο σεβασμός όσο και η ευαισθητοποίηση του καθένα ως προς το φυσικό περιβάλλον. 3) να παρέχονται θετικές εμπειρίες και οικονομικά οφέλη τόσο στους επισκέπτες και τους ντόπιους κατοίκους όσο και στον ιδιωτικό τομέα. 4) να υπάρξουν ερμηνευτικές εμπειρίες στους επισκέπτες οι οποίες συμβάλλουν στην αύξηση της ευαισθησίας για θέματα πολιτικά περιβαλλοντικά και κοινωνικά. 5) να υπάρχει σχεδιασμός, κατασκευής και λειτουργίας εγκαταστάσεων χαμηλού αντίκτυπου και αναγνώριση δικαιωμάτων των αυτόχθονων ανθρώπων μέσα σε μια κοινότητα. 6) Να αποσκοπεί στην εκπαίδευση του ταξιδιώτη παρέχοντάς του πόρους για προγράμματα προστασίας του περιβάλλοντος, αλλά και στην προαγωγή του σεβασμού προς τους διαφορετικούς πολιτισμούς και προς τα ανθρώπινα δικαιώματα»⁹. Επομένως γίνεται γνωστό ότι ο οικοτουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού ο οποίος προσπαθεί να στρέψει τους ταξιδιώτες προς την φύση και τις ομορφίες αυτής.

⁹<https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

3.3) ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



10

Ως χιονοδρομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ο τουρισμός αυτός ο οποίος είναι συνδεδεμένος με χειμερινά σπορ και δραστηριότητες που διεξάγονται κατά τη διάρκεια του χειμώνα σε υποδομές όπως ξενοδοχεία, χιονοδρομικά κέντρα και διάφορες εγκαταστάσεις τουρισμού υγείας σε ορεινούς οικισμούς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται την χειμερινή περίοδο με διάφορους τρόπους όπως σχεδιάζοντας τόσο ταξίδια στην ύπαιθρο όσο και ταξίδια πολιτισμού, τα οποία όμως είναι συνήθως μικρής διάρκειας, και έχουν σαν κύριο στόχο τους την αξιοποίηση περιοχών όπου τόσο οι υποδομές του όσο και το φυσικό του περιβάλλον είναι κατάλληλα να προσελκύσουν ομάδες τουριστών που επιθυμούν αυτό τον τύπο αθλητικής δραστηριότητας σε συνδυασμό και με άλλες δραστηριότητες χειμερινού τουρισμού. Με άλλα λόγια ο χιονοδρομικός ή χειμερινός τουρισμός είναι μια ήπια μορφή τουρισμού και αφορά ένα σύνολο τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στην ύπαιθρο, αξιοποιώντας με τον καλύτερο τρόπο τόσο τους πολιτιστικούς όσο και τους φυσικούς πόρους χωρίς να αλλοιώνετε ή να κατασρέφετε το περιβάλλον. Τέλος είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η συμμετοχή των τουριστών σε δραστηριότητες της υπαίθρου είναι απαραίτητη ώστε να αναπτύξουν περαιτέρω την περιβαλλοντική τους συνείδηση αποκτώντας σεβασμό για την φύση και το

¹⁰<https://etravelnews.gr/tag/χιονοδρομικός-τουρισμός/>

περιβάλλον καθώς και σεβασμό για τις αθλητικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο οι οποίες σχετίζονται με όλες τις μορφές άθλησης στο χιόνι.

3.4) ΟΡΕΙΝΟΣ/ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



11

Ως ορεινός ή ορειβατικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ο τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει κάθε τουριστική εκδήλωση και δραστηριότητα που χρησιμοποιείται σε ορεινό περιβάλλον και είναι συχνά μικρής χρονικής διάρκειας. Συγκεκριμένα κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού αυτού είναι το γεγονός ότι αναπτύσσεται σε ορεινές περιοχές με κύριες δραστηριότητες που αφορούν την υπαίθρια ψυχαγωγία και αναψυχή μέσω δραστηριοτήτων όπως: 1) πεζοπορία, 2) ποδηλασία, 3) ορειβασία και 4) αναρρίχηση. «Οι πρώτοι τουρίστες ορεινού τουρισμού χαρακτηρίζονται ως cottagers, ενώ η συγκεκριμένη μορφή ως «τουρισμός εξοχικής κατοικίας» (cottagetourism)»¹²

¹¹<https://www.neakriti.gr/article/apopseis/1581106/oreinos-oreivatikos-tourismos/>

¹² Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα, εκδόσεις κριτική, (σελ 142)

**ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 1^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ,ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ,ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΣ,ΟΡΕΙΝΟΣ)**

Η περίπτωση της Ελλάδας

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τόσο τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία ανάλυσης των προαναφερόντων μορφών τουρισμού στον θεσμικο,οικονομικο και ανθρωπογενή τομέα καθώς και στην τουριστική προσφορά και ζήτηση, όσο και οι ευκαιρίες και οι απειλές της περαιτέρω ανάπτυξής τους.

Βασικοί τομείς ανάλυσης	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
Θεσμικός/Αναπτυξιακός	Θεσμικό πλαίσιο που στηρίζει την επιχειρηματικότητα, ιδιαίτερα των νέων και των γυναικών	Έλλειψη διαφημιστικής προβολής και πληροφόρησης του κοινού από τα ΜΜΕ για προσφερόμενες υπηρεσίες των διαφόρων μορφών αυτής της	Προστασία των περιοχών με πλούσιο φυσικό περιβάλλον	Έλλειψη διαφημιστικής εικόνας στο εξωτερικό
			Ιδιαίτερα θετική συμβολή στην μακροπρόθεσμη τοπική ανάπτυξη	
Οικονομικός	Θετικό επενδυτικό κλίμα για φορείς ιδιωτικής πρωτοβουλίας και φορείς των ΟΤΑ	Έλλειψη αναπτυξιακών φορέων και θεσμών σε πολλές περιοχές	Δημιουργία σύγχρονων εγκαταστάσεων χειμερινού-ορεινού τουρισμού	Ο τουρισμός διακοπών λειτουργεί ως αντίπαλο δέος, ιδιαίτερα όταν υπάρχει γεωγραφική γειννίαση
	Δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω αναπτυξιακών και ευρωπαϊκών προγραμμάτων	Χρονοβόρες διαδικασίες στη δανειοδότηση επιχειρήσεων	Ικανοποιητικά περιθώρια κερδοφορίας των εκμεταλλεύσεων	
Ανθρωπογενής	Θετική στήση των ΟΤΑ και των Αναπτυξιακών εταιρειών	Έλλειψη σε εξειδικευμένο/καταρτισμένο προσωπικό	Δυνατότητα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας σε τοπικό επίπεδο	Έλλειψη σε εξειδικευμένο προσωπικό διαχείρισης των περιοχών όπου αναπτύσσονται αυτές
	Μεγάλος αριθμός πετυχημένων επενδύσεων νέων επιχειρηματιών			
Τουριστική προσφορά	Διαφορετικά και σημαντικής σημασίας χωρικά μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης	Αναξιοποίητα σημαντικά στοιχεία της πανίδας και της χλωρίδας της χώρας	Αξιοποίηση περιοχών με σημαντικά συγκριτικά φυσικά και γεωγραφικά πλεονεκτήματα σε τοπικό επίπεδο	Ανάπτυξη σύγχρονων εγκαταστάσεων από χώρες του εξωτερικού με πολλαπλές δυνατότητες χρήσης υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές
	Δημιουργία σύγχρονων εγκαταστάσεων χειμερινού και ορεινού τουρισμού	Μη επαρκής διασπορά των δραστηριοτήτων και των προϊόντων	Παροχή ολοκληρωμένων πακέτων- υπηρεσιών αυτής της ομάδας προϊόντων	Έλλειψεις σε υποδομές και υπηρεσίες, επι πολλά χρόνια, με αποτέλεσμα χαμηλή διεθνή ζήτηση
	Δυνατότητα δημιουργίας δημοτικών ή δημοσυνεταιριστικών επιχειρήσεων από την τοπική Αυτοδιοίκηση	Έλλειψη υποδομών, υπηρεσιών και οργανωτικών υποδομών	Υπαρξη διαφορετικών τύπων οργάνωσης και λειτουργίας με σχετικά μικρό κόστος	
	Χωρικά και περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα από τη συνδυασμένη ανάπτυξη αυτών των μορφών		Ανάπτυξη συνδυασμένων δραστηριοτήτων όλων των προϊόντων αυτής της ομάδας με	
Τουριστική ζήτηση	Σταθερή ζήτηση και χαρακτηριστικά επαναληπτικότητας	Χωρικά εντοπισμένη ζήτηση σε συγκεκριμένες περιοχές	Αξιοποίηση της ευρύτερης τουριστικής αγοράς της ΕΕ	Υψηλού επιπέδου ανταγωνισμός από πολλές ευρωπαϊκές χώρες
	Ζήτηση από διαφορετικά target-group πελατών με ποικιλία κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών	Μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων απαιτούν εκσυγχρονισμό	Υιοθέτηση καλών πρακτικών από άλλες χώρες	

¹³Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα, εκδόσεις κριτική, (σελ 166-167)

3.5) ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



14

Ως πολιτιστικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ένα είδος τουρισμού το οποίο σχετίζεται με τον πολιτισμό μιας χώρας ή μιας περιοχής. Συγκεκριμένα είναι μια μορφή τουριστικής δραστηριότητας η οποία έχει ως βασικό της στόχο να κάνει τον επισκέπτη να θελήσει να επισκεφθεί, να συμμετέχει αλλά και να παρακολουθήσει πολιτιστικά αξιοθέατα όπως φεστιβάλ, αρχιτεκτονική καθώς και να θελήσει να μάθει περισσότερα στοιχεία τόσο για την ιστορία όσο και για την παράδοση μια χώρας. Όλα αυτά γίνονται με απότερω σκοπό να κάνουν τον επισκέπτη να μάθει, να ανακαλύψει αλλά και να βιώσει ο ίδιος την αξία που παρέχει η πολιτιστική κληρονομιά ενός εκάστοτε τουριστικού προορισμού.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει κυρίως τον τουρισμό που πραγματοποιείται σε αστικές περιοχές, με ιδιαίτερα ιστορικές πόλεις και πολιτιστικές εγκαταστάσεις. Εκτός όμως από τον τουρισμό που αναφέρεται στον αστικό κόσμο συχνά περιλαμβάνει τον τουρισμό και σε αγροτικές περιοχές παρουσιάζοντας με ρεαλιστικό τρόπο τα ήθη και τα έθιμα καθώς και τις παραδόσεις που έχουν οι ντόπιοι άνθρωποι της εκάστοτε περιοχής.

¹⁴https://el.wikipedia.org/wiki/Πολιτιστικός_τουρισμός

Σύμφωνα με πρόσφατη αναφορά του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης¹⁵ υποστήριξε τόσο το γεγονός ότι η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού συγκαταλέγεται στις ολοένα και δημοφιλέστερες στο κόσμο όσο και στο γεγονός ότι ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδράμει στην Περιφερειακή ανάπτυξη σε διάφορες χώρες και περιφέρειες ανά τον κόσμο.

Τέλος επισημαίνεται ότι αυτά τα πολιτιστικά αξιοθέατα σχετίζονται τόσο με τα υλικά και διανοητικά χαρακτηριστικά μιας κοινωνίας όσο και με τα πνευματικά και συναισθηματικά στοιχεία αυτής. Κάποια χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προαφερθέντων χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας αποτελούν α) οι τέχνες και η αρχιτεκτονική, β) η ιστορική, η γαστρονομική και πολιτιστική κληρονομιά ενός τόπου ή μιας χώρας, γ) η λογοτεχνία, το θέατρο και οι μουσικές παραστάσεις. Ο πολιτιστικός τουρισμός λοιπόν προσφέρει στους τουρίστες:

- 1) Την γνώση τόσο για την πολιτιστική κληρονομιά, όσο και γιατί δραστηριότητες οι οποίες κληροδοτήθηκαν και διασώθηκαν από το παρελθόν
- 2) Την διάκριση των υλικών (αρχιτεκτονικά αξιοθέατα, εθνικά και ιστορικά μνημεία) και των άυλων (λογοτεχνία, τέχνη, τραγούδι) χαρακτηριστικών μιας κοινωνίας.
- 3) Την συμμετοχή τους σε πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ ώστε να μπορέσει να υπάρξει η ψυχαγωγική τους.
- 4) Τον πολιτιστικό αστικό τουρισμό (CityBreaks) το οποίο πρόκειται για ένα σύντομο ταξίδι αναψυχής, μικρής διάρκειας, κατά το οποίο ο τουρίστας είναι σε θέση να βιώσει τόσο τις πολιτιστικές όσο και τις ψυχαγωγικές εμπειρίες που του προσφέρει ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού.
- 5) Τον κινηματογραφικό τουρισμό. Ως κινηματογραφικός τουρισμός νοείται η δραστηριότητα αυτή η οποία έχει ως στόχο της την προσέλκυση των τουριστών μέσω μιας απεικόνισης ενός τόπου ή των ιστοριών αυτού στον κινηματογράφο, την τηλεόραση και το διαδίκτυο. Σε αυτόν εντάσσονται όλες οι μορφές ταξιδιών σε μέρη στα οποία έχουν γυριστεί τόσο κινηματογραφικές όσο τηλεοπτικές ταινίες, ακόμα και διαδικτυακές, παραγωγές.

¹⁵ OECD (2009) The Impact of Culture on Tourism. OECD, Paris

3.6) ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



16

Ως θρησκευτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται το είδος του τουρισμού το οποίο περιλαμβάνει επισκέψεις τουριστών σε χώρους θρησκευτικού ενδιαφέροντος όπως μνημεία, εκκλησίες κτλ. Τα άτομα που ταξιδεύουν για να επισκεφτούν θρησκευτικά μνημεία είναι κυρίως προσκυνητές οι οποίοι επισκέπτονται την περιοχή με μοναδικό σκόπο τους την εκπλήρωση των λατρευτικών τους πεποιθήσεων. Εκτός όμως από τους επισκέπτες που πηγαίνουν σε έναν τόπο με μοναδικό σκόπο την εκπλήρωση κάποιας λατρευτικής πεποίθησης υπάρχουν και ομάδες των επισκεπτών που συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες.

Σύμφωνα με τον Μανώλη Σφακιανάκη οι ιεροί τόποι και οι θρησκευτικές γιορτές αποτελούσαν πάντοτε πόλο έλξης από ομάδες ατόμων με γενικά ενδιαφέροντα όπως η εμπειρία και η γνώση νέων πολιτισμών και παραδόσεων (Μ. Σφακιανάκης, 2000).

Το είδος αυτού του τουρισμού αποτέλεσε κίνητρο για την διοργάνωση μαζικών ή μεμονωμένων τουριστικών εκδρομών θρησκευτικού χαρακτήρα που προσέλκυαν άτομα διαφόρων εθνικοτήτων και φύλλωναλλά είχαν κυρίως καταλυτική επίδραση στα άτομα της τρίτης ηλικίας. Η ελκυστικότητα των ταξιδιών αυτών οφειλόταν κυρίως είτε στη θρησκευτική είτε στην ιστορική αξία των μνημείων των οποίων επισκέπτονταν οι τουρίστες.

¹⁶<http://thessagenda.gr/θρησκευτικός-τουρισμός/>

Κάποια βασικά στοιχεία που ενθαρρύνουν την εκδήλωση αυτής της μορφή τουρισμού και ωθούν τον επισκέπτη στην υλοποίηση του ταξιδιού είναι τα εξής:

- I. Το θρησκευτικό συναίσθημα των τουριστών
- II. Η ελκυστικότητα των μνημείων τόσο από άποψη θρησκευτικού όσο και από ιστορικού ενδιαφέροντος
- III. Η επιθυμία κάποιας ομάδας ατόμων για επίσκεψη σε τόπους οικογενειακής καταγωγής που συνδέονται με θρησκευτικά μνημεία
- IV. Η ανάγκη των τουριστών για απομάκρυνση από τα αστικά κέντρα και η περιέργια τους για την ανακάλυψη διαφορετικών τόπων ιδιαίτερης θρησκευτικής παράδοσης

Επομένως θα πρέπει να τονιστεί το γεγονός ότι ο θρησκευτικός τουρισμός πρόσφερε πολλά οφέλη στον σύγχρονο τουρισμό ως προς το κομμάτι της διατήρησης τόσο της θρησκευτικής παράδοσης όσο και των ιστορικών γεγονότων, τοπίων και οικισμών ενός σύγχρονου τόπου.

3.7) ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ/ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



17

¹⁷<https://mathe.gr/2020/10/09/ekpaideftikos-epistimonikos-tourismos-ta-ofeli-ta-varidia-kai-i-anagki-ypervasis/>

Ως εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός χαρακτηρίζεται το είδος του τουρισμού όπου ο τουρίστας επιλέγει να κάνει το ταξίδι με σκοπό να ανακαλύψει αφενός το κομμάτι της εκπαίδευση και της γνώσης, δηλαδή για παρακολούθηση εκδηλώσεων, διαφόρων σεμιναρίων κτλ και αφετέρου να διυσδίσειστο κομμάτι της επιστήμης, δηλαδή να αναζητήσει και να κατανοήσειτην έννοια των επιστημονικών ερευνών και των επιστημονικών ανταλλαγών. Το είδος του τουρισμού αυτού αντιπροσωπεύει και μια ομάδα τουριστών με συγκεκριμένο ερευνητικό πλαίσιο που αποτελούν την ομάδα νέων επιστημόνων ή εκπαιδευτικών έχοντας ως στόχο τους τόσο την μετάδοση της γνώσης σε άλλους όσο και την ανακάλυψη νέων δεδομένων και πληροφοριών για τους ίδιους.

Ένα γεγονός το οποίο είναι σημαντικό να αναφερθεί είναι ότι η σχέση μεταξύ της εκπαίδευσης και του τουρισμού είναι στένη και διαχρονική. Η σχέση αυτή ξεκίνησε από τους ταξιδιώτες του “GrandTour” οι οποίοι ισχυροποίησαν περαιτέρω και τις σχέσεις μεταξύ του τουρισμου, της εκπαίδευσης και του πολιτισμού.

«Ο εκπαιδευτικός τουρισμός ενδεικτικά συμπεριλαμβάνει:

- 1) Τουρισμό Νεολαίας (Youth Traveling),
- 2) Εκπαιδευτικό τουρισμό (Tourismeducation) που αφορά εκπαιδευτικά προγράμματα ή συμμετοχή σε διεθνή προγράμματα ανταλλαγής,
- 3) Επαγγελματική τουριστική πρακτική άσκηση,
- 4) Γεωλογική εκπαίδευση υπαίθρου (field trips)»¹⁸

¹⁸<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1436>

3.8) ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



19

Ως αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων (city breaks – city trips) θεωρείται το ταξίδι αναψυχής και ψυχαγωγίας των τουριστών σε πόλεις εντός ή εκτός των συνόρων μια χώρας. Πρόκειται για ταξίδια συνήθως μικρής διάρκειας, τα οποία δίνουν στον επισκέπτη την δυνατότητα κατανόησης αλλά και της γνωριμίας τόσο με την ιστορία και τον πολιτισμό ενός τόπου όσο και τον σύγχρονο τρόπο αναψυχής, δηλαδή κάνοντας διάφορες ξεναγήσεις, αγορές ακόμη και εκδρομές σε κοντινούς προορισμούς. Επιπλέον δίνεται στους επισκέπτες η δυνατότητα παρακολούθησης αθλητικών διοργανώσεων καθώς και μουσικών παραστάσεων γεγονός που συμβάλλει σημαντικά στον τρόπο ψυχαγωγίας και αναψυχής του.

Επομένως ο αστικός τουρισμός είναι το είδος του τουρισμού που αφορά ταξιδιώτες οι οποίοι επιθυμούν να γνωρίσουν σε σύντομο χρονικό διάστημα τον πολιτισμό, τις παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα, καθώς και το ρυθμό ζωής σε ένα αστικό περιβάλλον. Οι επισκέψεις των ανθρώπων που επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού εστιάζεται κυρίως:

α) σε επισκέψεις και περιηγήσεις των αξιοθέατων

¹⁹<https://www.tourismtoday.gr/unwto-βάσεις-για-το-βιώσιμο-μέλλον-στον-αστ/>

β) σε επισκέψεις σε χώρους εμπορικών καταστημάτων, μουσείων δημόσιων βιβλιοθηκών

γ) σε παρακολούθηση πολιτιστικών και αθλητικών γεγονότων

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 2η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ,ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ,ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ,ΑΣΤΙΚΟΣ)

Η περίπτωση της Ελλάδας

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τόσο τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία ανάλυσης των προαναφερόντων μορφών τουρισμού στον θεσμικό,οικονομικό και ανθρωπογενή τομέα καθώς και στην τουριστική προσφορά και ζήτηση, όσο και οι ευκαιρίες και οι απειλές της περαιτέρω ανάπτυξής τους.

Βασικοί τομείς ανάλυσης	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
Θεσμικός/Αναπτυξιακός	Ευρύτερο και ειδικό θεσμικό πλαίσιο που ευνοεί την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων στον κλάδο	Συχνά χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους στην αναβάθμιση αρχαιολογικών χώρων και περιοχών	Συστηματικότερη διασύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό	Ανταγωνιστική πολιτική από πολλές χώρες εντός και εκτός της Ευρώπης
	Παρεμβάσεις (υποδομές, μεταφορικό δίκτυο,θεσμικό πλαίσιο,επενδύσεις) ώστε να αξιοποιηθούν και να αναβαθμιστούν οι πολιτιστικοί πόροι	Αναγκαιότητα να χαρακτηριστούν διαφορετικοί πολιτιστικοί πόροι από ειδικό καθεστώς προστασίας	Ιδιαίτερη σημασία για την τοπική ανάπτυξη (ύπαιθρος,μνημεία, πόλεις)	Ανεπαρκής οργάνωση και προβολή των πόρων που διαθέτει η χώρα
Οικονομικός	Σημαντική θέση της συγκεκριμένης αγοράς διεθνώς και μεγάλη παράδοση	Χρονοβόρες διαδικασίες ολοκλήρωσης επενδυτικών σχεδίων και προγραμμάτων	Δυνατότητα πολιτιστικών συνεργασιών με ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις	Καθυστέρηση και υψηλό κόστος επενδύσεων σε πολλές περιπτώσεις
	Ικανοποιητικές χρηματοδοτήσεις μέσω κοινοτικών προγραμμάτων			
Ανθρωπογενής	Επαρκής αριθμός απασχολούμενων και επιχειρηματιών στον πολιτιστικό τουρισμό	Έλλειψεις σε εξειδικευμένο προσωπικό σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο	Ανάπτυξη και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στον αναπτυσσόμενο πολιτιστικό τουρισμό	Χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών

Τουριστική προσφορά	Εξαιρετικά πλούσια γεωγραφικά διάσπαρτη πολιτιστική κληρονομιά	Ανεπαρκής στελέχωση και υποδομή για τον έλεγχο και την προστασία των πολιτιστικών πόρων	Δυνατότητα ανάπτυξης πολιτιστικών πόρων σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο	Υπαρξη διεθνών πολιτιστικών πόρων που λειτουργούν ανταγωνιστικά διαθέτοντας ισχυρή διαφημιστική "εικόνα"
	Υπαρξη πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων με διεθνή αναγνώριση και "εικόνα"	Μη επαρκής χωρική κυρίως διασπορά δραστηριοτήτων και προϊόντων	Βιώσιμη αξιοποίηση των πόρων του πολιτιστικού τουρισμού	Ελλιπής προβολή των σύγχρονων πολιτιστικών μνημείων της χώρας
	Διασύνδεση με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, τόσο των ΕΕΜΤ όσο και του τουρισμού διακοπών	Ανεπάρκεια υποδομών και υπηρεσιών στα πολιτιστικά αγαθά που βρίσκονται κυρίως σε περιφερειακό	Σημαντικά περιθώρια επέκτασης υπαρκτών δραστηριοτήτων μέσω πολιτιστικών συνεργασιών	Μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα
	Παραδοσιακή η παρουσία του πολιτισμικού τουρισμού στο πλαίσιο του τουριστικού προϊόντος "Ελλάδα"		Λειτουργική σύνδεση του πολιτιστικού τουρισμού με άλλες μορφές τουριστικής ανάπτυξης	
			Ανταπόκριση στα σύγχρονα κίνητρα των ευρωπαϊών τουριστών	
Τουριστική ζήτηση	Ζήτηση από διαφορετικές αγορές-στόχους πελατών (παραδοσιακές και νέες) με ποικιλία κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών	Σημαντικό μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων απαιτούν αναβάθμιση με υψηλό κόστος συντήρησης και αύξηση της αισθητικής τους αξίας	Πλούτος πολιτιστικών στοιχείων, σημαντική κληρονομιά της χώρας και σταθερή ζήτηση επιτρέπουν τον εμπλουτισμό αυτής της ομάδας	Ελλιπής οργάνωση και διαχείριση των πολιτιστικών και θρησκευτικών πόρων
	Σταθερή ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, ΗΠΑ) και χαρακτηριστικά επαναληπτικότητας		Δυνατότητα διασύνδεσης με πολλές και διαφορετικές ΕΕΜΤ	Αδυναμίες στην ανάπτυξη αστικού και εκπαιδευτικού τουρισμού
	Δυναμική της ζήτησης του πολιτιστικού τουρισμού που δείχνει ότι διαθέτει πολλά περιθώρια ακόμη			

²⁰ Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα , εκδόσεις κριτική, (σελ 220-221)

3.9) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



21

Ως Συνεδριακός Τουρισμός χαρακτηρίζονται οι οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων στην εκδήλωση συνέδρων ή ομιλητών²² (Γκρίμπα Ε., 2005 σελ:85-86, Κραβαρίτης Κ. και Παπαγεωργίου Α., 2007 σελ: 37).

Σκοπός του είναι να προσελκύσει μεγάλο αριθμό ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές δεξιότητες, σε συγκεκριμένο χώρο και τόπο για μικρό σχετικά χρονικό διάστημα. Θέματα συζήτησης συνήθως αποτελούν γεγονότα όπως είναι το φαινόμενο του τουρισμού ή θέματα που σχετίζονται κυρίως με τα τοπικά χαρακτηριστικά ενός τόπου ή μιας χώρας.

Τα συνέδρια διακρίνονται σε πολλούς και διαφορετικούς κλάδους και επίπεδα. Συγκεκριμένα μπορεί να κατηγοριοποιούνται σε τοπικά, εθνικά ή διεθνή και η θεματολογία τους διαφέρει ανάλογα με το θέμα συζήτησης. Μπορεί να αφορά ιατρικά, επιστημονικά ακόμη και εκπαιδευτικά θέματα. Ο τρόπος διεξαγωγής μιας τέτοιας μορφής τουρισμού συνήθως πραγματοποιείται μέσω διαλέξεων, διασκέψεων, συσκέψεων και συναντήσεων καθώς και μέσα από ημερίδες, σεμινάρια και διάφορα δωμάτια επικοινωνίας (forum) για την ανάλυση των όποιων θεμάτων προκύψουν εντός του συνεδρίου.

²¹<http://nea-gnosi.gr/programme/sinedriakos-ekthesiakos-tourismos/>

²² Βιβλίο: Γκρίμπα Ε., 2005 σελ:85-86, Κραβαρίτης Κ. και Παπαγεωργίου Α., 2007 σελ: 37

3.10) ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



23

Με τον όρο εκθεσιακό τουρισμό αναφερόμαστε στον τουρισμό εκείνο που αφορά εκθέσεις και παρουσιάσεις προϊόντων ή υπηρεσιών σε συγκεκριμένους τοπικούς προορισμούς και έχουν διπλό στόχο. Πρώτος στόχος είναι η πληροφόρηση των επισκεπτών για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχουν και ο δεύτερος και ίσως και σημαντικότερος η πώληση των αγαθών αυτών στους ενδιαφερόμενους. Οι σκοποί αυτοί έχουν ως στόχο τους να ενώσουν τις προσπάθειες των διοργανωτών και των ανθρώπων που πραγματοποιούν την έκθεση με στόχο όχι μόνο την προσέλκυση περισσότερων πελατών αλλά και την απόλυτη ικανοποίησή τους ώστε μετά το πέρας της ενημέρωσής τους να καταλήξουν είτε σε παραγγελία είτε σε αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας.

Οι όροι που χρησιμοποιούνται σε ευρεία κλίμακα προσπαθώντας να εξηγήσουν και να κάνουν κατανοητή την έννοια των εκθέσεων είναι : «“trade fairs/shows”“expositions”καθώς και την λέξη “exhibition”».²⁴

²³<https://etravelnews.gr/tag/εκθεσιακός-τουρισμός/>

²⁴Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα , εκδόσεις κριτική, (σελ 249)

Η συνεχής ανάπτυξη του εμπορίου και γενικότερα της οικονομικής δραστηριότητας των ανθρώπων σε συνδυασμό με την ανάπτυξη τόσο του ανταγωνισμού όσο και των εμπορικών και οικονομικών συναλλαγών, οδήγησαν άτομα μεγάλης οικονομικής ανεξαρτησίας σε ενέργειες οι οποίες θα παρουσίαζαν και ταυτόχρονα θα γνωστοποιούσαν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της έκθεσης στο ευρύ κοινό. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε ο θεσμός των εκθέσεων.

Η ανάπτυξη της βιομηχανίας βοήθησε τις εκθέσεις κάθε τύπου να αποκτήσουν μια νέα μορφή και εικόνα. Η παγκόσμια έκθεση του Λονδίνου (1851) αποτέλεσε ένα από τα σημαντικότερα γεγονότα στην ιστορία των εκθέσεων. Αυτό έκανε τις εκθέσεις να συστηματοποιηθούν και να οργανωθούν σε σημαντικό βαθμό έως και σήμερα.

3.11) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ



25

Ως τουρισμός κινήτρων χαρακτηρίζεται κάποιο επαγγελματικό ταξίδι το οποίο προσφέρουν ως δώρο οι επιχειρήσεις κυρίως του ιδιωτικού τομέα στα στελέχη ή συνεργάτες τους ως μέσω αναγνώρισης και επιβράβευσης μιας πετυχημένης απόδοσης στην εργασία τους εντός του εργασιακού του περιβάλλοντος.²⁶ (Γκρίμπα Ε. 2005 σελ:104)

²⁵<https://sites.google.com/site/tousmarkt2016/tourismos-kinetron>

²⁶ Βιβλίο Γκρίμπα Ε. 2005 σελ:104

Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Τουρισμού Κινήτρων αποτελούν :

- ✓ Οι Σκοποί και οι στόχοι του, δηλαδή τόσο οι αναγνωρίσεις όσο και οι επιβραβεύσεις που γίνονται στους εργαζομένους για την καλή εργασία και αφοσίωση τους.
- ✓ Το Αντικείμενο μελέτης του το οποίο πραγματεύεται τον σχεδιασμό των συγκεκριμένων ταξιδιών
- ✓ Τους Φορείς καθώς και τον τρόπο οργάνωσης ή της διαχείρισης που ακολουθεί η επιχείρηση κυρίως ιδιωτικού χαρακτήρα
- ✓ Τους Συμμετέχοντες και τα πλεονεκτήματα αυτών από το επιχορηγούμενο ταξίδι, δηλαδή τους εργαζομένους των επιχειρήσεων και τα κίνητρα που τους παρέχονται μέσω αυτού του ταξιδιού (bonus, ψυχαγωγία, γνώσεις)
- ✓ Τα Είδη ταξιδιού και τα είδη εταιριών που χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο τρόπο ταξιδιού, δηλαδή τα ταξίδια επαγγελματικού χαρακτήρα που προσφέρουν εταιρίες ιδιωτικού χαρακτήρα στους συνεργάτες τους.
- ✓ Είδη χώρων διεξαγωγής ταξιδιών κινήτρων. Τα ταξίδια μπορεί να αφορούν χώρες ή περιοχές οι οποίες βρίσκονται τόσο στο εσωτερικό των συνόρων μια χώρας όσο και στο εξωτερικό αυτής

Τον 21^ο αιώνα τα ταξίδια αυτού του χαρακτήρα από την μια πλευρά έχουν διαφοροποιηθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό ενώ από την άλλη πλευρά έχουν επεκταθεί και αφορούν έναν τεράστιο αριθμό εργαζομένων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικοί και ωφέλιμοι για κάθε εργασιακό περιβάλλον.

3.12) ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ



27

Με τον όρο ατομικό επαγγελματικό ταξίδι εννοούμε τα ταξίδια τα οποία πραγματοποιούνται σε ατομική βάση δηλαδή ο εργαζόμενος ταξιδεύει μόνος του και όχι μαζί με τους υπόλοιπους συναδέλφους του για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες της επιχείρησης στην οποία εργάζεται.

Οι όροι που χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό και είναι σε θέση να χαρακτηρίσουν τον ορισμό ενός ατομικού επαγγελματικού ή επιχειρηματικού ταξιδιού είναι: “businesstravel”, “comporatetravel” καθώς και ο όρος “businessaccounts”.²⁸

Χαρακτηριστικά γνωρίσματα στο Ατομικό Επαγγελματικό Ταξίδι αποτελούν :

²⁷<http://www.mytravelar.gr/atomika-taxidia/>

²⁸Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα , εκδόσεις κριτική, (σελ 251)

- ❖ Τόσο τους σκοπούς και το αντικείμενο μελέτης του συγκεκριμένου είδος τουρισμού, δηλαδή το γεγονός ότι ο εργαζόμενος ταξιδεύει σε ατομικό επίπεδο για τις ανάγκες της εταιρείας.
- ❖ Όσο και τους φορείς και συμμετέχοντες αυτών, δηλαδή αναφέρεται στην οποιαδήποτε μορφής επιχείρηση η οποία προσφέρει την δυνατότητα σε στελέχει της εταιρείας να δημιουργήσουν ένα είδος ατομικού ταξιδιού σε χώρες ή τόπους τόσο εκτός όσο και εντός των συνόρων με καθαρά επαγγελματικό χαρακτήρα.

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 3^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ,ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ,ΚΙΝΗΤΡΩΝ,ΑΤΟΜΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ)

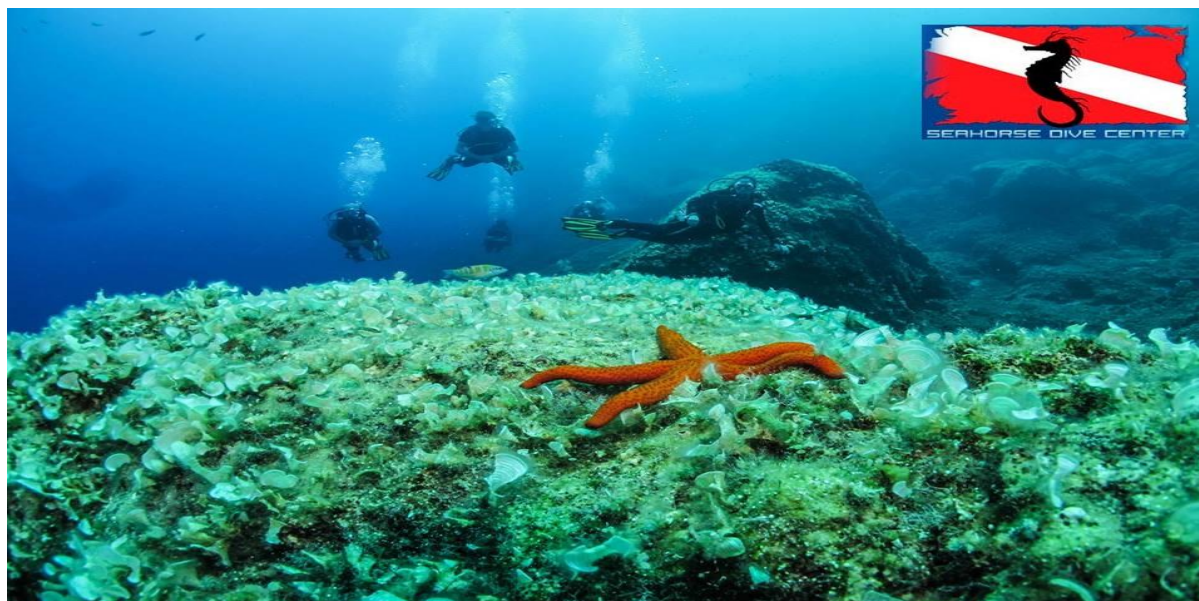
Η περίπτωση της Ελλάδας

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τόσο τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία ανάλυσης των προανεφερόντων μορφών τουρισμού στον θεσμικο,οικονομικο και ανθρωπογενή τομέα καθώς και στην τουριστική προσφορά και ζήτηση, όσο και οι ευκαιρίες και οι απειλές της περαιτέρω ανάπτυξής τους.

Βασικοί τομείς ανάλυσης	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
Θεσμικός/Αναπτυξιακός	Αυστηρές προδιαγραφές και προϋποθέσεις	Έλλειψη σαφούς νομοθετικού πλαισίου	Δημιουργία CVB σε μεγάλες ελληνικές πόλεις	Αποσπασματικές και μεμονωμένες πρωτοβουλίες σε τοπικό επίπεδο
	Ταξίδι ως αναπόσπαστο στοιχείο πολλών σύγχρονων επαγγελματιών	Ελλείψεις και αντιφάσεις στον τουριστικό σχεδιασμό	Παροχές ειδικών ενισχύσεων/κινήτρων για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας	Ασυνέχεια και αδυναμίες στην ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών από την τουριστική πολιτική
Οικονομικός	Δημιουργία πακέτων σε λογικά επίπεδα τιμών	Υστέρηση στην απορρόφηση χρηματοδοτικών πόρων και καθυστερήσεις σε διοικητικές δομές	Προσέλκυση στρατηγικών επενδυτικών πρωτοβουλιών	Υπαρξη πληθώρας ανταγωνιστικών προορισμών, ιδιαίτερα στα μικρά και μεσαία συνέδρια στην Μεσόγειο
	Ισχυρή και παραδοσιακή θέση, ως προϊόν στην παγκόσμια τουριστική αγορά	Επενδύσεις σε υποδομές και ανωδομές με υψηλό κόστος	Ευνοϊκό κλίμα ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού	
		Ανεπάρκεια ειδικών τουριστικών υποδομών σε αρκετές περιοχές	Σημαντική τουριστική υποδομή, στον επαγγελματικό τουρισμό ως πόλος έλξης	
Ανθρωπογενής	Ικανοποιητικός αριθμός απασχολούμενων με σχετική ειδικευση	Αδυναμίες συστήματος τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης	Δυνατότητα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας	Κακή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών, συχνά από ανειδίκευτο προσωπικό
	Ειδικά ενδιαφέροντα συμμετεχόντων		Διεύρυνση πελατολογίου των επιχειρήσεων και των περιοχών	
Τουριστική προσφορά	Ποικιλία υποδομών, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων κυρίως για συνέδρια και εκθέσεις μεσαίας και μικρής εμβέλειας	Χωρική συγκέντρωση προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών επαγγελματικού τουρισμού	Βελτίωση των δυνατοτήτων πρόσβασης σε κάποιες περιοχές	Μικρός αριθμός εξειδικευμένων επιχειρήσεων που οργανώνουν επαγγελματικά ταξίδια
	Σύνδεση των υποδομών και των προσφερόμενων υπηρεσιών, τόσο με τον τουρισμό διακοπών όσο και με τις ΕΕΜΤ	Ανεπαρκής προσφορά σε σύγχρονα προϊόντα	Αξιοποίηση συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας ως παραδοσιακού τουριστικού προορισμού	
		Προβληματικές υποδομές μεταφοράς (αεροπορικές, ακτοπολικές)	Ταυτόχρονη ανάπτυξη με άλλες ΕΕΜΤ	
			Εξειδικευμένη διαφημιστική εκστρατεία στην Ελλάδα και στο εξωτερικό	
			Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου	
Τουριστική ζήτηση	Πραγματοποίηση ταξιδιών από εργαζομένους με υψηλό	Χρονικά εντοπισμένη ζήτηση σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους του έτους	Δυνατότητες διασύνδεσης διαφόρων τουριστικών προορισμών και τύπων ταξιδιών	Ανάπτυξη υπερσύγχρονων αυτοδύναμων συνεδριακών κέντρων από ανταγωνίστριες χώρες
	Ποικιλία αγοράς-στόχου σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, που πραγματοποιεί ταξίδια εργασίας	Χωρικά εντοπισμένη ζήτηση σχετικά μικρό αριθμό συγκεκριμένων περιοχών	Υιοθέτηση καλών πρακτικών από άλλες χώρες	Χρονική υστέρηση στην διαμόρφωση μιας δυναμικής "εικόνας" αγοράς επαγγελματικού τουρισμού
			Εξαιρετικό κλίμα και περιβάλλον	

²⁹Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα , εκδόσεις κριτική, (σελ 272-273)

3.13) ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



30

Ως Θαλάσσιος Τουρισμός χαρακτηρίζεται το σύνολο κάθε οργανωμένης τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται στο θαλάσσιο χώρο και στις ακτές μιας περιοχής ή μιας χώρας που θα υποδεχθεί την άφιξη των τουριστών. Το κομμάτι αυτού του τουρισμού έχει διπλή διάσταση, από την μία υπάρχει η αθλητική του διάσταση και από την άλλη δεν λείπει η πολιτιστική διάσταση. Αθλητική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί εξαιτίας των θαλάσσιων σπορς τα οποία είναι ευρέως διαδεδομένα στην εποχή την οποία διανύουμε. Παράλληλα έχει και μια πολιτιστική διάσταση στο κομμάτι του εμπορίου που πραγματοποιείται μεταξύ χωρών με την βοήθεια του υδάτινου περιβάλλοντος και της θάλασσας.

Τα μέρη στα οποία συχνά είναι εύκολο να υπάρξει ο θαλάσσιος τουρισμός και να προσεγγίσει τους τουρίστες με σκόπο να τον ακολουθήσουν είναι 1) καταδυτικά πάρκα τα οποία δίνουν στον επισκέπτη την δυνατότητα συμμετοχής και του ίδιου σε υποβρύχιες και καταδυτικές δραστηριότητες κάνοντας πιο ενδιαφέρουσα και ταυτόχρονα πιο ψυχαγωγική την εμπείρια του. 2) Υποβρύχια μουσεία τα οποία συνήθως είναι αρχαιολογικοί χώροι ή αρχαία κτήρια τα οποία ο επισκέπτης μπορεί να δει αλλά και να πληροφορηθεί για αυτά από εξειδικευμένο προσωπικό ακόμα και εξειδικευμένους αρχαιολόγους. Τέλος οι τουρίστες που θα επιλέξουν αυτήν την μορφή τουρισμού θα μπορέσουν να ασχοληθούν με το αλιευτικό κομμάτι όπως με την αλιεία, και την υδατοκαλλιέργεια δηλαδή θα μπορέσουν να ψαρέψουν

³⁰<https://seahorsedive.gr/seahorsedive-sea-tourism-expo/>

και να καλλιεργήσουν προϊόντα καθώς επίσης θα μπορέσουν να γευτούν αλλά και να μάθουν για τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία της χώρας.

3.14) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ



31

Ο τουρισμός της κρουαζιέρας είναι μια δραστηριότητα κατά την οποία δίνετε η δυνατότητα στον επισκέπτη να ταξιδέψει με ένα ειδικό σκάφος γνωστό ως κρουαζιερόπλοιο με αποτέλεσμα να μπορέσει ο επισκέπτης να ικανοποιηθεί και να ψυχαγωγηθεί. Η διοργάνωση μιας κρουαζιέρας γίνεται μέσω εξειδικευμένων πρακτορείων και touroperationκαλύπτοντας πλήρως τις απαιτήσεις τόσο του μαζικού όσο και του ειδικού τουρισμού. Ένα επιπλέον στοιχείο αναφοράς είναι ότι ο τουρισμός κρουαζιέρας περιλαμβάνει αρκετές διαφοροποιήσεις σε σχέση με το δρομολόγιο το οποίο θα ακολουθήσει, την χρονική διάρκεια που θα έχει το ταξίδι καθώς και το κόστος αυτού. Τα στοιχεία αυτά διαφοροποιούν το κομμάτι της κρουαζιέρας σε σχέση με τα υπόλοιπα είδη τουριστικών δραστηριοτήτων.

Ο διαχωρισμός του τουρισμού της κρουαζιέρας αποτελείται από πέντε διαφορετικές μεταξύ τους διαστάσεις. Οι διαστάσεις αυτές αφορούν: 1) την χωρική, 2) την χρονική, 3) την

³¹<https://www.tourismtoday.gr/ποιες-αλλαγές-θα-συντελεστούν-στην-κρ/>

αγοραστική, 4) την ταξιδιωτική δαπάνη καθώς και 5) το τουριστικό πακέτο. Ως προς την χωρική διάσταση η κρουαζιέρα πραγματοποιείται στην ανοιχτή θάλασσα και σε διεθνείς προορισμούς. Μια κρουαζιέρα μπορεί να παρουσιάσει διάφορες χρονικές περιόδους ανάλογα τον προορισμό και τους ταξιδιώτες. Μπορεί λοιπόν να ξεκινάει από επτά ημέρες και να φτάσει να είναι ακόμα και μηνιαίας διάρκειας. Η αγοραστική ικανότητα της κρουαζιέρας πραγματεύεται σε όλων των ειδών κατηγορίες τουριστών με ιδιαίτερη έμφαση στους οικονομικά ανεξάρτητους. Όσον αφορά την διάσταση της ταξιδιωτικής δαπάνης, δίνεται στους επιβάτες η δυνατότητα πληρωμής του ναύλου ο οποίος τους παρέχει τόσο την διαμονή και την διατροφή τους όσο και τις περιηγήσεις αυτών. Τέλος ως προς το τουριστικό πακέτο ο τουριστάς γνωρίζει ότι πρόκειται για ένα αυστηρά προκαθορισμένο και σωστά οργανωμένο ταξίδι το οποίο θα τους προσφέρει διαμονη και διατροφή εντός του κρουαζιερόπλοιου, την μεταφορά τους από και προς το κρουαζιερόπλοιο από κάποιο εξειδικευμένο πρακτορείο καθώς και τις διάφορες δραστηριότητες που μπορούν να επιλέξουν και που υπάρχουν εντός του πλοίου με σκοπό την διασκέδαση και την ψυχαγωγία τους.

3.15) ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ/ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



32

Ως Ιαματικός τουρισμός χαρακτηρίζεται η ειδική μορφή τουρισμού η οποία περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες όπως την μετακίνηση και την διαμονή ανθρώπων που επιλέγουν

³²<https://hania.news/2017/12/16/o-ιαματικος-τουρισμος-δημιουργει-av/>

δραστηριότητες οι οποίες έχουν σχέση με την αποκατάσταση της ψυχικής και σωματικής τους υγείας. Συγκεκριμένα οι άνθρωποι αυτοί πραγματοποιούν ένα τέτοιου είδους ταξίδι με μοναδικό τους σκοπό την χρήση των φυσικών αυτών πόρων.

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού η οποία έχει την δυνατότητα να αναπτύσσεται ανα πάσα στιγμή χωρίς χρονικούς και εποχικούς περιορισμούς, δίνοντας την δυνατότητα τόσο σε άτομα με ειδικές ανάγκες όσο και ασθενείς με χρόνιες παθήσεις, να τα υλοποιήσουν ένα τέτοιο ταξίδι.

Ιαματικές πηγές ονομάζονται εκείνες που τα νερά τους πηγάζουν από τα έγκατα της γης και έχουν θεραπευτικές ιδιότητες. Τα νερά αυτά κατά την διάρκεια της διαδρομής τους αποκτούν πολύτιμα μεταλλικά συστατικά στα οποία οφείλεται και η θεραπευτική τους δράση. Οι ιδιότητες τους είναι γνωστές από τα ιστορικά χρόνια με τον Ηρόδοτο να είναι ο πρώτος που παρατήρησε την θεραπευτική τους δράση.

Σήμερα ο ρόλος των ιαματικών πηγών είναι διπλός. Πρώτον αποτελεί ιατρικό ρόλο για τα άτομα τα οποία έχουν προβλήματα υγείας και δεύτερον χρησιμοποιείται για την παρασκευή καλλυντικών και δερματολογικών προϊόντων που βοηθούν και αναζωογονούν την επιδερμίδα.

3.16) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ



33

Είναι ενδιαφέρον να αναφερθεί ότι ακριβής ορισμός για την έννοια της τρίτης ηλικίας είναι δύσκολο να βρεθεί. Για τον λόγο αυτό τυπικά χαρακτηρίζονται ως άτομα τρίτης ηλικίας τα άτομα τα οποία ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 60 ετών και άνω. Ωστόσο πολλοί επιστήμονες χωρίζουν την ομάδα των ηλικιωμένων σε δύο επιπλέον ομάδες. Συγκεκριμένα η πρώτη αφορά τα άτομα τα οποία συγκαταλέγονται στην ηλικία των 60 εως και 75 ετών. Ενώ παράλληλα η δεύτερη αφορά άτομα τα οποία ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 75 ετών και άνω. Είναι δύσκολο να βρεθούν χαρακτηριστικά τα οποία να είναι σε θέση να προσδιορίζουν με ακρίβεια το πότε ένας άνθρωπος μπορεί να χαρακτηριστεί ότι ανήκει στην Τρίτη ηλικία ή όχι..

Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι η ταξινόμηση που έχει γίνει στον πληθυσμό στις εξής κατηγορίες

α) στους νέους,

β) στους ενήλικες και

γ) στους ηλικιωμένους

είναι έννοιες στενά συνδεδεμένες μεταξύ τους δείχνοντας την συνοχή που υπάρχει στην μετάβαση από την μία ηλικιακή ομάδα στην επόμενη.

³³<https://flashnews.gr/post/270851/o-toyrismos-triths-hlikias-mia-apo-tis-shmantikotes-omades-stoxeyshs>

**ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 4^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ,ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ,ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ,ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ)
Η περίπτωση της Ελλάδας**

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τόσο τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία ανάλυσης των προαναφερόντων μορφών τουρισμού στον θεσμικό,οικονομικό και ανθρωπογενή τομέα καθώς και στην τουριστική προσφορά και ζήτηση, όσο και οι ευκαιρίες και οι απειλές της περαιτέρω ανάπτυξής τους.

Βασικοί τομείς ανάλυσης	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
Θεσμικός/Αναπτυξιακός	Ευρύτερο και ειδικό θεσμικό πλαίσιο που ευνοεί την ανάπτυξη δραστηριοτήτων υγείας και ευεξίας	Συχνά χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους στην αναβάθμιση χώρων και περιοχών με ειδικές εγκαταστάσεις αυτού του τύπου	Συστηματικότερη διασύνδεση αυτής της ομάδας προϊόντων με το πολιτισμό και την θάλασσα	Αναγωνιστική πολιτική από πολλές χώρες εντός και εκτός Ευρώπης
	Παρεμβάσεις (υποδομές, ειδικές τουριστικές υποδομές, μεταφορικό δίκτυο, ενδύσεις), ώστε να αξιοποιηθούν και να αναβαθμιστούν οι αντίστοιχοι πόροι			
Οικονομικός	Διαμόρφωση θετικού επενδυτικού κλίματος, τα τελευταία χρόνια	Χρονοβόρες διαδικασίες ολοκλήρωσης επενδυτικών σχεδίων και προγραμμάτων και ένταξη σε νόμους περί κινήτρων	Ικανοποιητική κερδοφορία που αποτελεί βάση για πετυχημένες επενδύσεις	Καθυστέρηση και υψηλό κόστος των επενδύσεων
Ανθρωπογενής	Σημαντική η αύξηση, τα τελευταία χρόνια, του αριθμού των απασχολούμενων στον κλάδο της υγείας και ευεξίας	Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό, σε τοπικό και σε περιφερειακό επίπεδο	Ανάπτυξη και δημιουργία νέων εξειδικευμένων θέσεων εργασίας στον σταθερά αναπτυσσόμενο κλάδο της ομάδας προϊόντων με βάση την υγεία και την ποιότητα ζωής, αλλά και το κοινωνικό κριτήριο	Μέτρια ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών λόγω χρήσης ανειδίκευτοι προσωπικού Προβλήματα από έλλειψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και μάντζερ
		Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος		

Τουριστική προσφορά	Διασύνδεση με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, τόσο των ΕΕΜΤ όσο και του τουρισμού διακοπών	Ασαφής συχνά και μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα	Σημαντικά περιθώρια επέκτασης υπαρκτών δραστηριοτήτων και συνεργειών του ιαματικού, ιατρικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας με τον τουρισμό διακοπών	Λόγω της οικονομικής κρίσης, συνεχής αναζήτηση "φθηνών" ανταγωνιστικών πακέτων, τόσο στην Μεσόγειο όσο και αλλού
	Υπαρξη περιοχών με διεθνή αναγνώριση και "εικόνα" στην χώρα	Ανεπάρκεια υποδομών (κυρίως ειδικών) σε περιφερειακό επίπεδο	Αναπόκριση στα σύγχρονα κίνητρα των ευρωπαϊών τουριστών	Ανεπαρκής οργάνωση και προβολή των πόρων που διαθέτει η χώρα
		Δυναμική της ζήτησης που δείχνει ότι διαθέτει ακόμη πολλά περιθώρια ανάπτυξης	Δυνατότητα διασύνδεσης με πολλές και διαφορετικές ΕΕΜΤ	Σχετικά υψηλού οικονομικού επιπέδου δυναμικές "ομάδες στόχοι" οι οποίες επηρεάζονται συχνά από την οικονομική κρίση
Τουριστική ζήτηση	Σταθερή ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, ΗΠΑ) και χαρακτηριστικά επαναληπτικότητας	Σημαντικό μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων απαιτούν αναβάθμιση με υψηλό κόστος συντήρησης και αύξηση της αισθητικής τους αξίας	Δυνατότητα διασύνδεσης διαφορετικών προορισμών στον ιαματικό τουρισμό και στον τουρισμό ευεξίας	

34

³⁴Βιβλίο «ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού» Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, Ε. Γκίμπα, εκδόσεις κριτική, (σελ 376-377)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

4.1) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού³⁵ ως τουρισμός χαρακτηρίζονται οι δραστηριότητες των τουριστών που ταξιδεύουν και διαμένουν σε χώρες τόσο του εξωτερικού όσο και του εσωτερικού για λόγους ψυχαγωγίας με σκοπό την εκμάθηση νέων αντικειμένων, αναψυχής αλλά και επαγγελματικούς με χρονικό διάστημα όχι περισσότερο από ένα ημερολογιακό έτος.

Στις κατηγορίες των τουριστών συγκαταλέγονται και αυτοί που τόσο το ταξίδι τους όσο και η διαμονή τους έχει χρονική διάρκεια τουλάχιστον μιας βραδιάς (overnightvisitors) όσο και αυτοί οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν για λίγες ώρες (same-dayvisitors).³⁶

Οι διακοπές και τα ταξίδια αποτελούν την πλέον επιθυμητή μορφή διασκέδασης για τα άτομα της τρίτης ηλικίας αλλά και γενικότερα για το γενικό σύνολο του ανθρώπινου πληθυσμού. Οι άνθρωποι της τρίτης ηλικίας παλαιότερα ενδιαφέρονταν λιγότερο για πραγματοποίηση διακοπών με σκοπό την ψυχαγωγία και την αναψυχή ώστε να καταφέρουν να ξεφύγουν από το αγχός και τα προβλήματα της καθημερινότητας τους. Πολλοί ήταν αυτοί που ταξίδευαν τόσο για πολιτιστικούς σκοπούς όσο και για θρησκευτικούς. Οι εγκαταστάσεις που επέλεγαν να πάνε ήταν ήσυχα καταλύματα χωρίς πολύ κόσμο και μακριά από τον αστικό πλυθησμό τα οποία τους παρείχαν όλα όσα επιζητούσαν όπως: διαμονή, διατροφή, μεταφορά καθώς και διάφορες δραστηριότητες. Τα είδη διακοπών που συχνά επέλεγαν για να χαλαρώσουν ήταν ο ιαματικός/ιατρικός τουρισμός ο οποίος αποτελούσε το μεγαλύτερο μέσο προβολής και προώθησης του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Η εξυπηρέτηση των αναγκών σε συνδιασμό με την ιατρική περίθαλψη όσων τουριστών διέμεναν σε κάποιο κατάλυμα, αποτελούσε κίνητρο για τους ανθρώπους αυτής της ηλικιακής ομάδας. Ένα επιπλέον είδος διακοπών που συχνά επέλεγαν οι άνθρωποι της τρίτης ηλικίας είναι τόσο ο πολιτιστικός τουρισμός δηλαδή η επίσκεψη τους σε διάφορα μέρη στα οποία φιλοξενούνται ή υπάρχουν αξιοθέατα πολιτισμικού χαρακτήρα (μουσεία, πινακοθήκες, έργα τέχνης) όσο και ο θρησκευτικός δηλαδή επισκέψεις σε ιερούς ναούς και εκκλησίες, τάφους με επιγραφές αγίων. Τέλος οι ηλικιωμένοι τουρίστες με υψηλό εισοδηματικό επίπεδο συχνά επέλεγαν ποιο πολυτελείς μορφές τουρισμού όπως κρουαζιέρα και το yachting. Τόσο η κρουαζιέρα όσο και το yachting αποτελούν ένα μοναδικό ταξίδι με πολλά και μεγάλα προνόμια και πληθώρα πολιτιστικών αξιοθέατων τα οποία ήταν σε θέση να κρατήσουν αμείωτο το ενδιαφέρον των ατόμων της τρίτης ηλικίας. Συμπερασματικά γίνεται γνωστό ότι οι άνθρωποι της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας παλαιότερα, δεν ένιωθαν κάποιον φόβο ή δυσταγμό για να ταξιδέψουν αντίθετα ταξίδευαν όπου επιθυμούσαν και για όσο χρονικό διάστημα ήθελαν.

³⁵World Tourism Organization WTO (1997)

³⁶ Βιβλίο «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ» STEPHENJ. PAGE, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗ (σελ: 9)

4.2) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΑΡΟΝ

Έχει διαπιστωθεί έντονα στις μέρες μας ότι ο όρος «τρίτη ηλικία» οδηγεί συνειρμικά στο συμπέρασμα ότι πρόκειται για άτομα που δεν έχουν την δυνατότητα να συμμετέχουν ενεργά τόσο στο κομμάτι της αγοράς εργασίας όσο και σε δραστηριότητες οι οποίες προϋποθέτουν αυξημένη σωματική διάσταση και δύναμη. Εκτός όμως από τον όρο της τρίτης ηλικίας αυτό που έχει παρατηρηθεί έντονα είναι ο προσδιορισμός του ηλικιακού ορίου. Το πότε δηλαδή ένα άτομο μπορεί να χαρακτηριστεί ότι ανήκει στην συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα. Ο προσδιορισμός και η κατάταξη ενός ατόμου στην τρίτη ηλικία αλλάζει ανάλογα με την εποχή την οποία διανύουμε (πανδημία covid 19), το επίπεδο της οικονομικής του κατάστασης, τις εξελίξεις στον τομέα της ιατρικής πόσο μάλλον στην εποχή της πανδημίας και στην αύξηση του φόβου των ανθρώπων για την κατάσταση της υγείας τους καθώς και στα κοινωνικά στερεότυπα που επικρατούν για τους ανθρώπους αυτής της γενιάς.

Ανάλογες διαφοροποιήσεις παρατηρούνται και στον ηλικιακό προσδιορισμό του τουρίστα τρίτης ηλικίας (Senior Tourist). Συγκεκριμένα κάποιοι ερευνητές και επιστήμονες μέσω του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού³⁷, χαρακτηρίζουν και εντάσσουν στις κατηγορίες της τρίτης ηλικίας τα άτομα που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα άνω των 50 ετών, άλλοι τους τοποθετούν στην ηλικιακή ομάδα των 55-60 ετών ενώ υπάρχουν και αυτοί που καθορίζουν τον τουρίστα τρίτης ηλικίας τα άτομα τα οποία ανήκουν στις ηλικίες μεταξύ των ηλικιών 65 και 70+.

Οι διακοπές και τα ταξίδια αποτελούν την πλέον επιθυμητή μορφή διασκέδασης για τα άτομα της τρίτης ηλικίας αλλά και γενικότερα για το γενικό σύνολο του ανθρώπινου πληθυσμού. Όλοι έχουν την ανάγκη να ταξιδέψουν και να διασκεδάσουν ξεφεύγοντας με αυτόν τον τρόπο από τα προβλήματα που επικρατούν στην καθημερινότητα τους, λίγοι όμως είναι αυτοί που το καταφέρνουν, και αυτό συμβαίνει εξαιτίας των γρήγορων ρυθμών ζωής που επικρατούν. Στο γεγονός αυτό έρχεται να δυσκολέψει ακόμα περισσότερο τα πράγματα η πανδημία του covid 19. Συγκεκριμένα οι άνθρωποι και κυρίως οι μεγαλύτεροι σε ηλικία φοβούνται να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι από την μία εξαιτίας της μεγάλης διάστασης που έχει παρεί το ολο θέμα και από την άλλη επειδή φοβούνται για την υγεία τους. Όσοι αποφάσισαν να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι μέσα στην πανδημία το έκαναν περισσότερο για λόγους υγείας και λιγότερο για λόγους ψυχαγωγίας και αναψυχής, χωρίς βέβαια να αναιρείται αυτό το κομμάτι στην περίοδο της απόδρασης τους.

Τα μέρη που συχνά επιλέγουν να επισκεφθούν τα άτομα αυτής της ηλικιακής ομάδας είναι συνήθως ήσυχα μέρη όπως οι εξοχικές τους κατοικίες οι οποίες βρίσκονται μακριά από τον ασφυκτικό φλοιό της αστικής ζωής. Επιπλέον μέρη τα οποία επιλέγουν να πάνε είναι οι ειδικά διαμορφωμένοι χώροι όπως ξενοδοχειακά καταλύματα τα οποία είναι σε θέση να καλύψουν κάθε ανάγκη φυσική (π.χ. διατροφή, διαμονή κτλ.) ή μη (π.χ. υπηρεσίες και

³⁷ World Tourism Organization WTO (1997)

παροχές ψυχαγωγίας και αναψυχής κτλ) προσφέροντας τους με αυτόν τον τρόπο την ηρεμία και την χαλάρωση την οποία επιζητούν. Τέλος άλλες επιλογές για χαλάρωση και ψυχαγωγία για τις ηλικιακές αυτές ομάδες αποτελούν τόσο οι κατοικίες των οικογενειακών τους προσώπων όσο και των φιλικών τους. Στα σπίτια αυτά οι μεγαλύτεροι σε ηλικίας άνθρωποι βιώνουν μεγαλύτερη οικειότητα και περισσότερη άνεση, καθώς και μεγαλύτερη και ευκολότερη προσαρμοστικότητα κανοντάς τους να νιώσουν περισσότερη ηρεμία και λιγότερο φόβο σε σχέση με τα προβλήματα της καθημερινότητας τους.

4.3) ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Αυτό που γίνεται έντονα γνωστό είναι ότι παρά το γεγονός της ύπαρξης της πανδημίας του covid 19 οι άνθρωποι επιθυμούν να ταξιδεύουν ολοένα και περισσότερο εξερευνώντας νέους τοπους, αποκτώντας νέες εμπειρίες και διευρύνοντας περισσότερο τόσο τους πνευματικούς όσο και τους ψυχικούς τους ορίζοντες. Αυτό συμβαίνει και με τους ανθρώπους που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα της τρίτης ηλικίας, δηλαδή επιθυμούν περισσότερο να πραγματοποιούν ταξίδια θρησκευτικού και εξερευνητικού χαρακτήρα μαθαίνοντας τόσο τα κύρια χαρακτηριστικά όσο και τα δευτερεύοντα στοιχεία ενός τόπου αλλά και να ξεφύγουν από τα προβλήματα τα οποία επικράτουν στην εποχή την οποία διανύουμε.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδας (ΙΤΕΠ) τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα είναι ότι τα ταξίδια αποτελούν την πλέον επιθυμητή μορφή διασκέδασης για τα άτομα της τρίτης ηλικίας αποτελώντας με αυτόν τον τρόπο το τμήμα της αγοράς το οποίο έχει την χαμηλότερη εποχικότητα στην ταξιδιωτική του συμπεριφορά. Συγκεκριμένα τα στοιχεία που προκύπτουν από την σχετική μελέτη του ΙΤΕΠ επισημαίνουν ότι οι ηλικιωμένοι από την ηλικία των 55 ετών και άνω ενδιαφέρονται λιγότερο για πραγματοποίηση διακοπών με σκοπό τα μπάνια και την ηλιοθεραπεία. Για πολιτιστικούς σκοπούς ταξιδεύουν συχνότερα οι Αυστριακοί (26%), οι Ολλανδοί (22%), οι Βέλγοι (22%) και οι Γερμανοί 21%. Στη μελέτη τονίζεται ότι τα άτομα άνω των 55 ετών ταξιδεύουν συχνότερα από τις άλλες ηλικιακές ομάδες για πολιτιστικούς και θρησκευτικούς λόγους (με ποσοστό τοις τάξεως του 18% έναντι 11-13% για τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες) ³⁸.

Ένα επιπλέον σημαντικό κομμάτι είναι και η τάση των ηλικιωμένων να μην εμφανίζουν ιδιαίτερη προτίμηση για ταξίδια ψυχαγωγικού χαρακτήρα σε αστικά κέντρα και μεγάλες πόλεις συγκριτικά με τα άτομα άλλων ηλικιακών ομάδων. Οι περισσότεροι άνθρωποι αυτής της ηλικιακής ομάδας και ειδικότερα αυτοί οι οποίοι βρίσκονται σε καλύτερη οικονομική κατάσταση προτιμούν την δημιουργία ταξιδιών όπως είναι η κρουαζιέρα και το yachting τα οποία αποτελούν πολυτελείς μορφές για τον τουριστικό κλάδο αλλά κατάλληλες για τους

³⁸<https://news.gtp.gr/2013/04/23/εκδήλωση-ξεε-τουρισμός-στην-τρίτη-ηλ/>

ανθρώπους της τρίτης ηλικίας. Παράλληλα υπάρχουν και οι άνθρωποι που επιλέγουν την ιατρικό-ιαματικό τουρισμό ο οποίος είναι σε θέση να εξυπηρετήσει τόσο τις ιατρικές ανάγκες για περίθαλψη των ταξιδιωτών οι οποίοι επιλέγουν να διαμείνουν στον προορισμό της επιλογής τους όσο και στο γεγονός ότι είναι σε θέση να ικανοποιήσουν και την ανάγκη ψυχαγωγίας των τουριστών διαθέτοντας πληθώρα πολιτιστικών αξιοθέατων τα οποία μπορούν να διατηρήσουν αμείωτο το ενδιαφέρον των ατόμων της τρίτης ηλικίας κατά το χρόνο παραμονής τους στον τόπο τον οποίο επέλεξαν.

Κατά την έρευνα του Ινστιτούτου διαπιστώνεται ότι το 34,6% των ελληνικών ξενοδοχείων, είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν ειδικά πακέτα τιμών σε ηλικιωμένους κατά τις περιόδους χαμηλής ζήτησης. Όμως, μόνο το 9,5% φροντίζει να εντάξει στα πακέτα υπηρεσιών που προσφέρει πρόσθετες δραστηριότητες που ενδιαφέρουν τους ηλικιωμένους, όπως χοροεσπερίδες, βραδιές παραδοσιακής κουζίνας ή άλλες δημιουργικές ασχολίες.³⁹

Καταλήγοντας η μελέτη υποστηρίζει ότι από σήμερα και για τα επόμενα 20 με 30 χρόνια θα υπάρξει μία θεαματική αύξηση στην επιθυμία αλλά και στην πραγματοποίηση ταξιδιών από ηλικιωμένους ανθρώπους σε σχέση με τις επιθυμίες των ατόμων οι οποίοι ανήκουν στις κατηγορίες των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών. Τέλος προβλέπεται ότι μετά το 2050 η κατάσταση θα ομαλοποιηθεί.

Μέσω των αποτελεσμάτων της έρευνας τόσο η κοινωνία όσο και η κυβέρνηση προέβει σε κάποιες βελτιωτικές προτάσεις οι οποίες πρέπει να γίνουν με σκοπό την προσέγγιση της ηλικιακής ομάδας των ηλικιωμένων. Οι προτάσεις αυτές είναι:⁴⁰

- 1) Να υπάρξουν στοχευμένες ενέργειες προσέλκυσης ηλικιωμένων
- 2) Να δοθεί έμφαση στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών (τουριστικές υποδομές και τουριστικά καταλύματα)
- 3) Να αναδειχθεί η μεσογειακή κουζίνα που αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα για την Ελλάδα, (οι ηλικιωμένοι είναι πιο ευαίσθητοποιημένοι σε θέματα υγιεινής διατροφής για λόγους υγείας),
- 4) Να υπάρξει η δημιουργία ισχυρών μηχανισμών διαχείρισης κρίσεων για την πιο ευπαθή ομάδα όπως είναι οι τουρίστες τρίτης ηλικίας
- 5) Να γίνεται τακτικότερη διαφήμιση με τους μεγάλους Τουριστικούς Οργανισμούς, να πραγματοποιούνται εγκαίρως οι διαφημιστικές ενέργειες με σκοπό να αυξηθεί ο αριθμός των ειδικών ιστοσελίδων στο διαδίκτυο και στην τηλεοραση
- 6) Να υπάρχουν εκπαιδευτικά προγράμματα για ηλικιωμένους
- 7) Να παρέχονται ανταγωνιστικές τιμές με συμπίεση του κόστους
- 8) Να πραγματοποιείται προβολή θεματικών μορφών τουρισμού

³⁹<https://news.gtp.gr/2013/04/23/εκδήλωση-ξεε-τουρισμός-στην-τρίτη-ηλ/>

⁴⁰<https://news.gtp.gr/2013/04/23/εκδήλωση-ξεε-τουρισμός-στην-τρίτη-ηλ/>

- 9) Να είναι δυνατή η λήψη μέτρων που αποσκοπούν στη βελτίωση των πολιτιστικών αξιοθέατων
- 10) Να δημιουργηθούν μέτρα για την προσέλκυση τουριστών μακράς παραμονής ή παραχείμασης
- 11) Να γίνεται η εφαρμογή των μέτρων με σκοπό την βελτίωση των υγειονομικών υποδομών.
- 12) Να υπάρξουν μέτρα για την μεγαλύτερη προσβασιμότητα στις παραλίες από άτομα της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας
- 13) Να υπάρξουν μέτρα βελτίωσης των συγκοινωνιακών υποδομών
- 14) Να δοθεί έμφαση σε θέματα ασφάλειας (κυριώς τις νυχτερινές ώρες).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1) ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο όρος έρευνα στην καθημερινότητα μας συνδέεται με πολλά αντικείμενα. Από την μια με την αναζήτηση πληροφοριών και από την άλλη με την αναζήτηση νέας γνώσης προς την επίλυση κάποιου υπαρκτού προβλήματος. Εκτός όμως από τον απλό ορο της έρευνα συχνά παρατηρήτε και ο όρος επιστημονική έρευνα ο οποίος βασίζεται κατά βάση σε πειραματική μέθοδο ή σε επαλήθευση υποθέσεων που πολλές φορές πραγματοποιείται με σκοπό τα αποτελέσματα τα οποία θα προκύψουν μέσα σε μια έρευνα να είναι αντικειμενικά και αληθή.

Ως ποσοτική έρευνα χαρακτηρίζεται η διαδικασία της έρευνας που γίνεται μέσω αριθμητικών και στατιστικών παραστάσεων, η οποία έχει ως σκοπό τόσο την περιγραφή όσο και την ερμηνεία των φαινομένων και αποτελεσμάτων τα οποία προκύπτουν μέσα από τις παρατηρήσεις της έρευνας. Για να μπορέσει να χαρακτηριστεί ένα αποτέλεσμα έρευνας αντικειμενικό και αληθή χρειάζεται ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα παρατηρήσεων. Αυτό έχει ως στόχο του την γενίκευση των έγκυρων αποτελεσμάτων στο ευρύ κοινό. Για την άμεση και γρήγορη συλλογή των αποτελεσμάτων συνήθως χρησιμοποιούνται τα ερωτηματολόγια στα οποία το κοινό καλείται να απαντήσει στις ερωτήσεις οι οποίες έχουν δημιουργηθεί με σκοπό την σωστή διεξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Στοιχεία τα οποία γνωστοποιούν μια ποσοτική έρευνα και την διαφοροποιούν από την ποιοτική είναι:

- 1) Αριθμητικά δεδομένα

- 2) Αντικειμενική: ακριβής μέτρηση και ανάλυση των εννοιων
- 3) Διατύπωση της επιστημονικής υπόθεσης στο πρωτο σταδιο της έρευνας
- 4) Ανάλυση των δεδομένων μετά την συλλογή τους
- 5) Στόχος η πρόβλεψη
- 6) Αποστασιοποίηση του ερευνητή από το αντικείμενο έρευνας
- 7) Συλλογή των δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων, βιβλιογραφικών επισκοπήσεων και εργαλείων συγκέντρωσης αριθμητικών δεδομένων
- 8) Τάση για πρόβλεψη προβλημάτων πριν εμφανιστούν κατά την διάρκεια της έρευνας⁴¹

5.2) ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ως ποιοτική έρευνα χαρακτηρίζεται η διαδικασία η οποία στοχεύει στην διεξωδική εξερεύνηση και κατανόηση των κοινωνικών φαινομένων. Ο ερευνητής μέσω της ποιοτικής έρευνας έχει ενεργό ρόλο και καλείτε να απαντήσει σε ερωτήματα που σχετίζονται με το «Γιατί» και το «Πώς» των κοινωνικών αυτών φαινομένων. Η ποιοτική προσέγγιση αποτελεί μια κατά βάση διερευνητική (exploratory) μέθοδο. Με την ποιοτική έρευνα κατανοούνται σε βάθος αναπαραστάσεις, στάσεις, αντιλήψεις, κίνητρα, καθώς και δεδομένα της συμπεριφοράς των ατόμων. Με άλλα λόγια η ποιοτική έρευνα στρέφεται περισσότερο στον άνθρωπο και στα κοινωνικά φαινόμενα που τον επηρεάζουν. Στόχος της ποιοτικής έρευνας είναι η ολοκληρωτική κατανόηση τόσο μιας στάσης ή μιας συμπεριφοράς καθώς και η ολοκληρωτική κατανόηση των εμπειριών που έχουν αποκομήσει οι άνθρωποι.

Για μια σωστή διεξαγωγή ποιοτικής έρευνας χρειάζονται μια σειρά από συγκεκριμένα βήματα. Τα βήματα αυτά είναι τα εξής:

- ❖ Προσδιορισμός του ερευνητικού σκοπού – φαινομένου και των στόχων της έρευνας.
- ❖ Βιβλιογραφική επισκόπηση για αναζήτηση συναφών ερευνών ή ευρημάτων.
- ❖ Επεξεργασία των θεωρητικών προσεγγίσεων.
- ❖ Διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων.
- ❖ Επιλογή μιας ή περισσότερων μεθόδων παραγωγής δεδομένων.
- ❖ Κατάλληλη προετοιμασία για την πρόσβαση στην ερευνητική περιοχή.
- ❖ Επιλογή στρατηγικής δειγματοληψίας ποιοτικής έρευνας.
- ❖ Εκτίμηση πρακτικών ζητημάτων και ενδεχόμενων προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν.
- ❖ Επιλογή των τρόπων ανάλυσης δεδομένων.
- ❖ Πρακτικές βλέψεις για το είδος της θεωρητικής μορφής την οποία θα λάβουν τα αποτελέσματα.
- ❖ Σκέψεις για τους τρόπους δημοσιοποίησης των ερευνητικών ευρημάτων.⁴²

⁴¹<https://cears.edu.gr/νέα/posotiki-vs-poiotiki/>

⁴²<https://cears.edu.gr/νέα/posotiki-vs-poiotiki/>

Μετά από όλα αυτά οι ερευνητές εξαιτίας της αύξησης των κοινωνικών φαινομένων (μετανάστευση, προσφυγικό, φτώχεια, ανεργία, προκαταλήψεις, παιδική κακοποίηση κ.λ.τ) οφείλουν να δώσουν την πραγματική διασταση των φαινομένων παρουσιάζοντας τα αληθή στοιχεία της έρευνας ώστε τα αποτελέσματα αυτά να είναι σε θέση να βοηθήσουν τοσούτο στην αντιμετώπιση όσο και στην πρόληψη των φαινομένων αυτών στο μέλλον.

5.3) ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για να μπορέσει να χαρακτηριστεί μια έρευνα αντικειμενική και αληθής εκτός από τις διαδικασίες της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας οι οποίες ανήκουν στην κατηγορία των δευτερογενών πηγών έρευνας ο μελετητής θα πρέπει να προβεί σε μια επιτόπια πρωτογενής έρευνα. Έτσι, παρόλη την ευκολία που προσφέρει η χρήση δευτερογενών στοιχείων, κάθε μελετητής, κάποια στιγμή, σε κάποια από τις μελέτες του θα υποχρεωθεί να συλλέξει μόνος του τα στοιχεία που χρειάζεται.

Ο καλύτερος τρόπος απόκτησης πρωτογενών στοιχείων είναι μέσα από μια επιτόπια έρευνα η οποία έχει ως σκοπό της να συλλέξει μέσα από τις απαντήσεις ορισμένων ερωτημάτων, πληροφορίες οι οποίες θα σταθούν ικανές να επιλύσουν οποιοδήποτε πρόβλημα προκύψει στην έρευνα. Με άλλα λόγια η διεξαγωγή μιας επιτόπιας έρευνας αποτελεί το «κλειδί» της απόκτησης εμπειρικής γνώσης πάνω σε κάθε θέμα μελέτης.

Η επιτόπια έρευνα αποτελείται τόσο από την αντικειμενική όσο και την υποκειμενική της πλευρά. Συγκεκριμένα όσον αφορά την αντικειμενική της πλευρά τα στοιχεία τα οποία δεν μπορούν να παραλείπονται είναι 1) η τεκμηρίωση σχετικά με ένα φαινόμενο και 2) η αποδοχή του φαινομένου αυτού σε παγκόσμιο επίπεδο. Ένω από την άλλη για να υπάρξει η υποκειμενική της μορφή κύρια στοιχεία τα οποία δεν μπορούν να παραληφθούν είναι 1) η διαμόρφωση του ερωτηματολογίου και 2) η εστίαση αυτού προς το ευρύ κοινό

Η διαδικασία διεξαγωγής μιας επιτόπιας έρευνας ακολουθεί τα εξής βήματα:

1. Επιλογή περιοχής
2. Βιβλιογραφία
3. Σαφής καθορισμός του προβλήματος
4. Επιλογές δειγματοληψίας
5. Επιλογή τεχνικής συλλογής στοιχείων
6. Διατύπωση ερώτησης ερωτηματολογίου

7. Σχεδιασμός ερωτηματολογίου⁴³

Οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται σε μια επιτόπια έρευνα είναι είτε η συνέντευξη είτε η χρήση ερωτηματολογίων. Στην δεύτερη περίπτωση τα στοιχεία της έρευνας είτε παραδίδονται και λαμβάνονται πίσω την ίδια στιγμή είτε αποστέλονται ταχυδρομικώς.

Οι παράγοντες οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν την επιλογή ή μη της επιτόπιας έρευνας είναι:

1. Το περιεχόμενο της έρευνας
2. Η ποσότητα αλλά και η ποιότητα του δείγματος
3. Η χρονική διάρκεια που θα χρειαστεί ώστε να τελειώσει η έρευνα
4. Το πόσο ανταπόκριση θα έχει η έρευνα αυτή από το κοινό
5. Σε ποια γεωγραφική περιφέρεια θα διαπραχθεί η έρευνα
6. Πόσοι αξιοποιήσιμοι πόροι υπάρχουν
7. Πόσος θα είναι ο απαιτούμενος χρόνος συμπλήρωσης ενός ερωτηματολογίου⁴⁴

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΠΑΝΔΗΜΙΑ COVID 19

ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID 19

Η πανδημία της νόσου του κορονοϊού 2019 (COVID-19) είναι μια τρέχουσα πανδημία η οποία ήρθε απροσδόκητα για όλους τους ανθρώπους σε παγκόσμιο επίπεδο. Το μέρος στο οποίο εντοπίστηκε και αναγνωρίστηκε για πρώτη φορά είναι στην πόλη Ουχάν της Κίνας, τον Δεκέμβριο του 2019.

Ο ιός έχει την τάση να μεταδίδεται μεταξύ των ανθρώπων μέσω των σταγονιδίων που παράγονται στον αέρα όταν οι άνθρωποι φτερνίζονται ή βήχουνδηλαδή μέσω της μύτης και του στόματος.Ο χρόνος που μεσολαβεί μεταξύ της έκθεσης ενός ατόμου στην μολυνση εξαιτίας του ιού και της εμφάνισης συμπτωμάτων είναι συνήθως το χρονικό περιθώριο από 2 έως 14 ημέρες. Σύμφωνα με τους ειδικούς της υγείας αλλά και τους εξειδικευμένους ερευνητές τα συμπτώματα τα οποία προέρχονται από τον κορονοϊό συχνά μπορεί να περιλαμβάνουν πυρετό, βήχα, δυσκολίες στην αναπνοή καθώς πιθανή απώλεια γεύσης και όσφρησης.

⁴³<https://slideplayer.gr/slide/3099100/>

⁴⁴<https://slideplayer.gr/slide/3099100/>

Οι εμβολιασμοί ξεκίνησαν στα τέλη 2020 και έχουν γίνει έως και σήμερα περισσότεροι από 218 εκατομμύρια σε παγκόσμιο επίπεδο ενώ ο ρυθμός εμβολιασμού είναι λίγο πάνω από τα έξι εκατομμύρια ημερησίως⁴⁵. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΔΥ ο εμβολιασμός στην Ελλάδα ξεκίνησε την 1/04/2021 και μέχρι σήμερα έχει εμβολιαστεί ένα σημαντικό κομμάτι των ανθρώπων της.⁴⁶ Συγκεκριμένα με τις 64.421 δόσεις εμβολίων που χορηγήθηκαν η Ελλάδα συμπλήρωσε τους 3.201.212 εμβολιασμούς. Από αυτούς, οι 2.214.660 αφορούν χορήγηση πρώτης δόσης και οι 986.552 τον πλήρη εμβολιασμό.⁴⁷

Οι επαγγελματίες δημόσιας υγείας τονίζουν τη σημασία των βασικών πρακτικών υγιεινής στην πρόληψη της μόλυνσης και για τον λόγο αυτόν προτείνουν κατευθυντήριες οδηγίες όπως 1) το πλύσιμο των χεριών, 2) την διατήρηση της απόστασης τουλάχιστον 2 μέτρων από τους υπόλοιπους ανθρώπους που φαίνεται να έχουν συμπτώματα και 3) την άμεση αποφυγή επαφής με προσώπα είτε οικογενειακά είτε φιλικά και κυρίως με άτομα μεγάλης ηλικίας που φαίνεται να παρουσιάζουν συμπτώματα για χρονικό διάστημα τουλάχιστον 14 ημερών για την πρόληψη τόσο αυτών όσο και δική μας από την νόσο.

Η πανδημία έχει κηρυχθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (Π.Ο.Υ.) ως «Έκτακτη Ανάγκη Δημόσιας Υγείας Διεθνούς Ενδιαφέροντος» (PHEIC), με βάση τις πιθανές επιπτώσεις που θα μπορούσε να έχει ο ιός εάν εξαπλωθεί σε χώρες με ασθενέστερα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης.⁴⁸

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας κληθήκαμε να αντλήσουμε πληροφορίες σχετικά με το θέμα του τουρισμού της τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα στην περίοδο της πανδημίας του Covid 19 στο Παρελθον, στο Παρον καθώς και στο Μέλλον. Το εργαλείο που χρησιμοποιήσαμε για να αντλήσουμε αυτές τις πληροφορίες ήταν το ερωτηματολόγιο, από το οποίο θα σας παραθέσουμε και τα αποτελέσματα του. Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 12 ερωτήσεις και οι ερωτηθέντες ήταν 100 άτομα, τα οποία επιλέχθηκαν με βάση την ηλικιακή τους ομάδα στην είσοδο-έξοδο μεγάλου εμπορικού καταστήματος. Η διαδικασία της περισυλλογής των αποτελεσμάτων έγινε μέσω των ερωτηματολογίων στα οποία

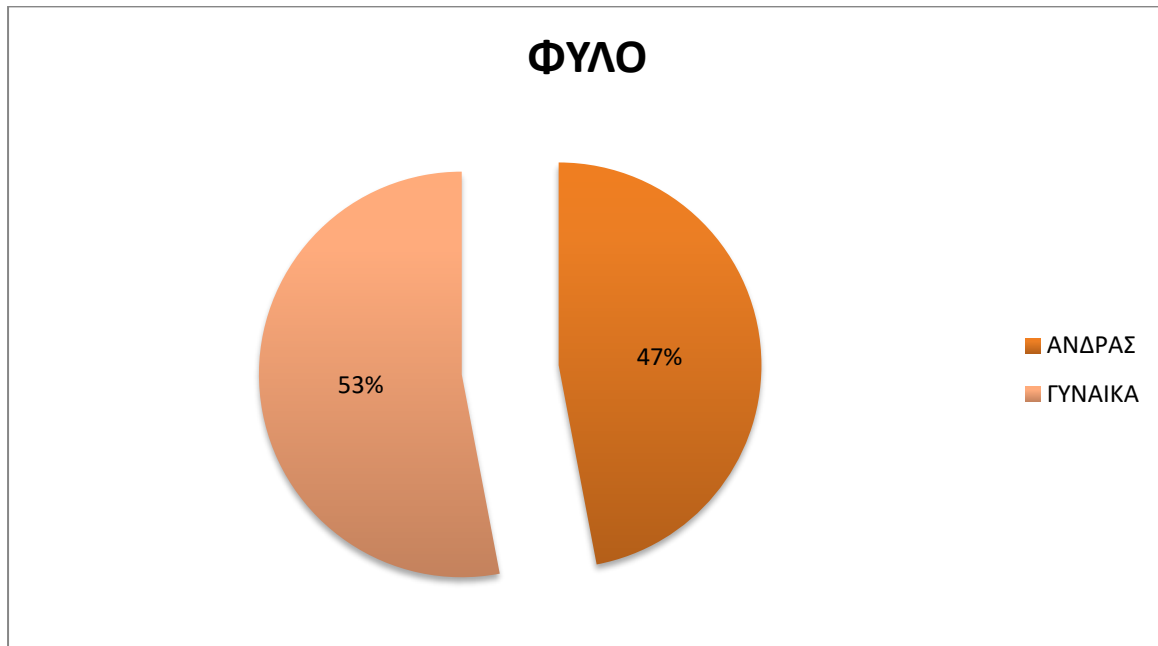
⁴⁵<https://www.bloomberg.com/graphics/covid-vaccine-tracker-global-distribution/>

⁴⁶<https://eody.gov.gr/wp-content/uploads/2021/03/20210301.pdf>

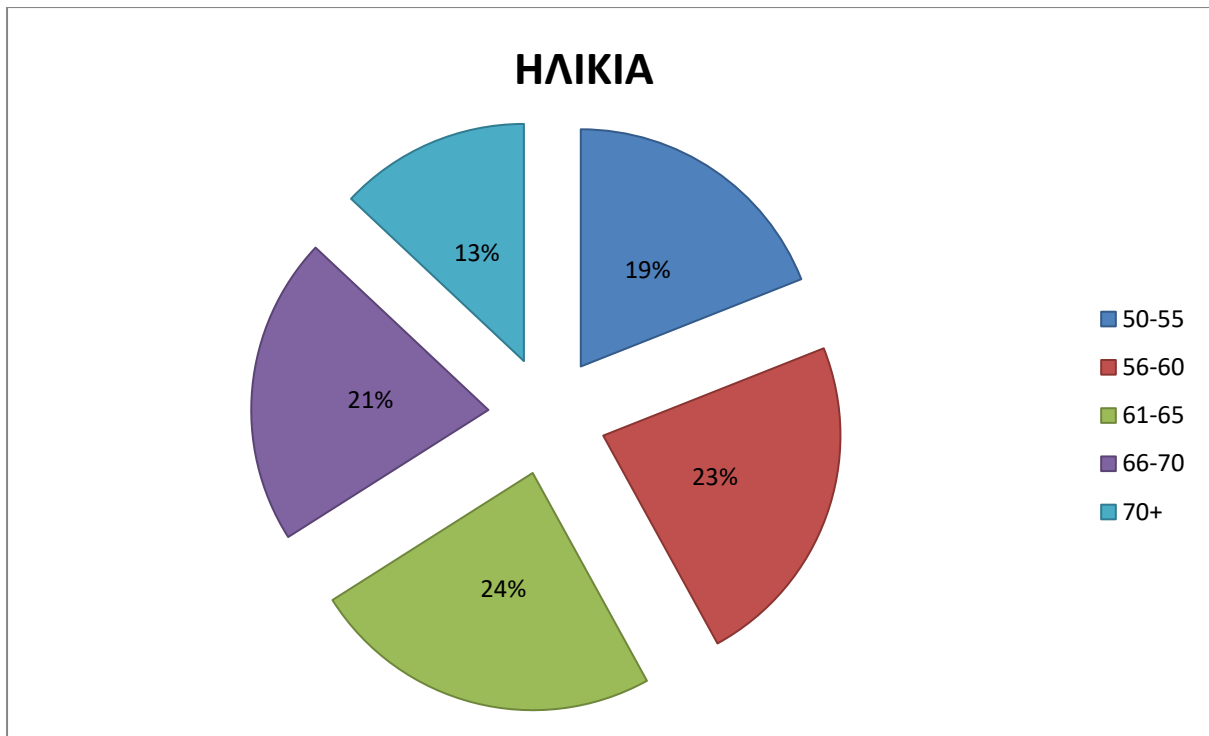
⁴⁷<https://www.iatronet.gr/article/101011/posoi-ehoyne-emboliastei-sthn-ellada-ana-hlikia-ta-pososta-stoys-yeionomikoys-pinakas>

⁴⁸World Health Organization: [https://www.who.int/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))

κλήθηκαν να απαντήσουν και ο τρόπος ανάλυσης των δεδομένων αυτών έγινε μετά από την καταμέτρηση και κατηγοριοποίηση των ερωτήσεων μέσω του φύλλου εργασίας (Excel).

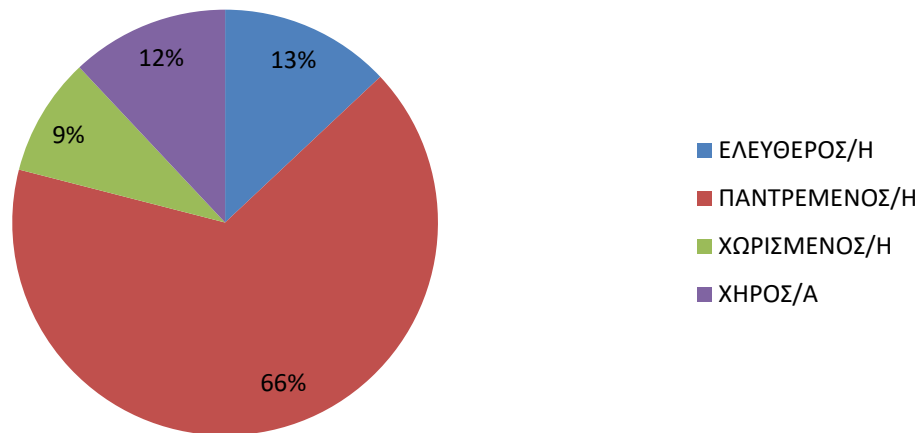


Σύμφωνα με την έρευνα το ποσοστό των ερωτηθέντων που αφορά γυναikές αντιστοιχεί στο 53% έναντι αυτού των ανδρών που ανέρχεται σε ποσοστό της τάξεως του 47%.



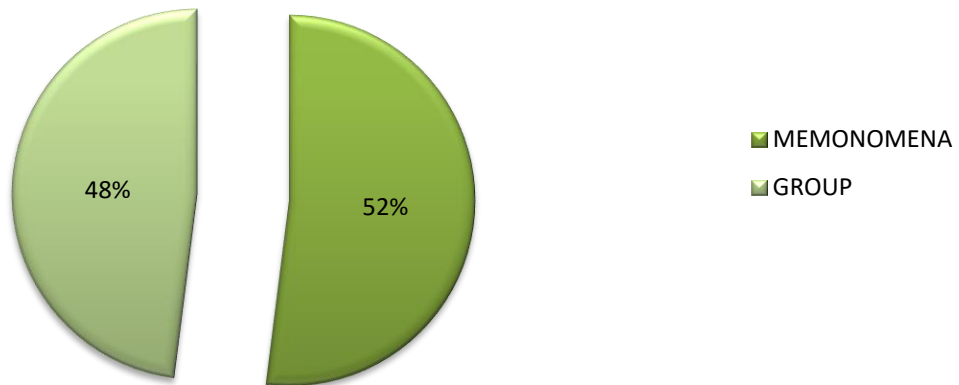
Οι ηλικιακές ομάδες στις οποίες εντάσσονται οι ερωτηθέντες είναι από 50 έως 70+ ετών και το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξεως του 24% οι οποίοι απάντησαν ανήκουν στις ηλικίες 61-65. Επιπλέον το 23% παρατηρήτε ότι ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 56-60. Το αμέσως επόμενο ποσοστό είναι το 21% και αντιστοιχεί σε άτομα ηλικίας 66-70. Με ποσοστό 19% απάντησαν οι άνθρωποι που η ηλικιακή τους ομάδα κυμαίνεται μεταξύ των 50-55 ετών. Τέλος παρατηρήτε και ένα ποσοστό της τάξεως του 13% το οποίο ανήκει στις ηλικίες 70+.

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ



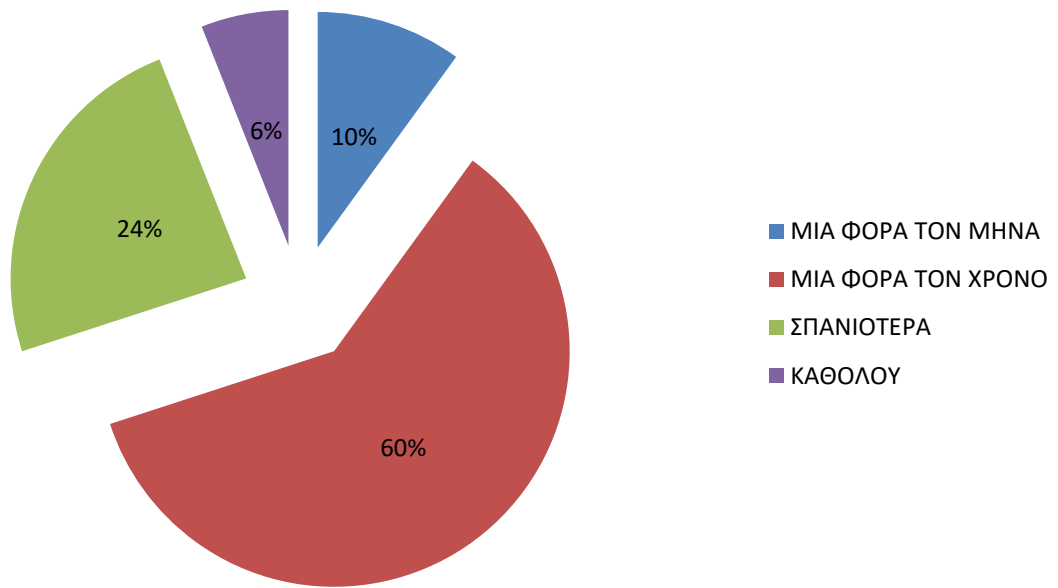
Μέσω της έρευνας μας στην ερώτηση για την οικογενειακή τους κατάσταση οι περισσότεροι με ποσοστό 66% δηλώσαν ότι είναι παντρεμένοι και ότι πηγαίνουν οικογενειακά ταξίδια, ενώ παράλληλα υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 9% οι οποίοι δήλωσαν ότι είναι χωρισμένοι και επομένως επιλέγουν να πάνε διακοπές μόνοι τους. Εκτός όμως από τα ποσοστά αυτά στο γράφημα παρατηρούνται τόσο το ποσοστό του 13% το οποίο αφορά ανθρώπους οι οποίοι βρίσκονται να είναι ελεύθεροι και αυτό τους επιτρέπει να πηγαίνουν ταξίδια είτε με φιλικά πρόσωπα είτε μόνοι τους, όσο και το ποσοστό της τάξεως του 12% το οποίο αφορά ανθρώπους οι οποίοι είναι χήροι/ες και είτε δεν επιλέγουν να κάνουν κάποιο ταξίδι είτε το πραγματοποιούν με κάποιο οικογενειακό ή φιλικό τους πρόσωπο.

ΠΩΣ ΣΑΣ ΑΡΕΣΕΙ ΝΑ ΤΑΞΙΔΕΥΕΤΕ;



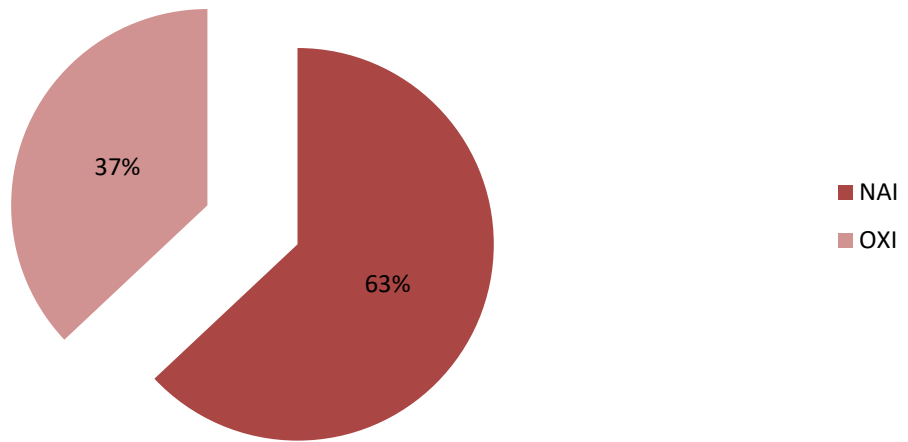
Στην ερώτηση «Πως σας αρέσει να ταξιδεύετε» οι περισσότεροι με ποσοστό 52% απάντησαν ότι προτιμούν να ταξιδεύουν μεμονομένα, σχεδιάζοντας με αυτόν τον τρόπο οι ίδιοι το μέρος που θα πάνε, το χρονικό διάστημα που θα διαρκέσει το ταξίδι τους, τον τρόπο μεταφοράς τους προς τον προορισμό της επιλογής τους καθώς και γενικότερα να δημιουργήσουν μόνοι τους το ιδανικό για αυτούς ταξίδι. Από την άλλη με μικρή διαφορά και με ποσοστό 48% υπήρχαν και αυτοί που απάντησαν ότι θα τους άρεσε περισσότερο να ταξιδεύουν μαζί με μια ομάδα ανθρώπων (group) στο οποίο το ταξίδι είναι δημιουργημένο και οργανωμένο όχι από τους ίδιους αλλά από κάποιο ταξιδιωτικό πράκτορα. Μέσω αυτού του τρόπου επιλογής ταξιδιού θεωρούν ότι είναι πιο ευκολή η επικοινωνία με άλλους ανθρώπους, καθώς και ότι είναι περισσότερο οργανωμένα τα ταξίδια σε σχέση με αυτά των μεμονομένων ταξιδιών.

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΤΑΞΙΔΕΥΕΤΕ;



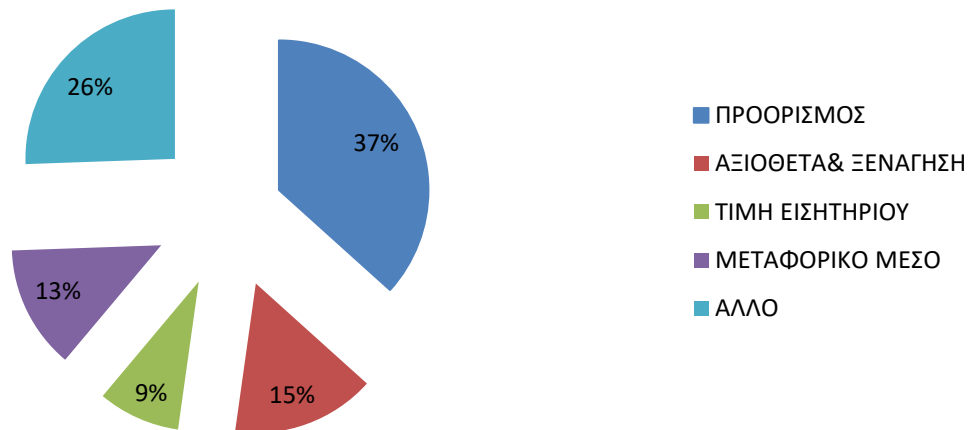
Παρόλο την μεγάλη επιθυμία των ανθρώπων να ταξιδέψουν, αυτό που γίνεται εμφανές μέσα από την έρευνα είναι ότι η καθημερινότητα και οι πολύωρες ασχολίες τους δεν τους επιτρέπουν να πηγαίνουν συχνά ταξίδια. Συγκεκριμένα το μεγαλύτερο ποσοστό 60% απάντησε ότι πηγαίνει διακοπές μια φορά τον χρόνο. Το ποσοστό αυτό δηλώνει τόσο τον τρόπο όσο και τις προτεραιότητες των ανθρώπων βάζοντας σε δεύτερη «μοίρα» τα ταξίδια αναψυχής και αποφυγής από το άγχος της καθημερινότητας. Για τον ίδιο λόγο υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξεως του 24% οι οποίοι εξαιτίας του γρήγορου ρυθμού ζωής που επικρατεί στις μέρες μας δηλώνει ότι κάνει διακοπές πολύ πιο σπάνια ακόμα και από το «μια φορά τον χρόνο». Το ποσοστό αυτό αφορά ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας ή ακόμη και επιχειρηματίες οι οποίοι κατανέμουν διαφορετικά τις προτεραιότητες και τις επιθυμίες τους. Επιπρόσθετα υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί στο 10% και αφορά ανθρώπους που απάντησαν ότι ταξιδεύουν μια φορά τον μήνα. Το ποσοστό αυτό αντιπροσωπεύει αυτούς οι οποίοι πηγαίνουν κάποιο επαγγελματικό ταξίδι και όχι ταξίδια αναψυχής, αφορά δηλαδή άτομα τα οποία επιέγει ο κάθε επαγγελματικός τομέας να στέλνει σε διάφορα μέρη για να μπορέσουν να πραγματοποιήσουν μια επαγγελματική εγγρασία. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι το ποσοστό της τάξεως του 6% οι οποίοι απάντησαν ότι δεν πηγαίνουν καθόλου διακοπές και ότι επιλέγουν να παραμείνουν στα σπίτια τους. Αξίζει να τονιστεί ότι οι άνθρωποι οι οποίοι απάντησαν «καθόλου» ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 70+ επομένως είναι λογικό να επιλέγουν την παραμονή τους στο οικείο για αυτούς περιβάλλον παρά την εξερεύνηση κάτι καινούργιο.

ΠΡΟΤΙΜΑΤΕ ΤΑΞΙΔΙΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ;



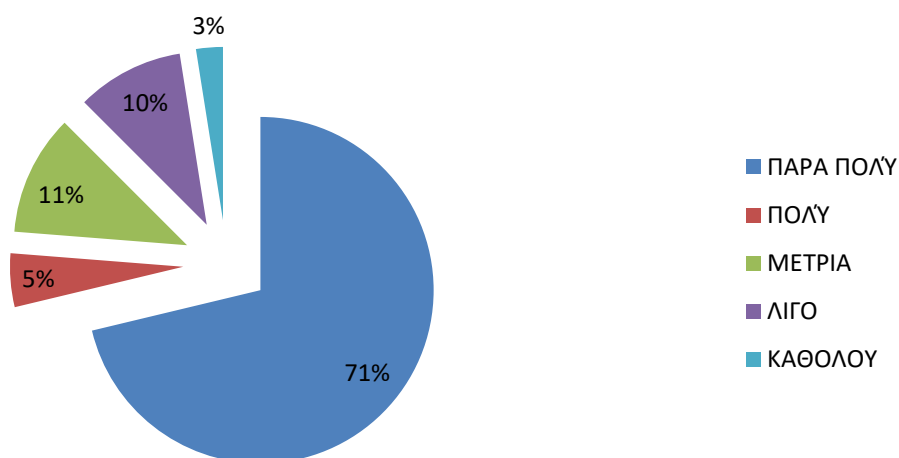
Πάρα τα προβλήματα και το άγχος της καθημερινότητας οι άνθρωποι ολοένα και περισσότερο επιθυμούν να διευρύνουν τους ορίζοντες τους μαθαίνοντας καινούργια πράγματα, προσελκύνοντας καινούργιες εμπειρίες και εξερευνώντας καινούργια μέρη ταξιδεύοντας σε αυτά. Μέσα από την έρευνα προκύπτει ότι οι άνθρωποι δεν φοβούνται να ταξιδέψουν στο εξωτερικό, να φύγουν δηλαδή από την χώρα και τον τόπο τους εξερευνώντας καινούργιες εμπειρίες. Αυτό επιβεβαιώνεται και από το ποσοστό της τάξεως του 63% οι οποίοι απάντησαν θετικά στο αν προτιμούν ταξίδια στο εξωτερικό. Υπάρχουν βέβαια και αυτοί οι οποίοι δεν επιθυμούν και ίσως ακόμη και να φοβούνται να «ξεφύγουν» από το οικείο για αυτούς περιβάλλον όπως είναι το σπίτι και η χώρα τους. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται με ένα ποσοστό της τάξεως του 37% το οποίο αντιπροσωπεύει ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπων.

ΠΟΙΟ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟ ΚΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΝΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ;



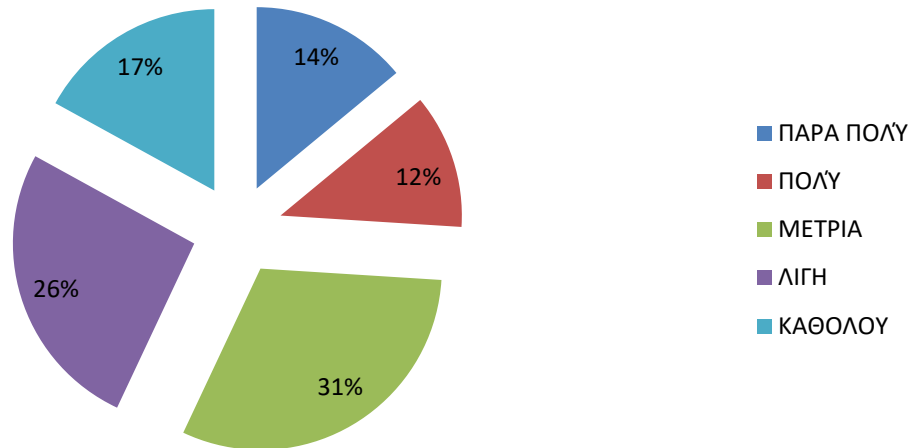
Εκτός από την εμπειρία και την απόκτηση γνώσεων μέσα σε ένα ταξίδι συχνά υπάρχουν και άλλα κριτήρια τα οποία είναι ικανά να κάνουν τον επισκέπτη να επιθυμεί να ταξιδέψει. Κάποια από αυτά τα κριτήρια είναι ο προορισμός στον οποίο θα επιλέξει να πάει ένας ταξιδιώτης, τόσο τα αξιοθέατα που θα δει όσο και η ξενάγηση που θα ακολουθήσει με σκοπό να αποκομήσει αλλά και να εμπεδώσει περισσότερα στοιχεία και γνώσεις σχετικά με τα αξιοθέατα, η μεταφορά αλλά και η τιμή του εισιτηρίου τα οποία έχουν σημαντικό ρόλο στην οργάνωση και πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Εκτός βεβαίως από αυτούς τους λόγους πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν να ταξιδέψουν για να επισκεφθούν κάποιο συγγενικό ακομή και φιλικό τους πρόσωπο ή απλα ταξιδεύουν με σκοπό να εξερευνήσουν και μάθουν νέους προορισμούς και νέα μέρη. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας το μεγαλύτερο ποσοστό θεωρεί σημαντικότερο κριτήριο επιλογής ενός ταξιδιού τον προορισμό με ποσοστό 37%. Το ποσοστό αυτό υποδηλώνει ότι ο κάθε ταξιδιώτης προτιμά να επισκεφθεί έναν όμορφο προορισμό στον οποίο μπορεί να έχει ξανα βρεθεί και στο παρελθόν και κάποια στοιχεία αυτού να τον κάνουν να θέλει να τον ξανα επισκεφθεί. Ένα επίσης μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 26% θεωρεί ότι το σημαντικότερο για την επιλογή ενός ταξιδιού είναι κάτι διαφορετικό δηλαδή πολλοί από αυτούς επιλέγουν την οργάνωση ενός ταξιδιού με σκοπό την επίσκεψη κάποιου συγγενικού ή φιλικού προσώπου το οποίο συχνά έχουν καιρό να δούν και να επισκεφθούν. Με μικρή μεταξύ τους διαφορά παρατηρείται το ποσοστό του 15% και του 13% τα οποία αφορούν τόσο την ξενάγηση και τα αξιοθέατα που θα παρακαλουθήσει ο ταξιδιώτης κατά την παραμονή του στον συγκεκριμένο προορισμό (15%) όσο τον τρόπο μεταφοράς τους στον προορισμό της επιλογής τους (π.χ. αυτοκίνητο, τρένο, αεροπλάνο, πλοίο). Τέλος το μικρότερο ποσοστό 9% αφορά την τιμή του εισιτηρίου, δηλαδή τους ενδιαφέρει περισσότερο το κομμάτι των χρημάτων τα οποία θα δαπανήσουν με σκοπό την διεξαγωγή ενός ταξιδιού. Πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν οικονομικούς και συνήθως κοντινούς προορισμούς

ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΕΝΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ;



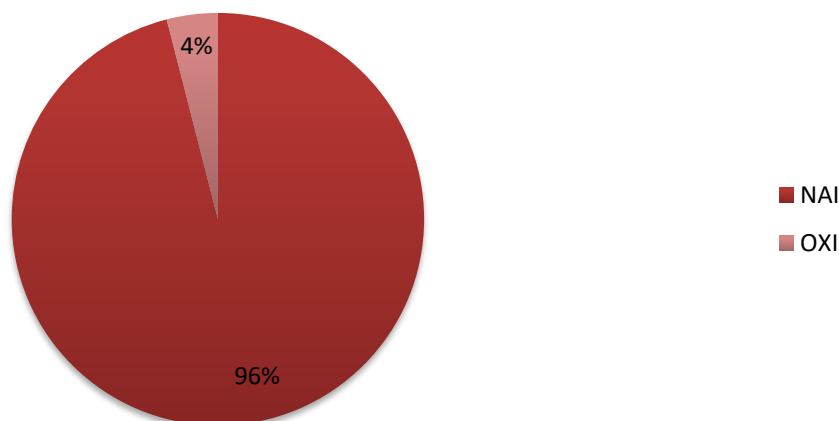
Το εισόδημα και γενικότερα τα χρήματα κατέχουν μεγάλο ρόλο στις μέρες μας. Οι πολλές υποχρεώσεις αλλά και απαιτήσεις της κοινωνικής ζωής έχουν κάνει τους ανθρώπους να σκέφτονται περισσότερο το μέρος ή τον τρόπο με τον οποίο θα αξιοποιήσουν τα εισοδηματά τους. Συγκεκριμένα στο πόσο σημαντικό είναι το εισόδημα στην διεξαγωγή ενός ταξιδιού το μεγαλύτερο ποσοστό 71% των ερωτηθέντων απάντησε “Πάρα πολυ”. Αυτό συμβαίνει γιατί όσο και αν έχει την ανάγκη κάποιος να πάει διακοπές και να ξεφύγει από το άγχος και τα προβλήματα της εποχής γνωρίζει και το οικονομικό κόστος το οποίο χρειάζεται ώστε να μπορέσει να υλοποιήσει το ταξίδι αυτό, και συνήθως το κόστος αυτό είναι μεγάλης χρηματικής αξίας. Εντυπωσιακά είναι τα ποσοστά της τάξεως του 10% και του 11% οι οποίοι υποστηρίζουν ότι η αξία του εισοδήματος στην πραγματοποίηση των ταξιδιών έχει “μέτρια” (11%) ή και “λίγα” (10%) αποτελέσματα. Οι άνθρωποι αυτοί θεωρούν ότι μπορεί κάποιος να παεί διακοπές ακόμα και με κάποιο χαμηλό εισόδημα διαχειρίζοντας ο ίδιος τόσο τα χρήματά του όσο και την καλοπέραση και αναψυχή του. Υπαρχει επιπλέον ένα ποσοστό της τάξεως του 5% όπου πιστεύει ότι η επίδραση του εισοδήματος έχει “Πολύ” μεγάλη σημασία για την οργάνωση ενός ταξιδιού. Το ποσοστό αυτό είναι ένα μικρό ποσοστό σε σχέση με τα υπόλοιπα, παραταύτα όμως οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι όταν κάποιος επιλέξει να διοργανώσει ένα ταξίδι θα πρέπει να έχει χρήματα για να μπορέσει να ανταπεξέλθει σε αυτό. Πιο συγκεκριμένα ανέφεραν ότι τα χρήματα παίζουν σημαντικό ρόλο στην ποιότητα της διασέδασης και της ξεκούρασης που θα επιλέξει κάποιος. Τέλος αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι το μικρότερο ποσοστό της τάξεως του 3% οι οποίοι απάντησαν “Καθόλου”. Πιο συγκεκριμένα το ποσοστό αυτό των ανθρώπων θεωρεί ότι δεν είναι υποχρεωτικό και απαραίτητο να υπάρχει το εισόδημα ή τα απαραίτητα χρήματα για μπορέσει να πάει κάποιος διακοπές και πως υπάρχουν εναλλακτικοί τρόποι στο να μπορέσεις να ψυχαγωγηθείς και να χαλαρώσεις.

ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΑΠΟ ΑΤΟΜΑ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΕ ΚΑΙΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ (COVID-19);



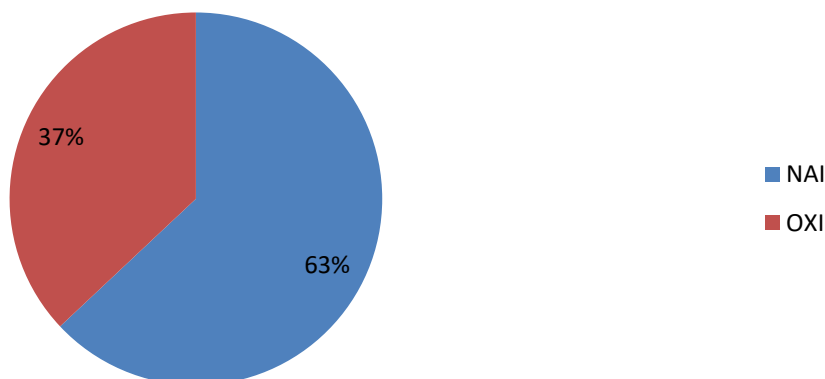
Ο τουρισμός αποτελεί την μεγαλύτερη βιομηχανία ψυχαγωγίας και διασκέδασης για τον λόγο αυτόν και η ζήτηση του είναι πολύ μεγάλη ανεξαρτήτου ηλικίας, καταγωγής ή φυλου. Στις μέρες μας και εξαιτίας της πανδημίας (covid 19) αυτό φαίνεται να έχει αλλάξει και οι άνθρωποι και ιδιαίτερα όσοι βρίσκονται στην ηλικιακή ομάδα της τρίτης ηλικίας φοβούνται ή επιθυμούν σε μικρότερο βαθμό να πραγματοποιήσουν ταξίδια ψυχαγωγικού χαρακτήρα. Για τον λόγο αυτό στην ερώτηση “αν θεωρούν ότι υπάρχει ζήτηση στον τουρισμό από άτομα τρίτης ηλικίας” το μεγαλύτερο ποσοστό 31% κρατούσαν μια ουδέτερη στάση και απάντησαν ότι η ζήτηση βρίσκεται σε μέτρια επίπεδα. Ένα επίσης μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 26% απάντησε ότι η ζήτηση από άτομα τρίτης ηλικίας είναι λίγη γιατί εξαιτίας της παρούσας κατάστασης οι ηλικιωμένοι φοβούνται περισσότερο απ’ότι παλιότερα για την υγεία τους. Ένα επιπλέον ποσοστό το οποίο αξίζει να σημειωθεί είναι το ποσοστό του 17% το οποίο αφορά τους μεγαλύτερους ηλικιακά ανθρώπους οι οποίοι κλήθηκαν να απαντήσουν στην έρευνα και δήλωσαν ότι θεωρούν πως η ζήτηση του τουρισμού είναι μηδαμινής σημασίας για τους ίδιους και για τους υπόλοιπους της δικίας τους ηλικιακής ομάδα πόσο μάλλον μέσα στην εποχή της πανδημίας. Τέλος δύο ποσοστά τα οποία έχουν μεγάλη σημασία είναι τόσο το ποσοστό του 14% όσο και το ποσοστό του 12%. Είναι δύο ποσοστά με μικρή διαφορά μεταξύ τους και με μεγαλύτερη από τα υπόλοιπα ποσοστά της έρευνας τα οποία θεωρούν ότι η ζήτηση και η επιθυμία από τους ανθρώπους της τρίτης ηλικίας για τουρισμό ακόμη και σε περίοδο πανδημίας είναι πάρα πολύ (14%) ή απλά πολύ μεγάλη(12%). Οι άνθρωποι που ανήκουν στις κατηγορίες των δύο τελευταίων ποσοστών θεωρούν ότι η αναγκή των ανθρώπων για ψυχαγωγία και ζωή δεν πρόκειται να σταματήσει, επομένως δεν θα σταματήσουν να διοργανώνουν και να διεξάγουν ταξίδια τέτοιου χαρακτήρα είτε σε καιρό πανδημίας είτε όχι

ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ (COVID-19) ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΣΤΙΣ ΜΕΡΕΣ ΜΑΣ;



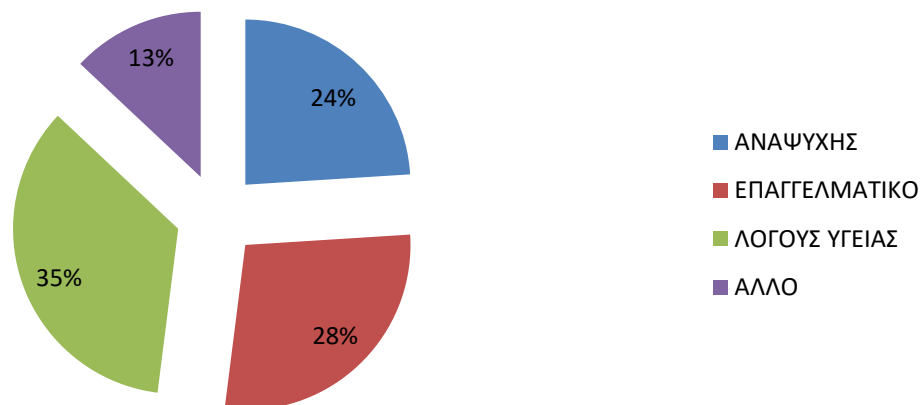
Η πανδημία (covid 19) η οποία εξελίσσεται ραγδαία και με εντατικούς ρυθμούς απασχολώντας τόσο το κοινωνικό σύνολο όσο και γενικότερα τις ανθρώπινες σχέσεις, επηρεάζοντας τις σε πολύ μεγάλο βαθμό συγκριτικά με τις εποχές πριν από αυτήν. Εκτός όμως από τις ανθρώπινες σχέσεις η πανδημία έχει επηρεάσει και τον τρόπο σκέψης των ανθρώπων σε πολλά θέματα. Μέσω της έρευνας και συγκεκριμένα στην ερώτηση “αν θεωρείτε ότι η πανδημία έχει επηρεάσει τον τρόπο επιλογής ενός ταξιδιού στις μέρες μας” το μεγαλύτερο ποσοστό 96% απάντησε θετικά. Αυτό συμβαίνει γιατί τόσο ο εγλησμός όσο και η ξαφνική αλλαγή στην καθημερινότητα των ανθρώπων (π.χ. μάσκες, αντισηπτικά, αποστάσεις κτλ.) έχουν κάνει τους ανθρώπους να σκέφτονται περισσότερο την υγεία τους και λιγότερο το κομμάτι της καλοπέρασης τους. Συγκεκριμένα όσον αφορά τους μεγαλύτερους ηλικιακά ανθρώπους, η πανδημία τους έχει επηρεάσει σημαντικά στον τρόπο με τον οποίο θα επιλέξουν ή θα πάνε σε κάποια περιοχή ή σε κάποιο άλλο μέρος. Από την άλλη πλευρά υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 4% το οποίο θεωρεί ότι τα ταξίδια γίνονται με τον ίδιο τρόπο που πραγματοποιούνταν παλαιότερα, χωρίς δηλαδή οι άνθρωποι να προσέχουν τόσο για την υγεία τους αλλά να νοιάζονται κυρίως για το πώς θα περάσουν καλά και θα ξεφύγουν από τα προβλήματα της κοινωνίας και την καθημερινή τους ρουτίνα, να είναι δηλαδή όπως ακριβώς ήταν πριν μπει στην καθημερινότητα μας η πανδημία.

ΘΑ ΕΠΙΛΕΓΑΤΕ ΝΑ ΠΑΤΕ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΕ ΚΑΙΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ (COVID-19);



Όλοι μας πολλές φορές νιώθουμε την ανάγκη να πάμε κάποιο ταξίδι, όλοι ανεξαιρέτως φύλου και ηλικίας. Σε κάθε περίπτωση της ζωής του ο καθένας προσπαθεί να «ξεκλέψει» χρόνο από την εργασία του ή από τις σπουδές του για να μπορέσει να ταξιδέψει αφήνοντας πίσω του με αυτόν τον τρόπο τόσο τα κοινωνικά όσο και τα προσωπικά του προβλήματα. Η ανάγκη αυτή συχνά εντοπίζεται και στους ηλικιωμένους, οι οποίοι εξαιτίας του εγκλισμού τους τόσο στο σπίτι τους όσο και στην ευρύτερη περιοχή τους νιώθουν συχνά την επιθυμία να «αποδράσουν» από αυτό και να πάνε να περάσουν όμορφες στιγμές βλέποντας οικογενειακά και φιλικά τους πρόσωπα. Για τον λόγο αυτό οι ερωτηθέντες όταν ρωτήθηκαν εάν θα πήγαιναν διακοπές μέσα στην περίοδο της πανδημίας το μεγαλύτερο ποσοστό 63% απάντησαν ότι θα πήγαιναν. Μέσω αυτού του μέγαλου ποσοστού φαίνεται ολοκάθαρα το πόσο ανάγκη έχουν οι άνθρωποι να αποδράσουν από το άγχος και τα προβλήματα της καθημερινότητας και πόσο μάλλον από τα προβλήματα που τους δημιούργησε η πανδημία (covid 19). Εκτός όμως από το ποσοστό του 63% υπάρχει ένα εξίσου μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 37% οι οποίοι απάντησαν ότι δεν θα επέλεγαν να πάνε διακοπές εν καιρό πανδημίας. Οι άνθρωποι αυτοί είναι άνθρωποι μεγαλύτερη ηλικίας (70+) οι οποίοι έχουν κάποιο πρόβλημα υγείας και φοβούνται ότι μέσω της πανδημίας θα χειροτερέψει ή ακομή και να φοβούνται να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι εξαιτίας των συνεχώς αυξανόμενων αριθμό κρουσμάτων που εντοπίζονται σε καθημερινή βάση. Το ποσοστό αυτό είναι ικανό να μας δείξει τόσο την επιθυμία που δείχνουν οι άνθρωποι σχετικά με τον τρόπο και τον χρόνο διεξαγωγής ενός ταξιδιού αλλά και την δυσαρέσκεια που δείχνουν κάποιοι άλλοι μέσα σε μια εποχή μιας παγκόσμιας πανδημίας (covid 19).

ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ ΛΟΓΟ ΘΑ ΕΠΙΛΕΓΑΤΕ ΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ (COVID-19);



Στις μέρες μας υπάρχουν πολλών ειδών ταξίδια και λόγοι ταξιδιών που θα έκαναν κάποιον να πάρει την απόφαση να πραγματοποιήσει κάποιο ταξίδι. Τα ταξίδια αυτά συχνά είναι είτε επαγγελματικού χαρακτήρα, είτε ταξίδια αναψυχής, είτε ταξίδια με σκοπό την υγεία, είτε ταξίδια εξερεύνησης. Εξαιτίας όμως της πανδημίας οι άνθρωποι πηγαίνουν πιο σπάνια ταξίδια και σκέφτονται αρκετές φορές τους λόγους για τους οποίους θα πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι. Συγκεκριμένα μέσα από την έρευνα και συγκεκριμένα στην ερώτηση “αν επιλέγατε να πάτε κάποιο ταξίδι μέσα στην πανδημία για ποιο λόγο θα ήταν” το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξεως του 35% απάντησε “για λόγους υγείας”. Τα άτομα τα οποία θα πραγματοποιούσαν ένα τέτοιο ταξίδι είναι άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με προβλήματα υγείας. Ένα επιπλέον μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 28% απάντησε πως θα επισκεπτόταν ένα άλλο μέρος σε καιρό πανδημίας για καθαρά “επαγγελματικό” σκοπό. Το ποσοστό αυτό αφορά υπαλλήλους μεγάλων ή μικρών επιχειρήσεων οι οποίοι ταξιδεύουν με σκοπό την εκπλήρωση μιας επαγγελματικής συμφωνίας ή την επιτήρηση των εργασιών μιας επιχείρησης τους σε κάποια αλλή πόλη ακόμη και σε κάποιο νησί. Το ποσοστό το οποίο αξίζει να σημειωθεί είναι αυτό του 24% στο οποίο οι ερωτηθέντες που ρωτήθηκαν απάντησαν ότι θα πήγαιναν ταξίδι “αναψυχής” ακόμη και σε καιρό πανδημίας. Αυτό δείχνει την ανάγκη κάποιων ανθρώπων να διασκεδάσουν να τα ξεφυγουν από τους ασφυκτικούς ρυθμούς της καθημερινότητας τους, θέτωντας ως βασική τους προτεραιότητα την ψυχική και σωματική τους υγεία και αφήνοντας σε δεύτερη μοίρα τα υπόλοιπα. Τέλος υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξεως τους 13% οι οποίοι απάντησαν ότι θα επιχειρούσαν ένα ταξίδι εν καιρό πανδημίας για κάποιον “άλλο” λόγο. Οι λόγοι αυτοί μπορεί να είναι είτε οικογενειακοί, δηλαδή να πάνε να επισκεφθούν κάποιο μέλος της οικογένειάς τους το οποίο έχουν καιρό να ανταμώσουν είτε να συναντήσουν κάποιο οικείο-φιλικό τους πρόσωπο με σκοπό να περάσουν ευχάριστες στιγμές κοντά σε αγαπημένα τους πρόσωπα, δείχνοντας πως η αγάπη για τους ανθρώπους του στενού οικογενειακού και φιλικού μας κύκλου είναι πιο «δυνατή» σε σχέση με τον φόβο της αποξένωσης από αυτούς.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συμπεραίνουμε τελικά ότι ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι στις ζωές των ανθρώπων ανεξαρτήτου ηλικίας και φύλου. Όλοι επιθυμούν να πραγματοποιήσουν ταξίδια οποιοδήποτε χαρακτήρα είτε ατομικά είτε μαζικά με σκοπό να ξεφύγουν από το καθημερινό άγχος και την ρουτίνα. Ο τουρισμός σαν γενική έννοια είναι δυτής σημασίας, δηλαδή αποτελείται τόσο από θετικά όσο και από αρνητικά στοιχεία. Κάποια από τα θετικά του στοιχεία είναι ότι μπορεί να αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό την επιχειρηματικότητα η οποία με την σειρά της είναι ικανή να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας καθώς και να αυξήσει τόσο το βιοτικό επίπεδο ενός λαού και ενός τόπου όσο και να διατηρήσει την πολιτιστική του κληρονομιά ανεξίτηλη στο περάσμα του χρόνου. Παράλληλα κάποια αρνητικά που παρουσιάζει συχνά το φαινόμενο του τουρισμού είναι η έλλειψη επικοινωνίας μεταξύ ντόπιων και τουριστών καθώς και η οικονομική επιβάρυνση του κράτους εξαιτίας τόσο των χορηγήσεων όσο και των επιδοτήσεων σε επιχειρήσεις και ξενοδοχειακές μονάδες. Εκτός όμως από τον γενικό όρο του τουρισμού συχνά συναντάτε και ο εναλλακτικός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μια μεταγενέστερη μορφή τουρισμού περιλαμβάνοντας διαφορετικά κίνητρα και διαφορετικό αριθμός τουριστών που τον επιλέγουν. Ο αριθμός των ανθρώπων αυτών είναι πολύ μικρότερος σε σχέση με τον αριθμό αυτών που επιλέγουν να ταξιδέψουν μαζικά σε ένα αυστηρά οργανωμένο πλάνο διακοπών. Η κυριότερη διαφορά είναι ότι στον εναλλακτικό τουρισμό ο τουρίστας επιλεγεί εκείνος το πρόγραμμα του ταξιδιού και γενικά των διακοπών του, κυριαρχώντας έτσι η αυτονομία στις επιλογές του διαφοροποιώντας τον από τον μαζικό τουρισμό στον οποίο υπάρχει και τηρείται ένα οργανωμένο πακέτο διακοπών. Υπάρχουν πολλές κατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες καθορίζουν και το είδος του τουρίστα. Συγκεκριμένα ανάλογα με τον τρόπο επιλογής διακοπών ενός επισκέπτη υπάρχει και το ανάλογο είδος τουρισμού. Οι κατηγορίες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι:

1. Αγροτουρισμός /Αγροτικός τουρισμός
2. Οικοτουρισμός /Οικολογικός τουρισμός
3. Χιονοδρομικός τουρισμός
4. Ορεινός /Ορειβατικός τουρισμός
5. Πολιτισμικός τουρισμός
6. Θρησκευτικός τουρισμός
7. Εκπαιδευτικός /Επιστημονικός τουρισμός
8. Αστικός τουρισμός
9. Συνεδριακός τουρισμός
10. Εκθεσιακός τουρισμός
11. Τουρισμός κινήτρων
12. Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι
13. Θαλάσσιος τουρισμός

14. Τουρισμός κρουαζιέρας
15. Ιαματικός /Θεραπευτικός τουρισμός
16. Τουρισμός ατομών τρίτης ηλικίας

Ο κάθε επισκέπτης επιλέγει την εναλλακτική μορφή τουρισμού που ικανοποιεί σε απόλυτο βαθμό τις επιθυμίες καθώς και τον τρόπο ψυχαγωγίας και χαλάρωσης που παρέχει το είδος του τουρισμού που επιλέγει.

Τόσο ο τουρισμός όσο και οι διακοπές αποτελούν σημαντικό κομμάτι στις ζωές των ανθρώπων διατηρώντας τις ισορροπίες μεταξύ δουλειάς και ξεκούρασης. Τις ισορροπίες αυτές κατάφερε να ταράξει σε αρκετά μεγάλο βαθμό τόσο στις προτιμήσεις όσο και στην συχνότητα επιλογής ενός ταξιδιού η πανδημία του COVID 19, αλλάζοντας ριζικά τον τρόπο σκέψης και προτίμησης ταξιδιών από τους τουρίστες γενικότερα και ειδικότερα τους τουρίστες που ανήκουν στην τρίτη ηλικία. Συγκεκριμένα οι άνθρωποι αυτής της ηλικιακής ομάδας παρόλο που ακόμη επιθυμούν και πηγαίνουν διακοπές πλέον έχει αλλάξει ο ρυθμός και η συχνότητα επιλογής ενός τέτοιου είδους ταξιδιού. Τέλος το συμπέρασμα το οποίο προκύπτει από την παρούσα εργασία είναι ότι παρόλο την εξωγενή παρεμβολή μιας πανδημίας η οποία κατάφερε να διαταράξει με τον δικό της τρόπο τις ισορροπίες οι άνθρωποι έχουν την ανάγκη να αποδράσουν από τα προβλήματα της καθημερινότητάς τους. Ο τρόπος με τον οποίο υλοποιούν την διαδικασία αυτή καταφέρνοντας να ξεφύγουν από το άγχος της καθημερινότητας είναι η οργάνωση τόσο ατομικών-εναλλακτικών διακοπών με δικιά τους αυτονομία και έλεγχο στον τρόπο διασκέδασης και ψυχαγωγίας τους όσο και μαζικών οργανωμένων διακοπών με πιο αυστηρό πρόγραμμα ως προς τον τρόπο και τον χρόνο των διακοπών τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. World Tourism Organization WTO (1997)
2. World Travel & Tourism Council WTTC (2015)
3. Κοινωνική Πρόνοια «Εκθέσεις για το πρόγραμμα 1983-1987», (1985), Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, σελ. 213.

4. Stephen, J. (2003). *ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΣΤΟΝ 21^Ο ΑΙΩΝΑ*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΠΑΠΑΖΗΣΗ
5. Τουρισμός. (21 Μαρτίου 2022). Ανακτήθηκε από <https://el.wikipedia.org/wiki/Τουρισμός>
6. Καραγκούνη Media (1994 – 2022). Εγχώριος τουρισμός στην Ελλάδα. Ανακτήθηκε 3 Νοεμβρίου 2015, από <https://travel-agent.eu/news-for-travel-agents/o-εγχώριος-τουρισμός-στην-ελλάδα-μελέ/>
7. *Σχήμα 1*. Εικόνα αγροτουρισμού
8. *Σχήμα 2*. Εικόνα οικοτουρισμού
9. The International Ecotourism Society. (1990). *What is ecotourism*. Ανακτήθηκε από <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
10. *Σχήμα 3*. Εικόνα χιονοδρομικού τουρισμού
11. *Σχήμα 4*. Εικόνα ορεινού τουρισμού
12. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
Πίνακας 1.1. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 1^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
13. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
14. *Σχήμα 5*. Εικόνα πολιτιστικού τουρισμού
15. OECD (2009) *The Impact of Culture on Tourism*. OECD, Paris
16. *Σχήμα 6*. Εικόνα θρησκευτικού τουρισμού
17. *Σχήμα 7*. Εικόνα εκπαιδευτικού τουρισμού
18. Υπουργείο Τουρισμού. (12/06/2018). <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1436>
19. *Σχήμα 8*. Εικόνα αστικού τουρισμού
Πίνακας 1.2. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 2^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
20. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
21. *Σχήμα 9*. Εικόνα συνεδριακού τουρισμού
22. Γκρίμπα, Ε. (2005). Κραβαρίτης, Κ. και Παπαγεωργίου, Α. (2007)
23. *Σχήμα 10*. Εικόνα εκθεσιακού τουρισμού
24. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
25. *Σχήμα 11*. Εικόνα τουρισμού κινήτρων
26. Γκρίμπα Ε. (2005)
27. *Σχήμα 12*. Εικόνα ατομικού επαγγελματικού ταξιδιού
28. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
Πίνακας 1.3. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 3^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

29. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
30. Σχήμα 13. Εικόνα θαλάσσιου τουρισμού
31. Σχήμα 14. Εικόνα τουρισμού κρουαζιέρας
32. Σχήμα 15. Εικόνα ιαματικού τουρισμού
33. Σχήμα 16. Εικόνα τουρισμού τρίτης ηλικίας
- Πίνακας 1.4. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ 4^η ΟΜΑΔΑ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**
34. Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. Γκίμπα Ε. (2011). *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΚΡΙΤΙΚΗ
35. Stephen, J. Page. (2003). *ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΣΤΟΝ 21^ο ΑΙΩΝΑ*. ΕΚΔΟΣΕΙΣ: ΠΑΠΑΖΗΣΗ
36. Νομικού, Π. (2016) Γιατί επιλέγουν οι ερευνητές την ποιοτική έρευνα. Ανακτήθηκε από <https://cears.edu.gr/νέα/posotiki-vs-ποιοτική/>
37. International Publications Ltd. (1998 – 2022) *Τουρισμός στην Τρίτη Ηλικία*. Αναρτήθηκε 23 Απριλίου 2013 από <https://news.gtp.gr/2013/04/23/εκδήλωση-ξεε-τουρισμός-στην-τρίτη-ηλ/>
38. <https://slideplayer.gr/slide/3099100/>
39. <https://www.bloomberg.com/graphics/covid-vaccine-tracker-global-distribution/>
40. Υπουργείο Υγείας (2021). Ανακτήθηκε από <https://eody.gov.gr/wp-content/uploads/2021/03/20210301.pdf>
41. Καραγιώργος, Δ. (2021). *Πόσοι έχουν εμβολιαστεί στην Ελλάδα*. Αναρτήθηκε Τετάρτη, 05 Μαΐου, 2021 από <https://www.iatronet.gr/article/101011/posoi-ehoyn-emvoliastei-sthn-ellada-ana-hlikia-ta-pososta-stoys-ygeionomikoys-pinakas>
42. World Health Organization (2005) [https://www.who.int/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))