

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ ΠΥΡΑΜΙΔΑΣ ΤΩΝ  
ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΟΥ MASLOW  
ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΜΑΚΡΥΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ-ΑΔΑΜΑΝΤΙΟΣ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΡ. ΚΑΡΡΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2012**



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εν λόγω Πτυχιακή Εργασία, είναι μια προσπάθεια μελέτης του τουριστικού φαινομένου περισσότερο σε κοινωνιολογική σκοπιά. Ξεκινώντας από την ψυχολογία των τουριστών και τις κοινωνικές διαστάσεις του τουριστικού φαινομένου, και καταλήγοντας σε διάφορα είδη τουρισμού και σε τουριστικές τάσεις που συναντώνται και εξαπλώνονται. Χρησιμοποιούνται κάποια μοντέλα εφαρμογών της Πυραμίδας των ανθρώπινων αναγκών του Maslow στον τουρισμό, ενώ αναλύεται πώς η κάλυψη κάθε βαθμίδας της Πυραμίδας ικανοποιείται από τους τουρίστες, καθώς και το πώς σχετίζεται ευρύτερα με τον τουρισμό σαν έννοια.

Παρουσιάζονται κάποιοι τύποι τουρισμού, και διαφορετικοί τρόποι βάση των οποίων οι άνθρωποι σχετίζονται με το τουριστικό φαινόμενο. Στους λόγους που συνέβαλαν στην επιλογή του συγκεκριμένου θέματος, συγκαταλέγεται το ενδιαφέρον που παρουσιάζουν οι κλάδοι της τουριστικής ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, γεωγραφίας, και στατιστικής. Επιλέχθηκε αυτός ο τρόπος συγγραφής, ώστε να συνδεθούν οι ανθρώπινες ανάγκες πρακτικά με τουριστικά μεγέθη, ρεύματα και τάσεις που επικρατούν και γενικότερα με την τεχνολογία και τις εξελίξεις. Διαβάστηκαν οικονομικά στατιστικά στοιχεία σχετικά με την τουριστική οικονομία, κοινωνικοί και οικονομικοί δείκτες, ώστε να γίνει η σύνδεση μεταξύ ψυχολογικής ικανοποίησης των ανθρώπινων αναγκών των τουριστών, με τη βοήθεια στατιστικών πινάκων. Ακολούθησε έρευνα στο διαδίκτυο, ανάγνωση συγγραμμάτων, επικοινωνία με τον επιβλέποντα καθηγητή, επισκέψεις σε φορείς, αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων, συζητήσεις με τουρίστες.

Κατά τη συγγραφή της εργασίας, διαπιστώθηκε ότι το εύρος του αντικειμένου της εργασίας, πιθανώς δυσχεραίνει σε κάποιο βαθμό την άμεσα κατανοητή σύνδεση των επί μέρους θεμάτων που αναπτύσσονται. Μια μελέτη περίπτωσης συγκεκριμένου προορισμού ή μια μελέτη ενός συγκεκριμένου προβλήματος στην τουριστική βιομηχανία θα παρουσίαζε ίσως πιο σαφείς ερευνητικούς στόχους και σκοπούς. Χρήση ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων θα βοηθούσε να εξαχθούν σαφέστερα συμπεράσματα σχετικά με τη θέση και συμβολή του τουριστικού φαινομένου στην κοινωνία με προτάσεις για εφαρμογές δεικτών τουριστικής ικανοποίησης σε τουριστικούς προορισμούς.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο πρώτο κεφάλαιο αρχικά γίνεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή στο τουριστικό φαινόμενο, και δίδονται κάποιιοι ορισμοί του τουρισμού. Κατόπιν, αναλύεται το Μοντέλο ικανοποίησης των ανθρώπινων αναγκών της Πυραμίδας του Maslow, που διαχωρίζονται επί μέρους σε ανάγκες φυσιολογικές, ασφάλειας, κοινωνικές, αυτοεκτίμησης, αυτοπραγμάτωσης. Στη συνέχεια, το μοντέλο του Maslow αναλύεται με βάση τον τουρισμό, και παρουσιάζονται στατιστικά μεγέθη αναφορικά με την τουριστική οικονομία. Μέσω χαρτών, πινάκων και διαγραμμάτων παρουσιάζεται η συμβολή και αλληλεπίδραση του τουρισμού στις ανθρώπινες ανάγκες. Στα δύο πρώτα επίπεδα της Πυραμίδας, αναφέρονται οι ανάγκες για τροφή, νερό, στέγη, ασφάλεια, και γίνονται αναφορές στην ανισοκατανομή του τουριστικού προϊόντος. Τα επόμενα τρία στάδια της Πυραμίδας, αναφέρονται στη συμβολή του τουρισμού στην ευημερία επί μέρος χωρών, τις κοινωνικές διαστάσεις του τουριστικού φαινομένου και την αυτοπεποίθηση που μπορεί να προσφέρει ο τουρισμός σε άτομα και κοινωνικά σύνολα. Οι τουριστικές αφίξεις, το ποσοστό του ΑΕΠ που παράγει ο τουρισμός ανά χώρα, και άλλοι στατιστικοί δείκτες, παρουσιάζουν τον τουρισμό ως παράγοντα κοινωνικής ειρήνης και ψυχικής υγείας.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο, αναλύονται διάφοροι τύποι τουρισμού, οι οποίοι κατηγοριοποιούνται. Σε τύπους/μορφές τουρισμού που σχετίζονται με τη φύση, το φαγητό, τον πολιτισμό, την εκπαίδευση, τα θεάματα, την υγεία, την τεχνολογία, τις καταστροφές, και τέλος παρουσιάζονται τουριστικά ρεύματα και τάσεις που διαμορφώνονται και εξαπλώνονται. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται διαφορετικοί τρόποι μέσω των οποίων οι άνθρωποι καλύπτουν τις ανάγκες τους για τουρισμό, αναψυχή, περιπέτεια.

Η εργασία στοχεύει μεταξύ άλλων σε ώθηση για περαιτέρω ακαδημαϊκή και γενικότερη μελέτη συγκεκριμένων τουριστικών τάσεων, και σε περαιτέρω διεύρυνση των γνωστικών, εργασιακών και εκπαιδευτικών πεδίων του τουρισμού στη χώρα μας, όπου το 15,5% του νόμιμα καταγεγραμμένου Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος και το 18,8% του συνόλου των νόμιμα καταγεγραμμένων θέσεων εργασίας, προέρχεται από την τουριστική οικονομία.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf),

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδες
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	5
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΩΝ	7
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	8
<b>1 ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΑΙ ΤΟ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΥΡΑΜΙΔΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ</b>	
1.1 Εισαγωγή. Ιστορική ανασκόπηση στην εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου και ορισμός του τουρισμού	9
1.2 Η πυραμίδα των ανθρώπινων αναγκών του Maslow και η εφαρμογή της στον τουρισμό	13
1.3 Τουρισμός και φυσιολογικές ανάγκες	19
1.4 Τουρισμός και ανάγκες ασφάλειας	24
1.5 Κοινωνικές ανάγκες και τουρισμός	28
1.6 Ανάγκες αυτοεκτίμησης και τουρισμός	30
1.7 Ανάγκες αυτοπραγμάτωσης και τουρισμός	35
1.8 Στατιστικές συγκρίσεις συγκεκριμένων χωρών,	
Επίλογος κεφαλαίου	39

**2.ΤΥΠΟΙ, ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

2.1 Εισαγωγή	44
2.2 Τύποι/μορφές τουρισμού σχετικά με τη φύση και το φαγητό	46
2.3 Τύποι/μορφές τουρισμού σχετικά με τον πολιτισμό, την εκπαίδευση και τα θεάματα	51
2.4 Τύποι/μορφές τουρισμού σχετικά με την υγεία, την τεχνολογία και τις καταστροφές	57
2.5 Παρουσίαση τουριστικών ρευμάτων, τάσεων και αντιλήψεων	63
2.6 Επίλογος κεφαλαίου	70

**3.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

3.1 Σχετικά με τις ψυχολογικές ανάγκες και την κοινωνιολογία του τουρισμού	72
3.2 Σχετικά με τα είδη και τις τάσεις τουρισμού	76
3.3 Προτάσεις	78
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>	84
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</b>	96
<b>ΕΙΚΟΝΕΣ</b>	100

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΧΑΡΤΩΝ

<b>ΠΙΝΑΚΕΣ</b>	<b>Σελίδα</b>
Πίνακας 1. Σύγκριση στατιστικών δεικτών τουριστικής οικονομίας σε χώρες της Ευρώπης	27
Πίνακας 2. Αφίξεις ανά κάτοικο, εισπράξεις κατά κεφαλή, χώρες Ευρώπης (2010)	32
Πίνακας 3. Σύγκριση μεγεθών τουριστικής Οικονομίας 7 χωρών	40
Πίνακας 4. Σύγκριση των 7 χωρών σε άλλους δείκτες (Α)	40
Πίνακας 5. Σύγκριση των 7 χωρών σε άλλους δείκτες (Β)	41

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1. Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά ήπειρο (σε εκατομμύρια, 1950-2020)	11
Διάγραμμα 2. Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (Ιανουάριος 2006- Δεκέμβριος 2009 )	20
Διάγραμμα 3. Πίτα παγκόσμιου εισερχόμενου τουρισμού ανά ήπειρο(σε εκατομμύρια, 2008)	21

## ΧΑΡΤΕΣ

Χάρτης 1. Global Peace Index 2009 (Παγκόσμιος δείκτης ειρήνης 2009)	29
Χάρτης 2. Παγκόσμιος χάρτης ευτυχίας, 2006	30
Χάρτης 3. Αναλογικός χάρτης σχέσης έκτασης-τουριστικών αφίξεων	31

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον Κύριο Δρ. Καρρά Ιωάννη, επιβλέποντα καθηγητή της Εργασίας για τις πολύτιμες συμβουλές του και την καθοδήγηση του κατά την εκπόνηση της εργασίας. Επίσης, την Κυρία Δούσμη Βασιλική, για την πολύ καλή διάθεση της να μου προσφέρει στοιχεία, ανεξάρτητα από το ότι τελικά εκείνα δεν χρησιμοποιήθηκαν στην εργασία. Ευχαριστώ όλους τους καθηγητές του τμήματος μας, καθέναν ξεχωριστά για τη συνεισφορά του στη διαμόρφωση άποψης εμάς των σπουδαστών σχετικά με το Τουριστικό φαινόμενο. Ευχαριστώ το προσωπικό της Γραμματείας και της Βιβλιοθήκης για την καλή τους διάθεση για εξυπηρέτηση των σπουδαστών. Ευχαριστώ τους συμφοιτητές μου στο ΑΤΕΙ και ιδιαίτερα στο Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, για οτιδήποτε αποκόμισα από εκείνους και εκείνες.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα τους γονείς μου, συγγενείς και φίλους για όσα μου έμαθαν. Ευχαριστώ τους συναδέλφους που είχα στις κατά καιρούς επαγγελματικές μου δραστηριότητες για τις συνεργασίες που είχαμε. Ευχαριστώ τους ανθρώπους που με εμπιστεύτηκαν, υπήρξε αμοιβαίος σεβασμός και ζήσαμε ωραίες στιγμές.. Ευχαριστώ και όσους με αμφισβήτησαν, βγάζοντας βιαστικά ή κακοπροαίρετα συμπεράσματα για τη συμβολή τους να γίνω πιο δυνατός. Ευχαριστώ αυτούς που κατορθώνουν να περιορίζουν το εγώ τους για το σύνολο, αυτούς που κατορθώνουν να ισορροπούν το πόσο μιλάνε και το πόσο ακούνε.

Η Εργασία αφιερώνεται σε κάθε άνθρωπο και κάθε τουρίστα που διατηρεί και εξελίσσει την πίστη και την κρίση του, αγωνιζόμενος για πνευματική εξέλιξη, αισιοδοξία, αξιοπρέπεια, αγάπη, ευτυχία, χαμόγελο και δικαιοσύνη.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑ.

## 1.ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΑΙ ΤΟ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΥΡΑΜΙΔΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

### 1.1ΕΙΣΑΓΩΓΗ. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Από γεννήσεως/δημιουργίας της ανθρωπότητας, οι άνθρωποι πραγματοποιούσαν μετακινήσεις και παρομοιάζαν-βίωναν τη ζωή σαν ένα μεγάλο ταξίδι. Ταξίδευαν, με τις κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, πολιτισμικές, περιβαλλοντικές και τεχνολογικές συνθήκες να διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά των ταξιδιών τους. Εξερευνητές, περιηγητές, οδοιπόροι, προσκυνητές, προφήτες, πολέμαρχοι, φύλαρχοι, κατακτητές, στρατιώτες, ναυτικοί, ναυαγοί, μετανάστες, πρόσφυγες, έμποροι, θαλασσοπόροι, παντός μορφής ταξιδιώτες. Πέρασαν χιλιετίες μέχρι να φτάσουμε στα τέλη του 19<sup>ου</sup> με τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, έτσι ώστε η έννοια του τουρισμού να αποκτήσει συγκεκριμένα δομικά χαρακτηριστικά, όταν και άρχισε να δημιουργείται μια οργανωμένη και τόσο πολυσύνθετη βιομηχανία, η οποία σήμερα διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο στην παγκόσμια οικονομία και τις κοινωνίες.

Ο Ηρόδοτος, κατά τη διάρκεια των ταξιδιών του, έκανε την πρώτη καταγεγραμμένη απόπειρα να συνθέσει μια Παγκόσμια Ιστορία-Γεωγραφία, στον τότε γνωστό κόσμο, που εκτεινόταν στην περιοχή που σήμερα βρίσκεται η Μεσόγειος.<sup>2</sup> Στην Αρχαία Ελλάδα, ο Ερμής εκτός από αγγελιοφόρος, θεωρείτο και προστάτης των ταξιδιωτών. Σύμφωνα με ερμηνείες, το όνομα του προέρχεται από τις Ερμές, ή Ερμεία, ορθωμένους λίθους που χρησιμοποιούντο για την οριοθέτηση περιοχών και ως οδοδείκτες για τους ταξιδιώτες.<sup>3</sup> Στον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό, ο δεσμοί ανάμεσα στις γνώσεις, στη σοφία και στα ταξίδια ήσαν άρρηκτοι. Οι ιστοριογράφοι εντρύφησαν στην περιγραφή αλλά και στο σχολιασμό ξένων τόπων

<sup>2</sup> <http://ancienthistory.about.com/od/herodotus/a/021611-The-History-Of-Herodotus-Contents.htm>

<sup>3</sup> <http://blogs.sch.gr/gympanop/files/2010/10/mythoi-kai-paramythia.pdf>, σελίδα 22

και πολιτισμών. Ο Θουκυδίδης ονομάτισε <κίνησι> αυτή την ιδιότητα του ιστορικού και τη θεωρεί απαραίτητη για την τεκμηρίωση της ιστορικής αλήθειας.<sup>4</sup>

Από τους αρχαίους Έλληνες Ευθυμένη και Πυθέα, ( εξερευνητή και θαλασσοπόρο αντίστοιχα)<sup>5</sup> και άλλες μορφές του αρχαιοελληνικού πολιτισμού που συνέδεσαν το όνομα τους με τα ταξίδια και τις περιηγήσεις, όπως τον Ιάσωνα ή τον Οδυσσέα, τους Σκανδιναβούς Βίκινγκς, τον Βενετό Μάρκο Πόλο, τον Πορτογάλο Μαγγελάνο, φτάνουμε στον Βρετανό Τόμας Κούκ, που ίδρυσε το θεωρούμενο ως πρώτο γνωστό διεθνές τουριστικό γραφείο το 1841.<sup>6</sup> Το 1863, ο Γάλλος Ιούλιος Βερν έγραψε το μυθιστόρημα «Ο Γύρος του Κόσμου σε 80 μέρες»,<sup>7</sup> κάτι που φάνταζε εξαιρετικά δύσκολο, αν όχι ακατόρθωτο σύμφωνα με τα τεχνολογικά και τα μεταφορικά μέσα της εποχής. Στα μέσα του προηγούμενου αιώνα, πολλές μετακινήσεις έγιναν για πολεμικούς σκοπούς. Το 1945, ιδρύθηκε ο ΟΗΕ (Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών), και ένα χρόνο μετά, το 1946, έγινε στο Λονδίνο το πρώτο Διεθνές συνέδριο εθνικών φορέων τουρισμού.

Εκεί, αποφασίστηκε να δημιουργηθεί μια νέα διεθνής μη κυβερνητική οργάνωση, η οποία θα αντικαθιστούσε τη Διεθνή Ένωση των επίσημων οργανισμών τουριστικής προπαγάνδας, (IUOTPO, International Union of Official Tourist Propaganda Organizations), που υπήρχε από το 1934. Μετά σαράντα έτη, το 1974, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού άρχισε να λειτουργεί, σαν υποσκέλος του ΟΗΕ, ενώ το 1967, είχε κηρυχτεί από τα Ηνωμένα Έθνη ως Διεθνές Έτος τουρισμού, συνοδευόμενο από το λογότυπο «Τουρισμός, διαβατήριο για την ειρήνη».<sup>8</sup> Μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα, από την εποχή που οι μετακινήσεις γίνονταν με ζώα, φτάνουμε στην εποχή όπου διεξάγονται οργανωμένα ταξίδια στο διάστημα. Το τουριστικό φαινόμενο εξαπλώνεται καθημερινά με ταχύτατους ρυθμούς. Παρακάτω βλέπουμε διάγραμμα με τη διαχρονική εξέλιξη των διεθνών τουριστικών αφίξεων ανά Ήπειρο από το 1950 μέχρι σήμερα, και προβλέψεις ως το έτος 2020.

<sup>4</sup> <http://www.focusmag.gr/articles/view-article.rx?oid=698>

<sup>5</sup> <http://xantho.lis.upatras.gr/kosmopolis/index.php/euterpi/article/view/26273>

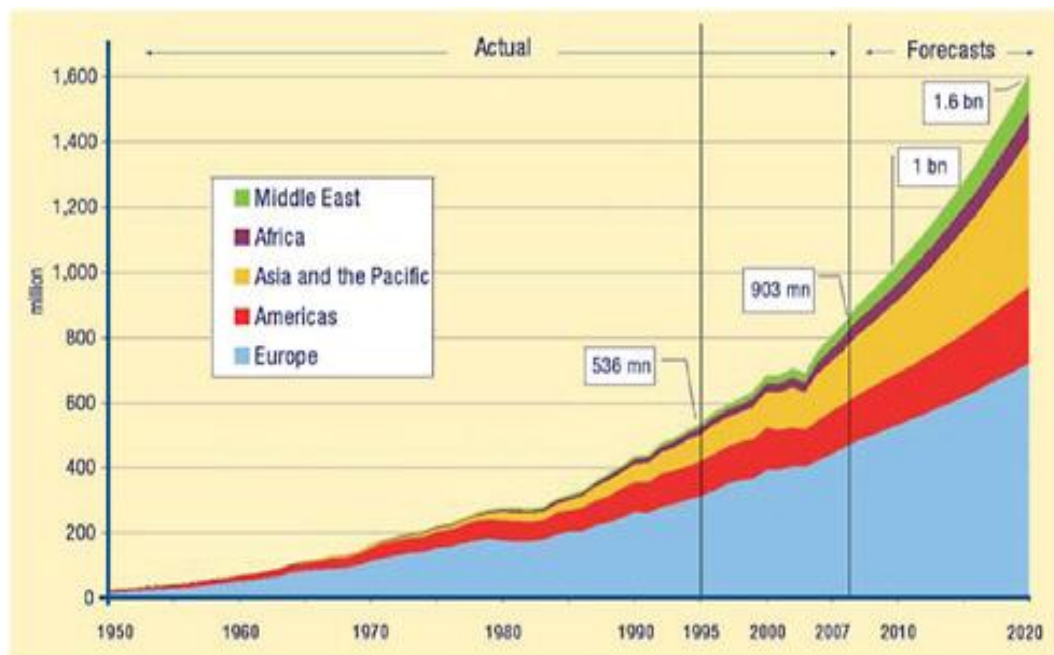
<sup>6</sup> <http://www.thomascook.com/about-us/thomas-cook-history/>

<sup>7</sup> <http://www.ibiblio.org/julesverne/books/awed%20revd%20edn.pdf>

<sup>8</sup> <http://www2.unwto.org/en/content/history-0>

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ

(σε εκατομμύρια, 1950-2020)



9

Το 1950 όπου οι καταγεγραμμένες σε παγκόσμια κλίμακα τουριστικές μετακινήσεις ανέρχονταν σε μερικές χιλιάδες, συνέχισαν να σημειώνουν γεωμετρική πρόοδο, και από το 1960 μέχρι το 2010 δεκαπλασιάστηκαν, φτάνοντας το ένα δισεκατομμύριο, ενώ από το 1995 μέχρι το 2010 διπλασιάστηκαν. Οι προβλέψεις, λένε πώς μέχρι το 2020, θα έχουν ξεπεράσει τα 1,6 δισεκατομμύρια.

Διαγράφεται μια αλματώδης, σχεδόν γεωμετρική ανάπτυξη του τουρισμού και αύξηση των τουριστών ανά την υφήλιο, ενώ ακόμα διαφαίνεται ότι σταδιακά οι αφίξεις διαμοιράζονται περισσότερο ισομερώς μεταξύ της Ευρώπης και των άλλων Ηπείρων. Σχεδόν μέχρι το 1980, η Ευρώπη και η Αμερική υποδέχονταν την συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών. Αν οι προβλέψεις επαληθευτούν, το 2020, οπότε και ο πληθυσμός της γης υπολογίζεται να αγγίζει τα 8 δισεκατομμύρια, περίπου το 20% του Παγκοσμίου πληθυσμού θα καταμετρηθεί στις στατιστικές ως τουρίστες.<sup>10</sup>

Δύσκολο εγχείρημα ωστόσο να δοθεί ένας ακριβής ορισμός του τουρισμού. Το ταξίδι αποτελεί πιο πολυσύνθετη και αφηρημένη έννοια. Ο Θεομπάλντ, (1994),

<sup>9</sup> [http://www.nap.edu/openbook.php?record\\_id=12758&page=91](http://www.nap.edu/openbook.php?record_id=12758&page=91)

<sup>10</sup> <http://www.worldometers.info/world-population/>

γράφει πώς η λέξη τουρισμός έχει τις ρίζες της στο αρχαιοελληνικό “τόρνος”, που μπορεί να ερμηνευτεί ως «κύκλος» (η κίνηση γύρω από ένα συγκεκριμένο σημείο ή έναν άξονα).<sup>11</sup> Οι Χούνζικερ και Κράπφ το 1941, ορίζουν τουρισμό ως «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή των μη κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με οποιαδήποτε επικερδή/οικονομική δραστηριότητα”.<sup>12</sup>

Σύμφωνα με τον WTO, τον Παγκόσμιο Οργανισμό τουρισμού, ανώτερο παγκοσμίως διοικητικά αρμόδιο τουριστικό φορέα, η έννοια τουρισμός διαφοροποιείται από την έννοια ταξίδι ως εξής :

“ Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα έτος για λόγους ψυχαγωγίας, επαγγελματικούς λόγους καθώς και άλλους λόγους που δεν σχετίζονται με την άσκηση αμειβόμενης δραστηριότητας εντός του τόπου επίσκεψης.

Ο τουρισμός είναι διαφορετικός από το ταξίδι. Για να πραγματοποιηθεί τουρισμός, πρέπει να υπάρχει μια μετατόπιση : Ένα άτομο ταξιδεύει χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο( ακόμα και περπατώντας, τη σήμερον ημέρα είναι φαινόμενο σύνηθες στις φτωχότερες κοινωνίες αλλά συναντάται όλο και περισσότερο και στις πιο ανεπτυγμένες κοινωνίες, πχ. Προσκυνητές, οδοιπόροι, hitchhikers).

Όμως, όλα τα ταξίδια δεν θεωρούνται τουρισμός. Τρία κριτήρια χρησιμοποιούνται ταυτόχρονα, για να ορίσουν ένα ταξίδι στην έννοια του τουρισμού. Η μετατόπιση του ατόμου πρέπει να είναι τέτοια ώστε με βάση α) Να πρόκειται για μετατόπιση έξω από το σύνηθες περιβάλλον του ατόμου β) Αν ο σκοπός του ταξιδιού συμπίπτει με τους σκοπούς που αναφέρθηκαν στον παραπάνω ορισμό γ) Τη διάρκεια του ταξιδιού –μικρότερη του ενός έτους . “<sup>13</sup>

<sup>11</sup> <http://www.gwttra.com/PDFs/GW%20PDF%20Presentations/Ken%20Bartkus.pdf>

<sup>12</sup> Principles of Tourism, Zenaida L.Cruz, σελίδα 2

[http://books.google.ca/books?id=6vgViD6AjHoC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=hunziker+and+krapf+definition+of+tourism&source=bl&ots=WiNZO8Eyl5&sig=IPP9FQzTpgH\\_WHkyY2dE50NjbMo&hl=en#v=onepage&q=hunziker%20and%20krapf%20definition%20of%20tourism&f=false](http://books.google.ca/books?id=6vgViD6AjHoC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=hunziker+and+krapf+definition+of+tourism&source=bl&ots=WiNZO8Eyl5&sig=IPP9FQzTpgH_WHkyY2dE50NjbMo&hl=en#v=onepage&q=hunziker%20and%20krapf%20definition%20of%20tourism&f=false)

<sup>13</sup> [http://urlaubmalta.de/uploads/1675/WTO\\_definition\\_of\\_tourism.pdf](http://urlaubmalta.de/uploads/1675/WTO_definition_of_tourism.pdf)

## 1.2 Η ΠΥΡΑΜΙΔΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΟΥ MASLOW ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο Abraham Maslow, (1908-1970) ήταν Αμερικάνος ψυχολόγος, γνωστός για τη δημιουργία της πυραμίδας της ιεραρχίας των ανθρωπίνων αναγκών, και θεωρείται δημιουργός του κλάδου της ανθρωπιστικής ψυχολογίας.<sup>14</sup> Θεωρείται ότι οι περισσότερες ψυχαναλυτικές θεωρίες δίνουν περισσότερο έμφαση στις πιθανότητες ασθένειας από την δυνατότητα επιτυχίας. Ο Maslow προσεγγίζει πρωτίστως την υγιή πλευρά της ανθρώπινης φύσεως. Αναγνωρίζει τη δύναμη των φυσιολογικών ανθρωπίνων ενστίκτων σαν βασικές ανάγκες που ικανοποιούνται στις περισσότερες πολιτισμένες κοινωνίες. Θεωρεί ότι οι δραστηριότητες που συνδέονται για την ικανοποίηση των φυσιολογικών και βιολογικών ενστίκτων, είναι μέρος μιας παρακινήτικης ενδόψυχης προτροπής και θέλησης για υγεία, η οποία δραστηριοποιεί τους ανθρώπους προς τα πάνω στην αναπτυξιακή κλίμακα της πυραμίδας του, που καταλήγει στην αυτό-ολοκλήρωση.<sup>15</sup>

Μέσω κλινικών ερευνών, ο Maslow επιχείρησε να προσδιορίσει τους παράγοντες που σχηματίζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά. Έτσι δημιούργησε την λεγόμενη “ Πυραμίδα των Ανθρώπινων Αναγκών”, η οποία χωρίζει σε βαθμίδες τις ανθρώπινες ανάγκες ιεραρχικά, ανάλογα με την προτεραιότητα τους για ικανοποίηση.

Οι ανθρώπινες ανάγκες κατά τον **Maslow**, χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:  
16 17 18

### 1) ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

Φυσιολογικές είναι οι ανάγκες που είναι απαραίτητες για την επιβίωση του ανθρώπου, τις οποίες αν δεν ικανοποιεί δεν σκέφτεται τις ανάγκες των άλλων βαθμίδων. Η ανάγκη για φαγητό, ύπνο, νερό, αέρα, φυσιολογική θερμοκρασία, ένδυση, σεξουαλική δραστηριότητα και απέκκριση. Εφόσον ικανοποιηθούν οι εν λόγω ανάγκες, παραμένουν στον οργανισμό σε στάση αναμονής μέχρι να ξαναεμφανιστούν. Συνδέονται με τις θεμελιώδεις βιολογικές λειτουργίες του

<sup>14</sup> <http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F40910FD3955127B93C2A8178DD85F448785F9>

<sup>15</sup> Εργασιακές σχέσεις, Ευάγγελος Θεοδωράτος, Εκδόσεις Σταμούλη 1999, σελίδα 105

<sup>16</sup> MASLOW A.H. A theory of human motivation, Psychological Review , 50, 370-396

<sup>17</sup> [http://dkontaris.com/projects/Twitter\\_Maslow.pdf](http://dkontaris.com/projects/Twitter_Maslow.pdf)

<sup>18</sup> Τα ο μοντέλο του Maslow στη σχολική οργάνωση, Μιχόπουλος Αναστάσιος, σελίδες 18-20, Αθήνα 1996

ανθρώπινου οργανισμού, και η ικανοποίηση τους αποτελεί βασική προϋπόθεση για το άτομο ώστε να συνειδητοποιήσει και να επιδιώξει την ικανοποίηση των αναγκών του επομένου επιπέδου. Σε εργασιακό επίπεδο, οι φυσιολογικές ανάγκες περιλαμβάνουν το μισθό, τις ευχάριστες συνθήκες εργασίας κ. α.

## 2) ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Είναι οι ανάγκες για στέγη, υγεία, προστασία απέναντι στο φόβο, τις ασθένειες, την ανασφάλεια. Είναι η σιγουριά που αισθάνεται ο άνθρωπος για την ύπαρξη του, καθώς και για τη δυνατότητα ικανοποίησης των αναγκών του στο μέλλον. Πηγάζουν από την επιθυμία του ατόμου για ήρεμη και αρμονική κοινωνική στάση και συμπεριφορά. Όσον αφορά την εργασία, συνδέονται με τις ασφαλείς και ευχάριστες εργασιακές συνθήκες, την ασφάλιση για μελλοντική συνταξιοδότησης, το μισθό. Ικανοποίηση αυτών των δεικτών, καθιστά γενικά τα άτομα περισσότερο υπάκουα και προβλέψιμα.

## 3) ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΧΗΣ, ΑΓΑΠΗΣ, ΥΠΑΡΞΗΣ

Είναι η ανάγκη του ατόμου να δημιουργεί κοινωνικές σχέσεις, και της ύπαρξης αλληλοσεβασμού σε αυτές, η δημιουργία φιλικών και ερωτικών σχέσεων και η ανάγκη της κοινωνικής αποδοχής. Ανάγκες που η θέληση για πραγμάτωση τους μεγιστοποιείται όταν ικανοποιούνται οι δύο πρώτες κατηγορίες αναγκών. Η ανάγκη του ατόμου να αισθάνεται ενεργό και ισότιμο μέλος του συνόλου/ομάδας στο οποίο βρίσκεται. Οι ανάγκες του «ανήκειν». Να αισθάνεται το άτομο ότι είναι ενεργό μέλος μιας ή περισσότερων κοινωνικών ομάδων. Σε σχέση με την εργασία, η ικανοποίηση τους συμβάλλει στη διαμόρφωση πνεύματος συνεργασίας, διάθεσης συμμετοχής, συναδελφικότητας, ομαδικότητας, και επαγγελματικής συνείδησης.<sup>19</sup> Όταν οι κοινωνικές ανάγκες των ατόμων εξυπηρετούνται σε ικανοποιητικό βαθμό, οι δυνατότητες και οι ευκαιρίες που έχουν να βοηθήσουν άλλους ανθρώπους, εντός και εκτός του εργασιακού χώρου, αυξάνονται.

---

<sup>19</sup> Το Μοντέλο του Maslow στη σχολική οργάνωση, Μιχόπουλος Αναστάσιος, σελίδα 33

#### 4) ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΥΤΟΕΚΤΙΜΗΣΗΣ

Είναι οι ανάγκες αναζήτησης και προβολής της ατομικότητας , για αυτό και συχνά λέγονται εγωιστικές ανάγκες. Ο άνθρωπος, αναζητεί την αυτονομία του και την ανεξαρτησία του μέσω της αυτοεκτίμησης και μέσω των κοινωνικών του σχέσεων και επιτυχιών. Είναι ανάγκες για αναγνώριση, γόητρο, φήμη, αυτοπροβολή. Στην έννοια αυτοεκτίμηση, συμπεριλαμβάνονται έννοιες όπως αυτοπεποίθηση, αυτοσεβασμός, ανεξαρτησία, αυτογνωσία και ελευθερία. Η κάλυψη τους, συμβάλλει στην πνευματική και ηθική διαμόρφωση του ατόμου. Του δίνουν κοινωνική αναγνώριση, και το κάνουν να αισθάνεται χρήσιμο, απαραίτητο και δημιουργικό. Στις εργασιακές σχέσεις, το αίσθημα της καταξίωσης του εγώ, σε συνάρτηση με το γόητρο, το κύρος και το σεβασμό που αποκτά και απολαμβάνει το άτομο από συναδέλφους και συναλλασσομένους, ικανοποιούν τις εν λόγω ανάγκες.<sup>20</sup>

#### 5) ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΥΤΟΠΡΑΓΜΑΤΩΣΗΣ

Είναι οι λεγόμενες και ανώτερες ανάγκες του ανθρώπου να ικανοποιήσει τα όνειρα, τους στόχους, τις φιλοδοξίες και τις προσδοκίες του. Η προσπάθειες του καθενός για να αναδείξει τον 'ιδανικό εαυτό του', προσφέροντας ταυτόχρονα στο κοινωνικό σύνολο. Είναι η ανάγκη του ατόμου να είναι αυτό που επιθυμεί, να πραγματοποιήσει τους στόχους του και να φτάσει τη μέγιστη δυνατή ανάπτυξη και εξέλιξη των δυνατοτήτων του. Αν οι 4 παραπάνω ομάδες αναγκών καλύπτονται, η ανάγκη για αυτοεκπλήρωση μετατρέπεται σε έμφυτη ανθρώπινη τάση. Ωστόσο, η κακώς εννοούμενη αυτοπραγμάτωση, μπορεί να δημιουργήσει φαινόμενα ματαιοδοξίας, ή και αυτοκαταστροφής. Στην εργασία, χαρακτηριστικά όπως η εξουσία, η δυνατότητα για ανεξάρτητη σκέψη και δράση, η συμμετοχή στην επίτευξη των στόχων, και η συμβολή στον καθορισμό και τη χάραξη πορείας μιας εργασίας, αποτελούν ερείσματα προς κάλυψη των αναγκών αυτοπραγμάτωσης, ή αλλιώς αυτοεκπλήρωσης.<sup>21</sup>

Ανάλογα με την εποχή και τις κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές, περιβαλλοντικές και τεχνολογικές συνθήκες, οι τρόποι ικανοποίησης των

---

<sup>20</sup> Το Μοντέλο του Maslow στη σχολική οργάνωση, Μιχόπουλος Αναστάσιος, σελίδα 41

<sup>21</sup> Το Μοντέλο του Maslow στη σχολική οργάνωση, Μιχόπουλος Αναστάσιος, σελίδες 55-56

ανθρώπων μεταβάλλονται και εξελίσσονται, αλλά η ανάγκη για την ικανοποίηση τους παραμένει σταθερή.

Βασικές αδυναμίες της Πυραμίδας του **Maslow**, θεωρούνται οι εξής :<sup>22</sup>

- Η ταξινόμηση των αναγκών στις διάφορες κατηγορίες. Στις σύγχρονες κοινωνίες, οι φυσιολογικές ανάγκες είναι δύσκολο να διαχωριστούν από τις κοινωνικές. Η ανάγκη του ανθρώπου για στέγαση ή διατροφή για παράδειγμα αποτελεί ταυτόχρονα φυσιολογική και κοινωνική ανάγκη. Οι άνθρωποι που έχουν την δυνατότητα να εξασφαλίσουν στοιχειωδώς τροφή και στέγη, επιζητούν την κάλυψη των εν λόγω αναγκών με βάση κάποιες συγκεκριμένες προϋποθέσεις, όσον αφορά το είδος και την ποιότητα της τροφής ανάλογα με τις κοινωνικές τάσεις, πχ. Γεύμα σε εστιατόριο, ή της κατοικίας ( κατοικία σε περιοχή όπου διαμένουν άτομα συγκεκριμένης κοινωνικής ομάδας.) Η ανάγκη ενός άντρα να αγαπά μια γυναίκα είναι εκτός από κοινωνική και ανάγκη αναγνώρισης, εφόσον η προσωπικότητα, η εμφάνιση, και η ιδιότητα της γυναίκας αυξάνει ή μειώνει το κύρος του άντρα στον κοινωνικό του περίγυρο, όπως άλλωστε ισχύει και το αντίστροφο.
- Ο ποσοτικός και ποιοτικός προσδιορισμός μιας ανάγκης, είναι κατά μεγάλο βαθμό υποκειμενικός.
- Η ένταση των αναγκών του ατόμου δεν διαφοροποιείται μόνο από το βαθμό ικανοποίησής τους, αλλά και από την αλλαγή των συνθηκών του περιβάλλοντος. Εν μέσω μιας οικονομικής κρίσης για παράδειγμα, η ένταση των αναγκών ασφάλειας αυξάνεται.

## **ΙΕΡΑΡΧΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο Andrew Holden στο σύγγραμμα “ Tourism Studies and the Social Sciences” (Παράρτημα Α, σελίδα 96), παρουσιάζει τις ανθρώπινες ανάγκες με άξονα τον τουρισμό. Πώς ο τουρισμός συμβάλλει στην ικανοποίηση των ανθρωπίνων αναγκών στους άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενους-απασχολούμενους, ταξιδιώτες, τουρίστες, τοπικούς φορείς, κατοίκους των περιοχών.<sup>23</sup> Η Bonita M.Kolb, στο

<sup>22</sup> [http://dkontaris.com/projects/Twitter\\_Maslow.pdf](http://dkontaris.com/projects/Twitter_Maslow.pdf), σελίδα 7

<sup>23</sup> Tourism Studies and the Social Sciences, Andrew Holden page 66



σύγγραμμα της Tourism Marketing for cities and towns, περιγράφει τις ανθρώπινες ανάγκες και στη συνέχεια τις σχετίζει με τον τουρισμό. Συγκεκριμένα από τα δύο αυτά μοντέλα στον τουρισμό συγκεκριμένα οι ανθρώπινες ανάγκες έχουν ως εξής:<sup>24</sup>

- **ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ**- των τουριστών για φαγητό, ρουχισμό, κατάλυμα ,πρόσβαση σε πόσιμο και καθαρό νερό. Ικανοποιούνται στον τουριστικό τομέα δια μέσω των εγκαταστάσεων όπου οι τουρίστες μπορούν να δειπνήσουν (πχ. εστιατόρια, καφέ-μπαρ), παντοπωλείων, σουιτών-δωματίων που έχουν κουζίνα, ψησταριές και κάμπινγκ, ξενοδοχεία, μοτέλ, (bed and breakfast, κατάλυμα και φαγητό), καθώς και μέσω των εγκαταστάσεων δημοσίων ουρητηρίων που υπάρχουν στην περιοχή.
- Μπορούν να ερμηνευτούν ως οι βασικές ανάγκες του τουρίστα-ταξιδιώτη-εργαζόμενου στον τομέα για φαγητό, σεξ και κατάλυμα. Η λογική της χαλάρωσης και της επαναφόρτισης των μπαταριών μπορούν να χαρακτηριστούν ως βασικότεροι λόγοι-παράγοντες που ωθούν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν σήμερα. Μπορούμε σχηματικά να πούμε, ότι η ικανοποίηση των βασικών αναγκών σε περιβάλλον διαφορετικό από το πλέον οικείο, είναι ο βασικός λόγος που οι άνθρωποι κάνουν τουρισμό.
- **ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ**- Η προσωπική ασφάλεια και το αίσθημα ευεξίας/ευελιξίας του τουρίστα. Να γνωρίζει το νούμερο τηλεφώνου της αστυνομίας της περιοχής, ή τους ιδιωτικούς φρουρούς ασφαλείας πχ. τύπου security που ενδεχομένως να υπάρχουν στην ξενοδοχειακή μονάδα, τους ξεναγούς, τους τουριστικούς οδηγούς, σαφείς κατευθύνσεις για τους δρόμους, τα αξιοθέατα, και τις τουριστικές δυνατότητες της περιοχής, γραφεία ενημέρωσης και παροχής τουριστικών υπηρεσιών τύπου Information Offices, την σαφή οδική σήμανση, τις ασφαλείς μεταφορές και τις εύρυθμα λειτουργούσες συγκοινωνίες.

---

<sup>24</sup> Tourism Marketing for cities and towns, Bonita M.Kolb, page 143

- Οι ανά τον κόσμο τουρίστες επιλέγουν προορισμούς ανάλογα με το πόσο ασφαλείς θα αισθάνονται εκεί. Περιοχές με υψηλή εγκληματικότητα, συρράξεις και πολιτικές αναταραχές, αποτελούν τους πλέον αντιδημοφιλείς προορισμούς.
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ (ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΑΝΗΚΕΙΝ)- Η φιλικότητα και το αίσθημα της ομάδας- κοινότητας που έχει ανάγκη να αισθανθεί ο τουρίστας στον τόπο που ταξιδεύει, τον τρόπο που χαιρετούν και την ευγένεια που οφείλουν να δείχνουν οι ιδιοκτήτες των καταστημάτων της περιοχής. Επίσης, η προβολή-παρουσίαση της χώρας-πόλης-τοποθεσίας που ταξιδεύει ο τουρίστας, μετατρέπεται σε γνώση και οικειότητα εκείνου προς το μέρος, κάτι που τον κάνει να αισθάνεται πιο οικεία-κοντά με την εθνική-τοπική κοινότητα. Ακόμα, οι κοινωνικές δραστηριότητες, η νυχτερινή ζωή και οι εκδρομές, ή οι ρομαντικές δραστηριότητες μεταξύ ζευγαριών και νεόνυμφων, κάνουν τον τουρίστα να νιώθει ότι ανήκει στον προορισμό διακοπών του και να μην αισθάνεται απόμακρος και ξένος με τον περιβάλλοντα χώρο.
- Ο τουρισμός θεωρείται βασικός παράγοντας σύσφιξης βελτίωσης και ζύμωσης των σχέσεων με τους φίλους, την οικογένεια, τα ζευγάρια που ταξιδεύουν, καθώς και πρώτης τάξεως ευκαιρία για σύναψη νέων σχέσεων και γνωριμιών.
- ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΥΤΟΕΚΤΙΜΗΣΗΣ- Οι τουρίστες καλύπτουν τις ανάγκες αυτοεκτίμησης τους με το να συναντούν μοναδικές-καινοτόμες δραστηριότητες που δεν έχουν συναντήσει κάπου αλλού ή να συμμετέχουν σε γεγονότα-δραστηριότητες-events με περιορισμένη διαθεσιμότητα. Επαφές με διάσημα-ευρέως γνωστά πρόσωπα (τους λεγόμενους VIPs), η δυνατότητα μαθημάτων, εμπλουτισμού των γνώσεων και των δεξιοτήτων των τουριστών.
- Η απόκτηση εμπειριών κατά τη διάρκεια των ταξιδιών, είναι διαδικασία που συμβάλλει στην αυτοεκτίμηση των ανθρώπων.

- **ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΥΤΟΠΡΑΓΜΑΤΩΣΗΣ-** (Ιδανικός εαυτός). Δραστηριότητες όπως συμμετοχή σε μαθήματα-σεμινάρια μαζί με επαγγελματίες, ή ευκαιρίες για εθελοντική συνεισφορά για κάποιον σκοπό αιτία που έχει αξία, μπορεί να καλλιεργήσει στους ασκούντες τουρισμό και στους άμεσα-έμμεσα εμπλεκόμενους φορείς( ξενοδοχειακές μονάδες, εργαζόμενους τοπικούς φορείς), αισθήματα και στοιχεία αυτοπραγμάτωσης.

Ο τουρισμός μπορεί υπό προϋποθέσεις να αποτελέσει μείζονος σημασίας παράγοντα στην κατεύθυνση προς την αυτοπραγμάτωση του ατόμου.

Τα επί μέρους κίνητρα, η προσωπικότητα, η συμπεριφορά, οι προσδοκίες, οι αντιλήψεις και τα στερεότυπα, αποτελούν σημαντικές μεταβλητές στον καθορισμό στόχων και το σχεδιασμό των διακοπών. Επηρεάζουν τις επιλογές και τις αποφάσεις σχετικά με τους προορισμούς, τη διαμονή, τις δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών, και είναι καθοριστικής σημασίας παράγοντες για τον βαθμό εκπλήρωσης επιτυχημένων ταξιδιών. Οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ του ατόμου, της ομάδας, του πλήθους, των κοινοτήτων και των κοινωνιών, καθορίζουν τα επίπεδα ικανοποίησης των αναγκών. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται μεταξύ άλλων, η φύση της συμμετοχής του ατόμου στις διακοπές του, ο ρόλος του κινδύνου, το άγχος, η απογοήτευση, η εκπλήρωση, η αναμονή.<sup>25</sup>

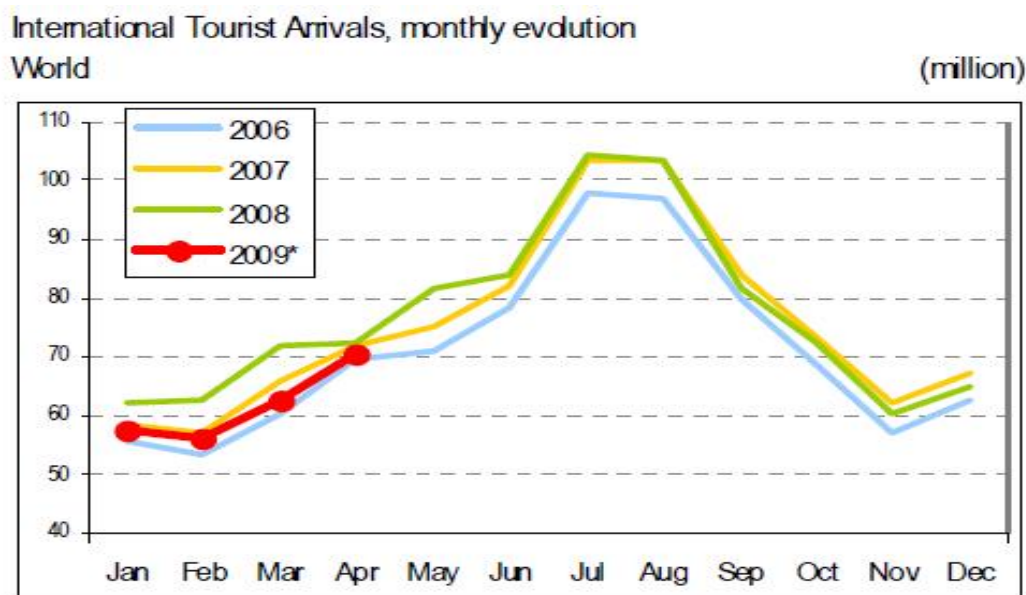
### **1.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ**

Η ανάπαυση και η ανάρρωση προστίθενται στις φυσιολογικές ανάγκες που ικανοποιούν οι άνθρωποι κάνοντας τουρισμό κατά τον Andrew Holden.<sup>26</sup> Οι τουρίστες αρέσκονται να ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες σε άλλο περιβάλλον από το συνηθισμένο στην καθημερινή τους ζωή. Στο παρακάτω διάγραμμα από τον Παγκόσμιο Οργανισμό τουρισμού παρουσιάζεται η κατανομή του παγκόσμιου τουρισμού, με βάση τις Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά μήνα για τα χρονικά έτη 2006-2009.

<sup>25</sup> <http://hotelmule.com/wiki/Satisfaction>

<sup>26</sup> Tourism Studies and the Social Sciences, Andrew Holden page 34

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2 .ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ  
2006-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2009 (ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ)**



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

27

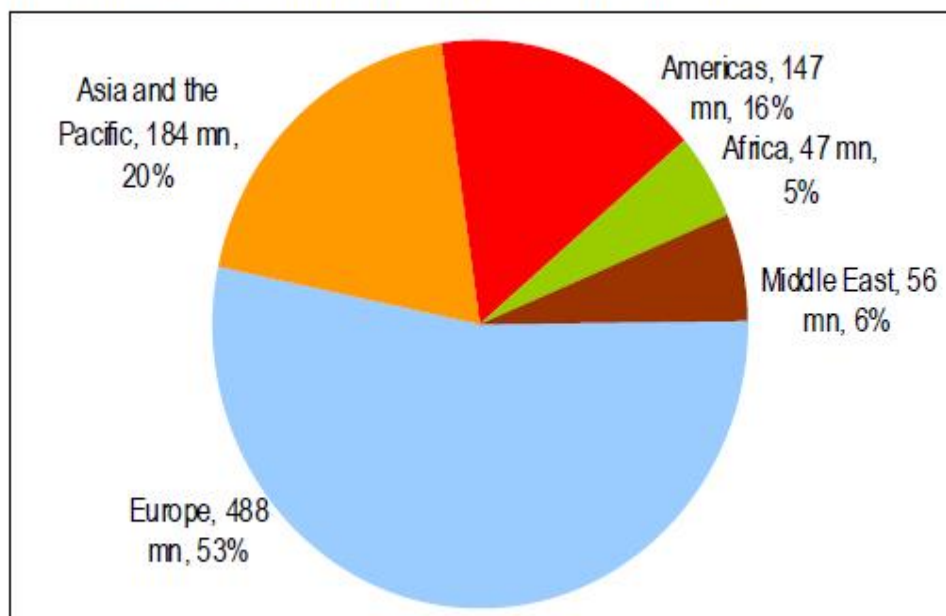
Όπως αναφέρεται στον ορισμό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τον τουρισμό, παρατηρούμε σταδιακή αύξηση του τουρισμού κατά τους θερινούς μήνες, κάτι που συνδέει την έννοια του τουρισμού με αυτή των διακοπών, παρουσιάζοντας στατιστικά πώς συγκαταλέγονται στην έννοια του τουρισμού τα ταξίδια που δεν έχουν σαν σκοπό αμειβόμενη δραστηριότητα, αν πάρουμε ως δεδομένο το ότι στις περισσότερες κοινωνίες του πολυπληθέστερου Βορείου Ημισφαιρίου, οι άνθρωποι παίρνουν άδεια από τις εργασίες του κατά τους θερινούς μήνες. Όσον αφορά τους εργαζόμενους στον τουρισμό, γενικά ισχύει το αντίστροφο. Ο ΠΟΤ εξετάζει το τουριστικό φαινόμενο με χρονικό άξονα ενός έτους, όπως βάση ορισμού τουριστική μετακίνηση θεωρείται η μετακίνηση/μετατόπιση ενός ατόμου σε μέρος εκτός του συνήθους τόπου διαμονής-εργασίας του για διάστημα μικρότερο του ενός έτους.

Υπάρχει εμφανής ανισοκατανομή στη διανομή του Παγκοσμίου Τουριστικού Προϊόντος ανά ήπειρο, κατά αναλογία με τον πληθυσμό τους, όπως βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα.

<sup>27</sup> <http://www2.unwto.org/>

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3. ΠΗΤΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΗΠΕΙΡΟ, 2008 (σε εκατομμύρια, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού)<sup>28</sup>**

World Inbound Tourism: International Tourist Arrivals, 2008\*



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις, ήταν για το έτος 2008 παγκοσμίως 922 εκατομμύρια.<sup>29</sup> Ο πληθυσμός της γης εκτιμάται στα 6.705 εκατομμύρια για το ίδιο έτος.<sup>30</sup> Το 13,5 % του παγκοσμίου πληθυσμού χαρακτηρίστηκαν τουρίστες για το έτος 2008. Περίπου, μια αναλογία ίση με εκείνη του πληθυσμού της Ευρώπης στο σύνολο της γης.

Όσον αφορά την βασική ανάγκη για τροφή, οι τουρίστες την ικανοποιούν μέσω των διαφόρων καταστημάτων, εστιατορίων και των κουζινών που παρέχονται στα τουριστικά καταλύματα. Σύμφωνα με τη Διεθνή Οργάνωση τροφίμων και γεωργίας, οργανισμό που αποτελεί εξειδικευμένη οργάνωση του ΟΗΕ, οι πεινασμένοι άνθρωποι παγκοσμίως κατά το έτος 2007 αριθμούσαν 923 εκατομμύρια, αυξημένοι

<sup>28</sup> <http://www2.unwto.org/>

<sup>29</sup> <http://coolgeography.co.uk/GCSE/AQA/Tourism/Tourism%20growth/Tourism%20Growth.htm>

<sup>30</sup> [http://www.prb.org/pdf08/08WPDS\\_Eng.pdf](http://www.prb.org/pdf08/08WPDS_Eng.pdf)

κατά 80 εκατομμύρια σε σχέση με την περίοδο 1990-1992.<sup>31</sup> Σχεδόν ίδιος αριθμός με εκείνον των τουριστικών αφίξεων για το έτος 2008.

Στις φυσιολογικές ανάγκες συγκαταλέγεται η ανάγκη για πρόσβαση σε πόσιμο και καθαρό νερό. Το νερό καλύπτει το 70,9% της επιφάνειας της γης<sup>32</sup> και είναι ζωτικής σημασίας για όλες τις γνωστές μορφές ζωής<sup>33</sup>. Τα ανθρώπινα κύτταρα κατά μάζα αποτελούνται σε ποσοστό 65-90% από νερό,<sup>34</sup> το πλάσμα του αίματος κατά 90% από νερό<sup>35</sup> και το ανθρώπινο σάλιο κατά 99% από νερό.<sup>36</sup> Το 17% των ανθρώπων υπολογίζεται πώς δεν έχουν πρόσβαση σε καθαρό νερό.<sup>37</sup>

Η ζωτική ανάγκη του τουρίστα για στέγαση-κατάλυμα, καλύπτεται δια μέσω ξενοδοχείων, πανδοχείων, πανσιόν, φιλοξενίας σε σπίτι. Σύμφωνα με το Κέντρο των Ηνωμένων Εθνών για τους Ανθρώπινους Οικισμούς, περισσότεροι από 100 εκατομμύρια άνθρωποι ανά τον κόσμο είναι άστεγοι, η πλειοψηφία των οποίων γυναίκες και συντηρούμενα-ορφανά παιδιά (Περίπου ένας στους 70 ανθρώπους παγκοσμίως). Θα παρουσίαζε ενδιαφέρον ένας γενικός μέσος όρος της πληρότητας των ξενοδοχείων και των δωματίων στον κόσμο ανά εποχή. Στην ταινία «Hotel Rwanda», που αναφέρεται στον εμφύλιο πόλεμο στη χώρα το 1994, εργαζόμενος στο πολυτελέστερο ξενοδοχείο της πρωτεύουσας, προσωρινά στέγασε πάνω από χίλιους ανθρώπους, πρόσφυγες και θύματα της εμφύλιας διαμάχης μεταξύ φυλών στο ξενοδοχείο όπου εργαζόταν. Λέγεται πώς η ταινία βασίστηκε σε αληθινά γεγονότα.<sup>38</sup>

Το σεξ, πηγή ζωής και βασική ανάγκη του τουρίστα, ικανοποιείται είτε με τρόπους υγιείς όπως οι διακοπές μεταξύ ερωτευμένων ζευγαριών (μήνες του μέλιτος κτλπ.), η σύναψη ερωτικών σχέσεων δια μέσω των διακοπών, είτε με τρόπους μη υγιείς, όπως κάποιες μορφές σεξοτουρισμού οι οποίες θα αναλυθούν σε επόμενη ενότητα. Στη Νότια Αφρική σαν ενδεικτικό παράδειγμα χώρας που αντιμετωπίζει

<sup>31</sup> <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0291e/i0291e00.pdf>

<sup>32</sup> [http://wwf.panda.org/what\\_we\\_do/where\\_we\\_work/black\\_sea\\_basin/danube\\_carpathian/our\\_solutions/freshwater/water\\_tour\\_2011\\_2012/](http://wwf.panda.org/what_we_do/where_we_work/black_sea_basin/danube_carpathian/our_solutions/freshwater/water_tour_2011_2012/)

<sup>33</sup> [http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/justpeace/documents/rc\\_pc\\_justpeace\\_dc\\_20030322\\_kyoto-water\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_dc_20030322_kyoto-water_en.html)

<sup>34</sup> <http://www.oxygen-review.com/human-body.html>

<sup>35</sup> <http://www.mananatomy.com/body-systems/cardiovascular-system,%20CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AC%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%82%20blood>

<sup>36</sup> [http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC98907/Oral\\_Microbial\\_Ecology\\_and\\_the\\_Role\\_of\\_Salivary\\_IgA](http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC98907/Oral_Microbial_Ecology_and_the_Role_of_Salivary_IgA), Harold Marcotte<sup>1</sup> and Marc C. Lavoie

<sup>37</sup> <http://www.whatnewsshouldbe.org/front-page-news/no-clean-water>

<sup>38</sup> <http://www.imdb.com/title/tt0395169/>

έντονα προβλήματα σεξοτουρισμού, υπολογίζεται πώς 500.000 βιασμοί διαπράττονται στη χώρα κάθε χρόνο<sup>39</sup>, σχεδόν όσο η συνολική χωρητικότητα των σταδίων που χρησιμοποιήθηκαν για τη διοργάνωση του Παγκοσμίου Κυπέλου του 2010, (578.000), που απέφερε μεγάλα τουριστικά έσοδα στη χώρα.<sup>40</sup> Κάθε χρόνο 800.000-900.000 άνθρωποι πέφτουν θύματα trafficking μετακινούμενοι μέσω των συνόρων, σύμφωνα με τους επίσημους υπολογισμούς του State Department των Ηνωμένων Πολιτειών. Μέσα σε αυτό το νούμερο, συμπεριλαμβάνονται εκατοντάδες χιλιάδες ανήλικα κορίτσια, κάποια εξ' αυτών μικρότερα των 5 ετών, που πέφτουν θύματα του εμπορίου σαρκός.<sup>41</sup> Η πλειονότητα των σεξοτουριστών είναι ενήλικοι άντρες που προέρχονται από τις πλέον βιομηχανοποιημένες χώρες και ταξιδεύουν σε λιγότερο αναπτυγμένες χώρες όπου οι σχετικές νομοθεσίες είτε είναι από τη φύση τους αδύναμες είτε δεν εφαρμόζονται, και το αγοραίο σεξ πωλείται φτηνά και βρίσκεται εύκολα. Υπολογίζεται πώς οι Αμερικάνοι αποτελούν το 25% των σεξοτουριστών ανά τον κόσμο.<sup>42</sup>

Σε έρευνα της εταιρίας προφυλακτικών Durex το 2005, η οποία συγκρίνει τις σεξουαλικές επιδόσεις μεταξύ χωρών, οι Έλληνες αναδεικνύονται πρωταθλητές σε συχνότητα σεξουαλικών επαφών (138 για την Ελλάδα, 103 ο μέσος όρος των χωρών που συμμετείχαν), παρόλο που οι επιδόσεις σχετικά με την σεξουαλική εκπαίδευση και τις προφυλάξεις που λαμβάνουν είναι σχετικά χαμηλές.<sup>43</sup>

Ο στόχος της τουριστικής κίνησης δεν μπορεί να είναι μόνο η ικανοποίηση των βασικών φυσιολογικών αναγκών. Δεν μπορεί κανείς να σκεφτεί για τον τουρισμό, αν η διαβίωση του και η ασφάλεια του απειλείται. Ο τουρίστας σκέφτεται πώς θα ικανοποιήσει τις φυσιολογικές του ανάγκες σε διαφορετικό περιβάλλον και με διαφορετικό τρόπο από ότι συνήθως στην καθημερινότητα του. Η καθημερινή ικανοποίηση των δύο αυτών βασικών αναγκών είναι στην πραγματικότητα μια βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη της ανάγκης για τουριστικά ταξίδια, υποστηρίζει ο Ράντνιτς.<sup>44</sup>

---

<sup>39</sup> <http://www.irinnews.org/Report.aspx?ReportId=84909>

<sup>40</sup> <http://www.sa-venues.com/2010/2010-stadium.htm>

<sup>41</sup> <http://www.justice.gov/criminal/ceos/trafficking.html>

<sup>42</sup> <http://www.yapi.org/rpchildsextourism.pdf>

<sup>43</sup> <http://www.durex.com/en-jp/sexualwellbeingsurvey/documents/gss2005result.pdf>

<sup>44</sup>

<http://www.cabdirect.org/abstracts/19921800733.html;jsessionid=71756491B074A579F3016FD1BB296704>, Tourism and tourist needs., Radnic', A., Turizam 1992

## 1.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Στην προσπάθεια να δούμε πώς η ασφάλεια συνδέεται με τις τουριστικές αφίξεις, ανατρέχουμε στον Global Peace Index (Παγκόσμιος Δείκτης Ειρήνης). Είναι ένας δείκτης που επιδιώκει να μετρήσει την ειρήνη σε κάθε χώρα, συνυπολογίζοντας διάφορες παραμέτρους. Θεωρείται πρωτοποριακό ορόσημο στη μελέτη της ειρήνης. 24 διαφορετικοί δείκτες, όπως οι ένοπλες συρράξεις, η εγκληματικότητα, οι βίαιες διαδηλώσεις, ο αριθμός ανθρωποκτονιών-αυτοκτονιών υπολογίζονται με σκοπό να καταλήξουν σε ένα αποτέλεσμα για την κάθε χώρα.<sup>45</sup> Είναι ο πρώτος δείκτης που κατασκευάστηκε με κίνητρο και σκοπό να κατατάξει τα έθνη του κόσμου ανάλογα με την ηρεμία που επικρατεί σε αυτά, με προσπάθεια να προσδιορίσει την κινητήρια δύναμη της ειρήνης.

Ο εν λόγω δείκτης ανανεώνεται σε ετήσια βάση. Υπάρχουν αδυναμίες σχετικά με την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων σύνδεσης της ασφάλειας με τον τουρισμό σε μία χώρα, οι κοινωνικές συνθήκες διαφοροποιούνται κατά πολύ από περιοχή σε περιοχή της ίδιας χώρας.(π.χ. αδύναμες οικονομικά συνοικίες των πόλεων με υψηλή εγκληματικότητα και μεγάλα ποσοστά ευπαθών, παραβατούντων ή αποκλεισμένων κοινωνικών ομάδων, (πχ. ανέργων, μεταναστών, εξαρτημένων ατόμων), έχουν λίγο τουρισμό εν αντίθεση με νησιά, ή θέρετρα, με παράδοση σαν δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί). Στο χάρτη, ανάλογα με το χρώμα που έχει κάθε χώρα τόσο ασφαλής προορισμός θεωρείται. Το έντονο μπλε δηλώνει μεγαλύτερη ασφάλεια, ενώ το έντονο κόκκινο μικρότερη.

Το 2011 η χώρα μας βρισκόταν στην 65<sup>η</sup> θέση ανάμεσα σε 158 χώρες, ενώ το 2012 έπεσε κατά 12 θέσεις στην 77<sup>η</sup>. Βρίσκεται σε καλύτερη θέση από τις ΗΠΑ, οι οποίες το 2011 ήταν στην 82<sup>η</sup> θέση, ενώ το 2012 βρίσκονται στην 88<sup>η</sup> θέση του πίνακα. Η Κολομβία, χώρα με υψηλή εγκληματικότητα, για τα έτη 2011 και 2012 ήταν στις θέσεις 139 και 144 αντίστοιχα, η Κίνα στις θέσεις 80 (2011) και 89 (2012), ενώ η Αργεντινή ανέβηκε κατά 11 θέσεις, από 55<sup>η</sup> το 2011 σε 44<sup>η</sup> το 2012, κάνοντας

---

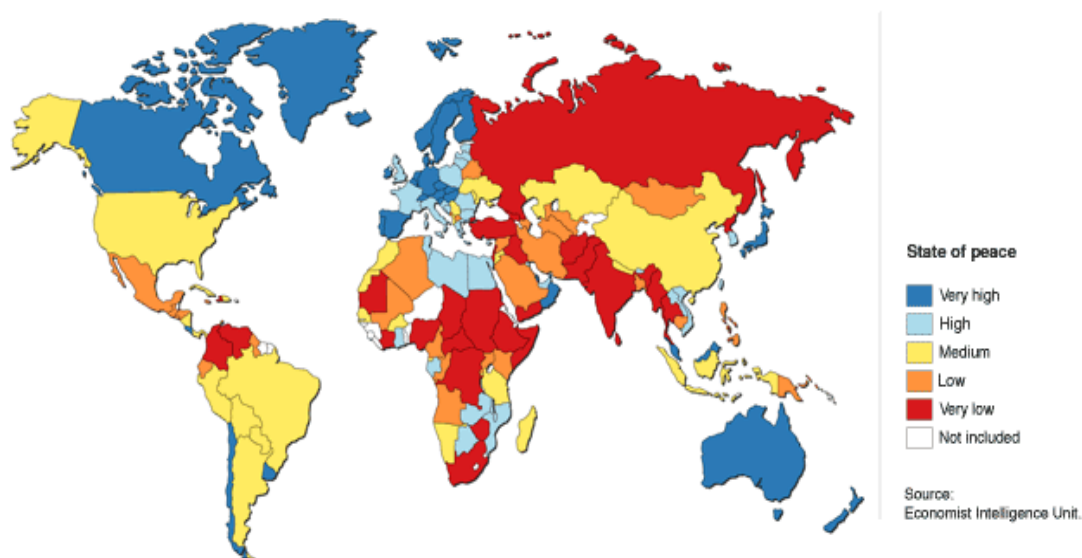
<sup>45</sup> <http://www.visionofhumanity.org/gpi/home.php>



σταθερά βήματα προς την ανάπτυξη μετά την οικονομική κρίση που ξέσπασε στη χώρα στις αρχές της προηγούμενης δεκαετίας.<sup>46</sup>

## ΧΑΡΤΗΣ 1

### GLOBAL PEACE INDEX 2009-(ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΙΡΗΝΗΣ 2009)



47

Οι πιο δημοφιλείς τουριστικά χώρες έχουν σχετικά υψηλότερο δείκτη ασφάλειας και ειρήνης. Το χρώμα είναι σχετικό με τις ακριβείς περιοχές, αφού μέσα σε μια χώρα ο δείκτης ασφάλειας μπορεί να διαφέρει κατά πολύ από περιοχή σε περιοχή. Στη Δυτική πλευρά της Τουρκίας βρίσκονται τα κοσμοπολίτικα παράλια της Μικράς Ασίας, ενώ στην Ανατολική συρράξεις μεταξύ Κούρδων αυτονομιστών και Τουρκικού στρατού αποτελούν συχνό φαινόμενο.<sup>48</sup> Παρόλα αυτά, το χρώμα-βαθμός ασφάλειας της χώρας παραμένει ενιαίο. Άλλο παράδειγμα, το Μεξικό, όπου σε έναν χάρτη με χρωματική ανάλυση πιο συγκεκριμένης διοικητικής διαίρεσης, ο βαθμός ασφάλειας στα κοσμοπολίτικα θέρετρα του Κανκούν, του Ακαπούλκο κ.α. , θα είναι πιθανόν διαφορετικό από τις περιοχές που δοκιμάζονται από τις συγκρούσεις

<sup>46</sup> <http://chartsbin.com/view/1529>

<sup>47</sup> <http://moroccotimes.over-blog.com/article-32303129.html>

<sup>48</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tu.html>

της κυβέρνησης και των καρτέλ-συμμοριών των ναρκωτικών.<sup>49</sup> Ένας λεπτομερής χάρτης τουριστικής ασφάλειας θα χρειαζόταν στοιχεία ανά μικρότερες διοικητικές δομές/ περιφέρειες.

Πρωταρχικό ρόλο στην κάλυψη των αναγκών για ασφάλεια διαδραματίζει η εργασία. Για να γίνει μια πιο λεπτομερής αναφορά στην επί μέρους σημασία του τουρισμού στα οικονομικά μεγέθη και το εργατικό δυναμικό κάθε χώρας, ανατρέχουμε στα στοιχεία της έκθεσης του Παγκόσμιου Οικονομικού φόρουμ (το οποίο όπως γράφει στο λογότυπο του, δεσμεύεται για τη βελτίωση της κατάστασης του κόσμου, ή της Παγκόσμιας Πολιτείας, ανάλογα τη μετάφραση), σχετικά με την τουριστική και την ταξιδιωτική ανταγωνιστικότητα. Πόσο ποσοστό του ΑΕΠ εκδύεται δια μέσω του τουρισμού σε κάθε χώρα, και τι ποσοστό στο σύνολο των θέσεων εργασίας σε μια χώρα προκύπτουν από τον τουρισμό. Υπάρχουν δύο διαφορετικές λίστες, η μία πραγματεύεται το ΑΕΠ και τις θέσεις εργασίας επί του συνόλου που προκύπτουν από την τουριστική βιομηχανία, και η δεύτερη το ΑΕΠ και τις θέσεις εργασίας που προκύπτουν από την τουριστική οικονομία.

Ο διαχωρισμός μεταξύ των μεγεθών που προσμετρούνται στην τουριστική βιομηχανία και στην τουριστική οικονομία δεν είναι απόλυτα ευδιάκριτος, ωστόσο είναι σαφές ότι η τουριστική οικονομία συμπεριλαμβάνει περισσότερα μεγέθη. Η ευρωπαϊκή ήπειρος γενικά παρουσιάζει υψηλά ποσοστά στον δείκτη ειρήνης (Global Peace Index), και οι περισσότερες χώρες έχουν αποχρώσεις του μπλε. Τα διαφημιστικά σποτ των προορισμών ανά τον κόσμο, δίνουν βαρύνουσα σημασία στην ασφάλεια. Η ασφάλεια και η εργασιακή ευημερία του τοπικού πληθυσμού συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό σε πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, όπου το 18,8% του συνόλου των εργαζομένων απασχολείται στον τουρισμό, και είναι από τα υψηλότερα ποσοστά στην Ευρώπη. Παρακάτω παρουσιάζεται πίνακας με βασικά μεγέθη της τουριστικής οικονομίας στις χώρες της Ευρώπης, καθώς και το τι ποσοστό του ΑΕΠ και τι ποσοστό εργασιών σε κάθε χώρα καλύπτεται από τον τουρισμό. Υπάρχουν και μελλοντικές προβλέψεις. Ο πίνακας με τα μεγέθη της τουριστικής βιομηχανίας, παρουσιάζεται στο τέλος σε ένθετο. (Παράρτημα Γ, σελίδα 97).

---

<sup>49</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ<sup>50</sup>**

ΧΩΡΑ	ΑΕΠ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ (σε εκατ.δολάρια)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΕ ΣΥΝΟΛΟ ΤΟΥ ΑΕΠ (%)	ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΕΤΗΣΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΤΑΞΥ 2011-2020	ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ (ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΕ ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (%)	ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΕΤΗΣΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ (2011-2020)
Αλβανία	2.553	20,7	5	209	16,7	1,8
Αρμενία	894	10,3	3,9	95	8,3	-1
Αυστρία	52.074	12,5	4,1	559	13,4	3
Αζερμπαϊτζάν	2.796	6,4	5,5	219	5,2	0,7
Βέλγιο	42.163	8,1	3	393	8,9	1,3
Βοσνία	1.855	10,2	6,1	91	8,3	1,3
Βουλγαρία	5.951	11,9	4,4	324	10,2	-1,8
Κροατία	14.481	24,8	5,9	311	27,3	2,2
Κύπρος	4.093	16,1	5	77	19,8	2,6
Τσεχία	21.427	10,4	5,4	473	9,8	0,8
Δανία	25.960	7,7	3,5	227	8,2	1
Εσθονία	2.886	14,5	5,6	73	12,7	0,6
Φινλανδία	17.763	6,9	3,8	166	7	2,8
Γαλλία	284.584	9,7	2,3	2.847	11,2	1
Γερμανία	273.350	7,6	2,7	3.191	8	1
Ελλάδα	50.183	15,5	3,5	785	18,8	1,6
Ουγγαρία	9.770	7,4	3,5	263	7	-0,4
Ισλανδία	1.985	14,7	3,2	26	15,5	1,8
Ιρλανδία	14.829	6,3	5,3	114	6,2	2,2
Ισραήλ	12.022	6,4	5	223	7,9	2,6
Ιταλία	217.140	9,4	2,4	2.478	10,9	1,1
Καζακστάν	9.038	7,7	6,1	508	6,3	-0,1
Λεττονία	1.623	6	6,2	49	5,1	2,3
Λιθουανία	2.094	5,1	6,6	57	4,3	1,4
Λουξεμβούργο	4.457	8,3	3,6	25	11,7	2
ΠΓΔΜ	595	6,2	6,1	33	5,7	2,3
Μάλτα	1.702	19,4	4,6	38	23,7	2,4
Μολδαβία	336	6,2	4,4	62	5	-1,9
Μαυροβούνιο	1.002	20,3	6,9	30	17,4	3,8
Ολλανδία	62.099	7,2	2,6	549	7,6	0,3
Νορβηγία	30.261	6,6	1,1	244	9,8	-2
Πολωνία	35.707	7,3	6,3	1.054	6,8	1,1
Πορτογαλία	35.799	14,4	4	943	18,8	2,4
Ρουμανία	9.006	5,1	7,3	519	6,1	2,6
Ρωσία	92.583	6	5,7	3.538	5,1	0,1
Σερβία	3.663	7,4	5,4	128	6,7	2,2
Σλοβακία	9.890	9,9	6,3	206	8,8	2,6
Σλοβενία	6.487	12,1	4,6	117	13,6	0,9
Ισπανία	237.898	15,3	1,8	3.205	17,1	1,4
Σουηδία	38.864	8	3,5	335	7,5	1,5
Ελβετία	72.403	13,6	0,6	785	17,5	0,6
Τουρκία	69.518	9,7	4,5	1.389	6,4	2,9
Ουκρανία	10.172	7,5	4,2	1.207	6,1	-1,4
Ηνωμένο Βασίλειο	231.146	9,7	3,2	3.144	10,2	0,6

<sup>50</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf)

## 1.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες για ενδυνάμωση των σχέσεων με την οικογένεια και με φίλους, όπως επίσης προσφέρει ευκαιρίες για δημιουργηθούν νέες φιλίες και γνωριμίες. Οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής είναι η μεγαλύτερη και σημαντικότερη αγορά τουρισμού σήμερα. Βάση μιας έρευνας για την κοινωνικοποίηση των Αμερικανών τουριστών,

-Το 52% προτίμησε οικογενειακά ταξίδια, το 26% ταξίδια ζευγαριών, το 11% ταξίδια σε αξιοθέατα με κοντινές αποστάσεις, το 7% βιωματικές ή περιπετειώδεις διακοπές, όπως ταξίδια προς γαστρονομική εξερεύνηση ή πεζοπορίες, το 4% εκπαιδευτικά ταξίδια. Οι μοναχικοί ταξιδιώτες αποτελούν το 11% του συνόλου των ταξιδιωτών αναψυχής στις Ηνωμένες Πολιτείες. Οι μοναχικοί ταξιδιώτες πραγματοποιούν ελάχιστα λιγότερα ταξίδια το χρόνο (4,3) σε σύγκριση με εκείνους που ταξιδεύουν μαζί με άλλους (4,8)<sup>51</sup>

Ερευνητικό κέντρο στον τομέα του τουρισμού στο Κουίνσλαντ της Αυστραλίας, υποστηρίζει πως “Στα κοινωνικά πλεονεκτήματα του τουρισμού, συμπεριλαμβάνονται η δημιουργία ταυτότητας και ένα κοινό αίσθημα υπερηφάνειας σε μια Κοινότητα μπορεί να παραχθεί μέσω του τουρισμού. Μια θετική αίσθηση της ταυτότητας της κοινότητας μπορεί να ενισχυθεί και ο τουρισμός μπορεί να ενθαρρύνει τις τοπικές κοινότητες να διατηρούν τις παραδόσεις και την ταυτότητά τους.”<sup>52</sup>

Στο πέρασμα των χρόνων, η ανάγκη κοινωνικοποίησης και δημιουργίας σχέσεων αναπτύχθηκε μέσω διαφόρων δικτύων ταξιδιωτών, όπως θα αναπτυχθούν παρακάτω, κάτι στο οποίο συνέβαλλε δραματικά η εξέλιξη της τεχνολογίας. Κατά τον J.R. Abbey, οι δώδεκα μεταβλητές του τρόπου ζωής σχετικά με τα ταξίδια, είναι οι εξής:<sup>53</sup>

-Τουρίστες που προτιμούν τις οικογενειακές διακοπές

-Τουρίστες που προτιμούν τις οικονομικές διακοπές

<sup>51</sup> <http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics>

<sup>52</sup> [http://www.tq.com.au/resource-centre/community-engagement/how-tourism-benefits-communities/how-tourism-benefits-communities\\_home.cfm](http://www.tq.com.au/resource-centre/community-engagement/how-tourism-benefits-communities/how-tourism-benefits-communities_home.cfm)

<sup>53</sup> Τουρισμός, Οικονομικές προσεγγίσεις, Στέλιος Βαρβαρέσος, σελίδα 113

-Τουρίστες χωρίς εμπιστοσύνη, που αρέσκονται σε αγορά οργανωμένου πακέτου διακοπών, από το να παίρνουν εκείνοι τις αποφάσεις τους

- Οργανωμένοι τουρίστες

-Τουρίστες που αναζητούν ένα status

- Τουρίστες που αγαπούν την ιστορία

- Τουρίστες που ενδιαφέρονται για τη νυχτερινή ζωή

- Κοινωνικοί τουρίστες που τους αρέσει να περιφέρονται στο πλήθος

-Οικολόγοι τουρίστες

- Διανοούμενοι τουρίστες

-Τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό

-Τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό

Η αλληλεπίδραση των ντόπιων πληθυσμών και των τουριστών, και οι σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ τους, είναι πρωτεύουσας σημασίας παράγοντας για τους τουρίστες και τις τοπικές οικονομίες. Οι αριθμοί των αφίξεων ποικίλουν από χώρα σε χώρα., καθώς και οι εισπράξεις που προέρχονται από τον τουρισμό. Αναπτύσσονται φιλικές, επαγγελματικές, και οικονομικές σχέσεις μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων και των τουριστών, οι οποίες συμβάλλουν στην κοινωνική ευημερία. Οι οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές μεταβλητές επηρεάζουν τις αυξομειώσεις που σημειώνονται στις τουριστικές αφίξεις και τις τουριστικές εισπράξεις κάθε έτος ανά χώρα. Στα παραρτήματα, παρουσιάζεται πίνακας με τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις και τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις σε χώρες της Ευρώπης για τα έτη 2008-2010.<sup>54</sup> (Παράρτημα Β, σελίδα 97).

---

<sup>54</sup> <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf>

## 1.6 ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΥΤΟΕΚΤΙΜΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ανάγοντας την έννοια της αυτοεκτίμησης σε ένα ευρύτερο εννοιολογικό φάσμα, ανατρέχουμε στον όρο “κοινωνική εκτίμηση”. Κατά τον Nathaniel Branden, Καναδό ψυχοθεραπευτή, αυτοεκτίμηση είναι “ η διάθεση που έχει το άτομο να αντιμετωπίσει τον εαυτό του ως αρμόδιο να αντιμετωπίσει τις εμπειρίες και τις προκλήσεις της ζωής, και η αίσθηση ότι είναι άξιος ευτυχίας.<sup>55</sup> Ο εθνικός οργανισμός Αυτοεκτίμησης των Ηνωμένων Πολιτειών, δίνει έναν παρεμφερή ορισμό : « Η εμπειρία του να είναι το άτομο σε θέση να ανταποκριθεί στις προκλήσεις της ζωής και να αισθάνεται αντάξιο της ευτυχίας”.<sup>56</sup>

Παρά την πληθώρα αντικειμενικών των δυσκολιών μιας επιστημονικής προσέγγισης και μέτρησης της ευτυχίας, ερευνητές από το Πανεπιστήμιο του Leicester της Μεγάλης Βρετανίας<sup>57</sup>, δημιούργησαν τον λεγόμενο “Παγκόσμιο Χάρτη Ευτυχίας”, δημιουργώντας έναν δείκτη που συνυπολογίζει διάφορες παραμέτρους , άμεσα και έμμεσα συσχετιζόμενες με την ανθρώπινη ευτυχία.

### ΧΑΡΤΗΣ 2. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΕΥΤΥΧΙΑΣ, 2006



Η μελέτη αφορά στοιχεία του 2006, πριν την διεθνή οικονομική κρίση. Για τη σύνδεση της ευτυχίας και της κοινωνική εκτίμησης με τον τουρισμό, παρουσιάζεται παρακάτω χάρτης, στον οποίο το μέγεθος μιας χώρας είναι αναλογικά

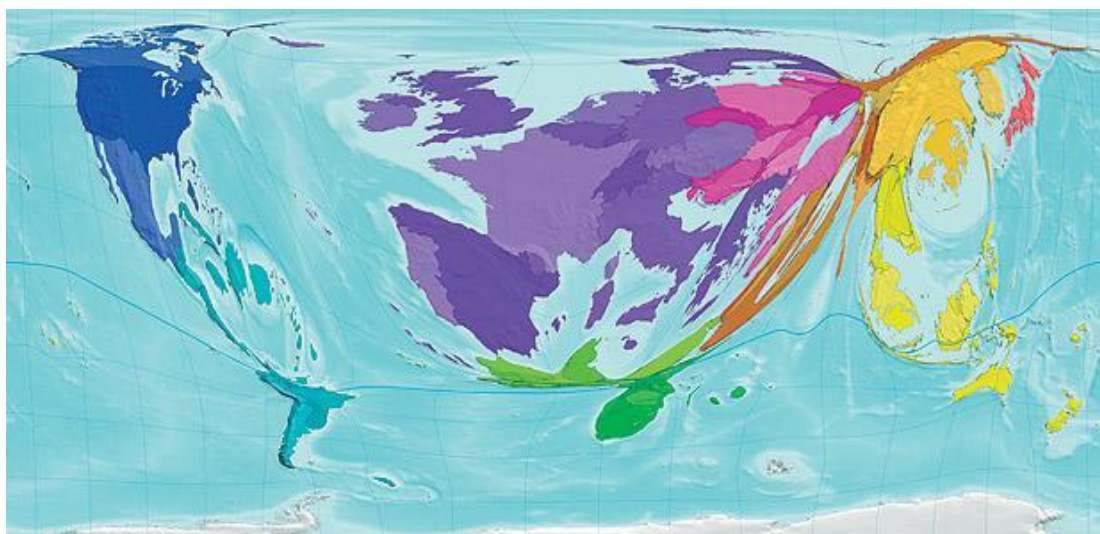
<sup>55</sup> [http://www.nathanielbranden.com/catalog/info\\_pages.php?pages\\_id=14](http://www.nathanielbranden.com/catalog/info_pages.php?pages_id=14)

<sup>56</sup> <http://www.self-esteem-nase.org/board.php>

<sup>57</sup> <http://www2.le.ac.uk/ebulletin/news/press-releases/2000-2009/2006/07/nparticle.2006-07-28.2448323827>

προσαρμοσμένο με τον αριθμό των τουριστικών αφίξεων σε αυτή. Αναλύοντας τα επί μέρους στατιστικά στοιχεία, παρατηρείται μια συνάφεια στις τουριστικές αφίξεις σε μία χώρα με το επίπεδο ευτυχίας σε αυτήν.

### ΧΑΡΤΗΣ 3. ΑΝΑΛΟΓΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΕΚΤΑΣΗΣ- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ



58

Υπάρχει σύνδεση του επιπέδου ευτυχίας μιας χώρας με τον αριθμό των τουριστικών της διεθνών αφίξεων. Οι χώρες που έχουν πιο έντονο κόκκινο χρώμα στον πρώτο χάρτη, όπου οι κάτοικοι τους απολαμβάνουν μεγαλύτερο επίπεδο ευτυχίας, είναι γενικά οι ίδιες χώρες που στον δεύτερο χάρτη έχουν τη μεγαλύτερη έκταση, η οποία είναι ανάλογη με το μέγεθος των τουριστικών αφίξεων σε αυτές. Όπως οι περισσότερες χώρες της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής. Οι χώρες της Αφρικής, οι περισσότερες εκ των οποίων έχουν κίτρινο χρώμα στον πρώτο χάρτη, καταλαμβάνουν πολύ μικρή έκταση στον δεύτερο χάρτη. Η φτώχεια και η ανέχεια, άμεσες συναρτήσεις του χαμηλότερου αισθήματος ευτυχίας συνδέονται και με τις ελάχιστες τουριστικές αφίξεις που έχουν οι περισσότερες από αυτές και κατά συνέπεια, έχουν περιορισμένα έσοδα από τουριστικές αφίξεις, και λίγες θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα.

<sup>58</sup> <http://www.telegraph.co.uk/travel/picturegalleries/3109042/The-Atlas-of-the-Real-World.html?image=2>

Η Δυτική Ευρώπη υποδέχεται το 46% των Παγκόσμιων ταξιδιωτών, ενώ η Κεντρική Αφρική το 0,1%. Λόγω της ιδιομορφίας που παρουσιάζει ο παραπάνω χάρτης με μια υδροκέφαλη Ευρώπη στον Παγκόσμιο χάρτη, προσπαθώντας να αριθμοποιήσουμε αυτή την φαινομενική τουριστική ευημερία, διαιρούμε τις αφίξεις και τα τουριστικά έσοδα στις Ευρωπαϊκές χώρες για το 2010, όπως προέκυψαν από τον πίνακα που είναι στα παραρτήματος 1 (Τουριστικές αφίξεις στην Ευρώπη και τουριστικά έσοδα, 2008-2010), όπου δημιουργήθηκαν δείκτες σχετικά με την αναλογία τουριστών ντόπιων και την αντιστοιχία τουριστικών εσόδων ανά κάτοικο στις χώρες της Ευρώπης για το έτος 2010. Τα στοιχεία για τους πληθυσμούς των Ευρωπαϊκών χωρών προέρχονται από την Eurostat, την Ευρωπαϊκή στατιστική Υπηρεσία.<sup>59</sup>

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ, ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗ, ΧΩΡΕΣ ΕΥΡΩΠΗΣ (2010)**

ΩΡΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ 2010	ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ	ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ	ΑΕΠ ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ *
	εκατομμύρια					
Αλβανία	2,229	2,995	1,626	0,74	0,54	7.780
Ανδόρρα	1,808	0,082		22,05		
Αυστρία	22,004	8,375	18,663	2,63	2,23	41.805
Αζερμπαϊτζάν	1,495	9,047	621	0,17	0,07	10.217
Βέλγιο	7,217	10,84	10,287	0,66	0,95	37.678
Βουλγαρία	6,047	7,564	3,637	0,8	0,48	13.563
Χροατία	9,335 (2009)	4,426	8,898(2009)	2,11	2,01	18.339
Κύπρος	2,173	0,803	2,183	2,71	2,72	29.100
Ώσечία	6,334	10,507	2,183	0,6	0,21	25.934
Ελλάδα	9,097	5,535	5,476	1,64	0,99	37.742
Εσθονία	2,12	1,34	1,071	1,58	0,8	20.182
Εννιλανδία	3,67	5,351	2,809	0,69	0,52	36.723
Γαλλία	76,8	64,716	46,319	1,19	0,72	35.049
Γερμανία	2,033	4,461	659	0,46	0,15	5.430

<sup>59</sup>

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tps00001>



Γερμανία	26,875	81,802	34,675	0,33	0,42	37.936
Ελλάδα	15,007	11,305	12,741	1,33	1,13	27.624
Ουγγαρία	9,51	10,014	5,381	0,95	0,54	19.647
Ρουμανία	7,189 (2009)	4,468	4,89(2009)	1,61	1,09	39.508
Σουηδία	2,805	7,209	4,768	0,39	0,66	31.004
Ιταλία	43,626	60,34	38,786	0,72	0,64	30.166
Λατβία	3,393	15,422	1,005	0,22	0,07	13.060
Λιθουανία	2,147(2009)	5,317	459	0,4	0,09	2.380
Λετονία	1,373	2,248	640	0,61	0,28	15.448
Μάλτα	1,332	414	1,068	3,22	2,58	25.783
Ολλανδία	10,883	16,575	13,062	0,66	0,79	42.331
Νορβηγία	4,767	4,858	4,779	0,98	0,98	53.376
Πολωνία	12,47	38,167	9,446	0,33	0,25	20.137
Πορτογαλία	6,865	10,638	10,09	0,65	0,95	23.205
Ρωσία	20,271	142,905	8,985	0,14	0,06	16.688
Σλοβακία	1,327	5,425	2,233	0,24	0,41	23.384
Σλοβενία	1,844	2,047	2,311	0,9	1,13	29.179
Ισπανία	52,677	45,989	52,525	1,15	1,14	30.662
Σουηδία	4,951	9,341	11,079	0,53	1,19	40.614
Ελβετία	8,628	7,786	14,841	1,11	1,9	43.509
Τούρκια	27	72,561	20,807	0,37	0,29	14.616
Ουκρανία	21,203	45,94	3,788	0,46	0,08	7.199
Η.Βασίλειο	28,133	62,027	30,4	0,45	0,49	35.975
ΕΥΡΩΠΗ						

Η Ανδόρρα, μικρό κρατίδιο των Πυρηναίων με πληθυσμό γύρω στις 80.000 κατοίκους, δέχεται περίπου 22 τουρίστες το χρόνο ανά κάτοικο, και αναδεικνύεται πρωταθλήτρια στην λίστα με την αριθμητική αναλογία ντόπιων-τουριστών. Μιλώντας βέβαια για μια χώρα τουριστικό θέρετρο με πολύ μικρό πληθυσμό. Από τις υπόλοιπες χώρες, η Μάλτα (3,22), η Κύπρος (2,71), η Αυστρία (2,63), η Κροατία ( 2,11), σημειώνουν αριθμούς άνω του 2. Έπονται η Δανία (1,64), η Εσθονία (1,58) και η Ελλάδα (1,33). Η Γερμανία παρουσιάζει ένα δείκτη αναλογίας, όπου αντιστοιχεί ένας μόνο τουρίστας για κάθε τρεις ντόπιους. Παρόλα αυτά, το μερίδιο των τουριστικών εσόδων ανά κάτοικο στη Γερμανία είναι μεγαλύτερο του δείκτη τουριστών ανά κάτοικο (0,42 έναντι 0,33).

Συμπερασματικά, παρατηρούμε ότι στις χώρες με μεγαλύτερο ΑΕΠ ανά κάτοικο, τα έσοδα από τον τουρισμό ανά κάτοικο είναι περισσότερα αναλογικά, κάτι που μεταξύ άλλων ίσως εξηγείται και με το κόστος ζωής στις χώρες αυτές, καθώς και με την αγοραστική δύναμη των τουριστών που τις επισκέπτονται. Πχ, σε κάθε Ελβετό αντιστοιχεί 1,11 τουρίστες, ενώ οι κατά κεφαλήν εισπράξεις αγγίζουν το 1,9, κοντά στο διπλάσιο. Για κάθε Ουκρανό, 0,46 τουρίστες και μόλις 0,08 εισπράξεις. Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ του μέσου Ελβετού, είναι σχεδόν διπλάσιο από το αντίστοιχο του μέσου Ουκρανού.

Οι ΗΠΑ κατέχουν τα ηνία σε εξαγωγή τουριστών, ενώ βρίσκονται στην τρίτη θέση των εισερχόμενων αφίξεων. Οι Αμερικάνοι Διεθνείς Τουρίστες, έχουν κατά σειρά τα εξής κίνητρα όταν ταξιδεύουν, Κατά το ερευνητικό κέντρο Opinion Research Corporation , έχουν κατά σειρά συχνότητας απαντήσεων τα εξής κίνητρα όταν ταξιδεύουν:<sup>60</sup>

- 1.Αλλαγή του χώρου και του πλαισίου της ζωής
2. Πολιτιστικά θέλγητρα
3. Αναζήτηση νέων εμπειριών
4. Σύγκριση του τρόπου ζωής άλλων ατόμων με το δικό τους
5. Επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους
6. Περιπέτειες-έντονες συγκινήσεις
- 7.Ιστορικά ενδιαφέροντα
8. Ήλιος, θάλασσα. Άμμος
- 9.Οινοποτοτροφοδοσία
- 10.Αναζήτηση παρόμοιο πολιτιστικού περιβάλλοντος με εκείνο της μόνιμης κατοικίας τους
11. Πραγματοποίηση αγορών στο εξωτερικό
- 12.Επίσκεψη θρησκευτικών μνημείων

---

<sup>60</sup> Τουρισμός, Οικονομικές προσεγγίσεις, Στέλιος Βαρβαρέσος, σελίδα 110

13. Επαγγελματικές υποθέσεις
14. Εμπλουτισμός της μόρφωσης
15. Ειδύλλια
16. Γόητρο, κοινωνικό status
17. Μιμητισμός
18. Άλλα κίνητρα

Οι κοινωνικοί και ψυχολογικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης, διαμορφώνονται από τα τουριστικά κίνητρα, στα οποία συγκαταλέγονται προσωπικοί παράγοντες, όπως η ανάγκη της φύσης, του παιχνιδιού, της επικοινωνίας και της γιορτής, η ανάγκη αλλαγής χώρου, η ανάγκη της ασφάλειας, καθώς και πολιτιστικοί παράγοντες.<sup>61</sup>

## 1.7 ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΥΤΟΠΡΑΓΜΑΤΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Bonita M. Kolb, στο βιβλίο της “Τουριστικό Marketing για πόλεις και κομοπόλεις”, υποστηρίζει πως “Μέσω του τουρισμού μπορούν να ικανοποιηθούν ανάγκες αυτοπραγμάτωσης, εφόσον μια επίσκεψη σε μια πόλη μπορεί να δώσει στους τουρίστες την ευκαιρία να αναπτύξουν τις δικές τους ιδιαίτερες ικανότητες ή τα συμφέροντά τους σε επαγγελματικό επίπεδο. Στον ορισμό της αυτοπραγμάτωσης συμπεριλαμβάνεται το να κάνουμε καλό για τους συνανθρώπους μας, και έτσι οι tourism marketers θα πρέπει να εξετάζουν την διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων για τους τουρίστες που έχουν επίσης αλτρουιστικούς σκοπούς”<sup>62</sup>

Ως tourism marketers και tourism makers (διαμορφωτές και αρμόδιους για την διανομή, εξέλιξη και κατανομή του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα,) , προκύπτουν ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η Ευρωπαϊκή Ένωση, οι κοινωνικοί, εκπαιδευτικοί και επιχειρηματικοί φορείς ο αρμόδιος φορέας ( πχ. ΕΟΤ) τουρισμού κάθε χώρας, είτε το αρμόδιο Υπουργείο Τουρισμού .

<sup>61</sup> Τουρισμός, Οικονομικές προσεγγίσεις, Στέλιος Βαρβαρέσος, σελίδα 112

<sup>62</sup> Tourism Marketing for cities and towns, Bonita M. Kolb, page 142

Σύμφωνα με τον Περικλή Λύτρα, στο βιβλίο “Κοινωνιολογία του Τουρισμού”, μεταξύ άλλων αναφέρονται τα εξής για τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού:

“Σύμφωνα με το άρθρο 3 του καταστατικού του ΠΟΤ, θεμελιώδης στόχος του Οργανισμού είναι η παραγωγή και ανάπτυξη του τουρισμού με σκοπό τη συνεισφορά του στην οικονομική ανάπτυξη, τη διεθνή κατανόηση, την ειρήνη, την ευημερία, τον διεθνή σεβασμό και την τήρηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και θεμελιωδών ελευθεριών για όλους, χωρίς καμιά διάκριση φυλής, φύλλου, γλώσσας ή θρησκείας”.<sup>63</sup>

“Ενεργό συμμετοχή στις προσπάθειες εκπαίδευσης προσωπικού για τους διάφορους τομείς του τουρισμού, εξέταση και συμβολή στις προσπάθειες επαγγελματικής εκπαίδευσης και καθιέρωσης καταλλήλων εκπαιδευτικών προγραμμάτων ιδιαίτερα στις υπό ανάπτυξη χώρες” Η Ευρωπαϊκή Ένωση, το 1986, μέσω της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής (ΟΚΕ) των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, έθεσε 6 βασικούς στόχους σχετικούς με τον τουρισμό:

- Τη διευκόλυνση ταξιδιών μέσα στην κοινότητα
- Την καλύτερη κατανομή του τουρισμού στον χρόνο και στον χώρο
- Τον καλύτερο προσανατολισμό των παρεμβάσεων των χρηματοδοτικών οργάνων.
- Την καλύτερη πληροφόρηση και προστασία των τουριστών.
- Την βελτίωση του πλαισίου εργασίας των τουριστικών επαγγελμάτων.
- Την διεύρυνση του προβληματισμού του τομέα και η οργάνωση της παροχής συμβουλών και της συνεργασίας.

Το 1986 η Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν πληθυσμιακά και σε αριθμό μελών σχεδόν η μισή από ότι είναι σήμερα, ενώ ο στενός πυρήνας των 17 της Ευρωζώνης δεν υπήρχε, όπως δεν υπήρχε και κοινό νόμισμα. Το ίδιο έτος, η Ευρωπαϊκή Ένωση δέχτηκε στους κόλπους της την Ισπανία και την Πορτογαλία, χώρες των οποίων οι οικονομίες εξαρτώνται σημαντικά από τον τουρισμό, και έχουν κοινά

---

<sup>63</sup> Κοινωνιολογία του τουρισμού, Περικλής Λύτρας, σελίδα 141

χαρακτηριστικά με την Ελλάδα, η οποία ήταν ήδη εδώ και μια εξαετία μέλος της Ένωσης.

Άλλες διεθνείς διακρατικές ενώσεις, είναι η Διεθνής Ξενοδοχειακή Ένωση,(I.H.A. Ή A.I.H), η διεθνής ομοσπονδία ταξιδιωτικών γραφείων, (F.I.A.V. ή U.F.T.A.A.) και η Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (I.A.T.A.)<sup>64</sup>. Το 1967, 13 χρόνια πριν την ένταξη της χώρας μας στην ΕΟΚ, το σλόγκαν που υιοθετήθηκε για τον εορτασμό του διεθνούς έτους τουρισμού ήταν «Ο Τουρισμός, διαβατήριο για την ειρήνη»<sup>65</sup>. Η απόσταση ανάμεσα στο επιθυμητό για τους λαούς του πλανήτη και το εφικτό και ρεαλιστικό για την παγκόσμια ειρήνη είναι χαώδης. Υπάρχουν κοινωνικοί-πολιτικοί θεσμοί πέραν των τουριστικών(λχ. Στρατιωτικά μπλοκ, οικονομικοί συνασπισμοί), από την ύπαρξη των οποίων εξαρτάται σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από ότι στον τουρισμό η περιχαράκωση της ειρήνης και ασφάλειας των λαών.<sup>66</sup>

Ο οργανισμός Authentic Holiday Films, επισημαίνει τις παρακάτω ρήσεις σχετικά με τη θεωρία των κινήτρων στον τουρισμό: «Κατά συνέπεια, μόνον εάν οι τουρίστες γίνουν πιο αυτόνομοι και, επομένως, γνωρίζουν τις ανάγκες και τα εγγενή κίνητρα που είναι σε θέση να αυτοπραγματοποιηθούν. Όπως οι McIntosh και Goeldner (1990) εξήγησαν, η τάξη και η συνέπεια γίνεται όλο και λιγότερο σημαντική στις δυτικές κοινωνίες και η επιθυμία για τη 'διαταραχή' στην εμπειρία του τουρισμού γίνεται όλο και πιο σημαντική. Ο Kim Lee επισημαίνει ότι «οι ευκαιρίες για μη προγραμματισμένη δράση και την ελευθερία από προγραμματισμένες ρυθμίσεις είναι χαρακτηριστικό των δυτικών τουριστών" Αυτό δείχνει ότι οι τουρίστες παρουσιάζουν μια ορισμένη επιθυμία να ελευθερώσουν την ταυτότητά τους. Σύμφωνα με τον Krippendorf (1984), προκειμένου οι τουρίστες να πάψουν να είναι μόνο χρήστες των διακοπών, πρέπει να γνωρίσουν τον εαυτό τους, τα κίνητρά τους και άλλους πολιτισμούς. Επομένως, μπορεί να υποθεθεί ότι η αυτοπραγμάτωση είναι εγγενής ανάγκη, χαρακτηριστικό του κάθε τουρίστα, αλλά πρέπει να γίνει κατανοητή από την άποψη του αληθινού εαυτού, σε αντίθεση με τον ιδανικό εαυτό του και ως εκ τούτου είναι ανεξάρτητη από κοινωνικές πιέσεις και περιλαμβάνει την υπέρβαση των συνηθισμένων συμπεριφορών και mindstates

---

<sup>64</sup> Περικλής Ν. Λύτρας, Κοινωνιολογία του τουρισμού, σελίδες 145-147

<sup>65</sup> Περικλής Ν. Λύτρας, Κοινωνιολογία του τουρισμού, σελίδα 147

<sup>66</sup> Περικλής Ν. Λύτρας, Κοινωνιολογία του τουρισμού, σελίδα 149

(καταστάσεων σκέψης/ αντίληψης/ διανόησης). . Αυτή η πρόταση απαιτεί περαιτέρω επεξεργασία και πρέπει να εξεταστεί στο πλαίσιο της νεωτερικότητας, η οποία παρεμποδίζει τη διαδικασία αυτή, αλλά την ίδια στιγμή επέφερε την ευαισθητοποίηση της.»<sup>67</sup>

Ο Maslow υποστήριζε πως ο βασικός λόγος για τον οποίον οι άνθρωποι δεν κινούνται γενικά προς την κατεύθυνση της αυτοπραγμάτωσης, είναι τα εμπόδια που τοποθετούνται από την κοινωνία. Θεωρεί την εκπαίδευση ένα από αυτά, και προτείνει δέκα σημεία-τρόπους, σχετικά με την βελτίωση της εκπαίδευσης:<sup>68</sup>

- «Να διδάξουμε στους ανθρώπους να είναι αυθεντικοί, να γνωρίζουν τον εσωτερικό τους κόσμο, και να ακούν τα εσωτερικά συναισθήματα και τις εσωτερικές φωνές τους.
- Να διδάξουμε στους ανθρώπους εκτός από την πολιτιστική τους κληρονομιά, την πολιτιστική κληρονομιά του κόσμου γενικότερα.
- Να βοηθήσουμε τους ανθρώπους να ανακαλύπτουν τις κλίσεις τους, τους σκοπούς τους, το «πεπρωμένο» τους. Επικεντρώνεται σε επιλογές όπως η επιλογή σωστής καριέρας, σωστής συντρόφου και σε άλλους τομείς.
- Να διδάξουμε στους ανθρώπους ότι η ζωή είναι πολύτιμη, τη χαρά που βιώνουμε σε αυτήν, και να είμαστε ανοιχτοί στο να βλέπουμε την καλή και ευχάριστη πλευρά κάθε κατάστασης, και έτσι να αισθανόμαστε την αξία της ζωής.
- Να αποδέχονται εαυτούς και αλλήλους όπως είναι, και με τη βοήθεια της εκμάθησης της εσωτερικής φύσης των ατόμων, εκείνα έχουν επίγνωση των δυνατοτήτων και των περιορισμών τους αντίστοιχα. Έτσι θα είναι πιο σίγουροι για τις επιλογές τους βάση των δυνατοτήτων τους.
- Πρέπει να δούμε ότι οι βασικές ανάγκες του ατόμου για ασφάλεια, κοινωνική αποδοχή και εκτίμηση, καλύπτονται.
- Τα άτομα να διδαχτούν την ομορφιά της φύσης και της ζωής, έτσι ώστε να αποκτήσουν συνείδηση επί τούτου.

---

<sup>67</sup> [http://www.authenticholidayfilms.com/tourist\\_motivation\\_35.html](http://www.authenticholidayfilms.com/tourist_motivation_35.html)

<sup>68</sup>

<http://web.archive.org/web/20100211014419/http://honolulu.hawaii.edu/intranet/committees/FacDevCom/guidebk/teachtip/maslow.htm> from Psychology - The Search for Understanding by Janet A. Simons, Donald B. Irwin and Beverly A. Drinnien West Publishing Company, New York, 1987

- Να διδάχτεί ότι ο έλεγχος είναι καλός, ενώ η πλήρης εγκατάλειψη όχι. Η βελτίωση της ποιότητας ζωής σε κάθε τομέα, επιτυγχάνεται μέσω του ελέγχου.
- Να διδάξουμε στους ανθρώπους να ξεπερνούν τα ασήμαντα προβλήματα και να καταπιάνονται με τα ουσιώδη προβλήματα της ζωής, όπως η αδικία, ο πόνος, η ταλαιπωρία και ο θάνατος.
- Να διδάξουμε στους ανθρώπους να κάνουν καλές επιλογές. “

## **1.8 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΩΝ ΧΩΡΩΝ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

Μέσω των στατιστικών, διαφαίνεται η σημασία του τουρισμού για την εργασία και την ευημερία των πολιτών μιας χώρας. Με βάση τα προηγούμενα στοιχεία, επιλέγονται 7 χώρες για αναλυτικότερη σύγκριση. Οι χώρες αυτές είναι η Ελλάδα, η Κύπρος, η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Ιρλανδία, η Κροατία και η Ιταλία. Οι λόγοι που επιλέχθηκαν οι συγκεκριμένες χώρες, είναι τα κοινά χαρακτηριστικά τους σχετικά με την οικονομία, τη γεωγραφία, τον τουρισμό, την πολιτική. Με εξαίρεση την Κροατία, η οποία θα αποτελέσει πλήρες μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 2013, οι υπόλοιπες είναι χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ευρωζώνης, και δοκιμάζονται από την χρηματοπιστωτική-κρίση χρέους της Ευρωζώνη

Με βάση τον πίνακα με τα στοιχεία της τουριστικής οικονομίας, παρόμοιο πληθυσμό έχουν η Ελλάδα και η Πορτογαλία, παρόμοια οικονομικά μεγέθη, πληθυσμό, γεωγραφική θέση, και σε κάποια σημεία παρόμοιο οικονομικό πολιτικό παρελθόν τα τελευταία έτη. Παρατηρούμε ότι το Πορτογαλικό τουριστικό ΑΕΠ, ήταν κατά περίπου 7/10 μικρότερο του ελληνικού, παρόλα αυτά οι εργασίες στον τουρισμό ήταν περισσότερες στην Πορτογαλία, έτσι το ποσοστό των εργασιών που προσμετρώνται στην τουριστική οικονομία επί του συνόλου, ήταν το ίδιο στις δύο χώρες (18,8%). Μπορούμε να υποθέσουμε πώς αναλογικά στην Πορτογαλία απασχολείται περισσότερο δυναμικό ανά τουριστική επιχείρηση από ότι στην Ελλάδα

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ 7 ΧΩΡΩΝ**

ΧΩΡΑ	ΑΕΠ		Αύξηση	Εργασίες	%	Αύξηση
	Τουριστικής	% συνολικού	ανά έτος	τουρισμός		ανά έτος
	Οικονομίας	ΑΕΠ	(πρόβλεψη)	(σε χιλιάδες)	εργασιών	(πρόβλεψη)
Ελλάδα	50.183	15.5	3.5	785	18.8	1.6
Κύπρος	4.093	16.1	5	77	19.8	2.6
Πορτογαλία	35.799	14.4	4	943	18.8	2.4
Ισπανία	237.898	15.3	1.8	3.205	17.1	1.4
Ιρλανδία	14.829	6.3	5.3	114	6.2	2.2
Κροατία	14.481	24.8	5.9	311	27.3	2.2
Ιταλία	217.140	9.4	2.4	2.478	10.9	1.1

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ 7 ΧΩΡΩΝ ΣΕ ΑΛΛΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ (Α)**

ΧΩΡΑ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	ΑΕΠ	ΕΚΤΑΣΗ	ΜΗΚΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ
	Σε εκατομμύρια <sup>69</sup>	ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ <sup>70</sup>	(1.000 τετραγωνικά χιλιόμετρα) <sup>71</sup>	ΑΚΤΟΓΡΑΜΜΗΣ (σε χιλιόμετρα) <sup>72</sup>	ΣΤΟΛΟΥ Εμπορικής ναυτιλίας <sup>73</sup>	ΓΑΛΑΖΙΩΝ ΣΗΜΑΙΩΝ (παραλίες και μαρίνες) <sup>74</sup>
Ελλάδα	11,3	26.427 \$	132	13.676	860	403
Κύπρος	0,9	30.670 \$	9,3	648	838	56
Πορτογαλία	10,6	22.330 \$	92,1	1.793	109	290
Ισπανία	46	32.244 \$	505,4	4.964	132	621
Ιρλανδία	4,5	48.423 \$	70,3	1.448	31	87
Κροατία	4,4	14.488 \$	56,6	6.268	77	124
Ιταλία	60,2	36.116 \$	301,3	7.600	681	307

<sup>69</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf)

<sup>70</sup> <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>

<sup>71</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf)

<sup>72</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

<sup>73</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2108.html>

<sup>74</sup> <http://www.blueflag.org/>



**ΠΙΝΑΚΑΣ 5. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ 7 ΧΩΡΩΝ ΣΕ ΑΛΛΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ (Β)**

		ΔΕΙΚΤΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΔΙΕΘΝΕΙΣ
	ΗΨΗΛΟΤΕΡΟ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ	ΑΝΘΡΩΠΙΝΗΣ	ΟΜΙΛΙΑΣ	ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΦΙΞΕΙΣ
	ΣΗΜΕΙΟ <sup>75</sup>	ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ <sup>76</sup>	ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ <sup>77</sup>	ΑΓΓΛΙΚΩΝ <sup>78</sup>	ΙΝΤΕΡΝΕΤ <sup>79</sup>	2010 <sup>80</sup>
ΧΩΡΑ						
Ελλάδα	2.919	4,8/7	0.861	51%	46,9%	15.007
Κύπρος	1.951	4,9/7	0.840	73%	52,2%	2.173
Πορτογαλία	2.351	5/7	0.809	27%	50,7%	6.865
Ισπανία	3.718	5,3/7	0.878	22%	65,6%	52.677
Ιρλανδία	1.038	5/7	0.908	98,37%	66,8%	7.189
Κροατία	1.831	4,6/7	0.796	49%	59,2%	9.415
Ιταλία	4.810	4,9/7	0.874	34%	58,7%	42.734

Παρατηρούμε ότι στην Κροατία, περίπου το ένα τέταρτο του συνολικού ΑΕΠ, προέρχεται από τον τουρισμό. Στον αντίποδα, στην Ιρλανδία, τη μόνη χώρα του πίνακα που δεν βρέχεται από τη Μεσόγειο θάλασσα και τη χώρα με το ψυχρότερο κλίμα από όσες συμπεριλαμβάνονται στον πίνακα, μόλις το 6,3% του ΑΕΠ προέρχεται δια μέσω του τουρισμού. Σε Ελλάδα, Κύπρο, Πορτογαλία και Ισπανία, ο τουρισμός αποφέρει ένα ποσοστό γύρω στο 15% του συνολικού ΑΕΠ, ενώ στην Ιταλία το ποσοστό ήταν κάπως μικρότερο. Τα στοιχεία αναφέρονται στο 2010.

Ακόμα σε ακριβείς αριθμούς, το σύνολο του ΑΕΠ σε δολάρια στην Ισπανία είναι μεγαλύτερο από ότι στην Ιταλία, παρότι η δεύτερη υπερτερεί πληθυσμιακά της πρώτης, όπως θα δούμε στον επόμενο πίνακα. Το τουριστικό ΑΕΠ της Ιρλανδίας και της Κροατίας κυμαίνεται περίπου στα ίδια επίπεδα, παρότι το ποσοστό του συνόλου του τουριστικού ΑΕΠ στην Κροατία είναι σχεδόν τετραπλάσιο από ότι στην

<sup>75</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Table\\_of\\_elevation\\_extremes\\_by\\_country](http://en.wikipedia.org/wiki/Table_of_elevation_extremes_by_country)

<sup>76</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf)

<sup>77</sup> [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2011\\_EN\\_Tables.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_EN_Tables.pdf)

<sup>78</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_English-speaking\\_population](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_English-speaking_population)

<sup>79</sup> <http://www.internetworldstats.com/europa.htm>

<sup>80</sup> <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf>

Ιρλανδία. Αυτό εν μέρει εξηγείται όπως βλέπουμε παρακάτω, στο μεγαλύτερο συνολικό ΑΕΠ της Ιρλανδίας, παρότι οι δύο χώρες έχουν παρόμοιο πληθυσμό.

Παρατηρούμε ότι η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο μήκος ακτογραμμής από τις χώρες του πίνακα, καθώς και το μεγαλύτερο αριθμό εμπορικού στόλου, παρόλο που χώρες όπως η Ιταλία και η Ισπανία είναι πληθυσμιακά κατά πολύ μεγαλύτερες από την Ελλάδα. Είναι επίσης δεύτερη σε γαλάζιες σημαίες μετά την Ισπανία, δείκτης όπου υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης, εφόσον η ακτογραμμή της Ισπανίας είναι αισθητά μικρότερη από την Ελλάδα, χωρίς αυτό να αποτελεί μοναδικό κριτήριο, λόγω των πολλών νησιών και της γεωγραφικής και μορφολογικής πολυπλοκότητας της ακτογραμμής στη χώρα μας. Ο Όλυμπος, με την ψηλότερη κορυφή του στα 2.919 μέτρα, δίνει στη χώρα μας την τρίτη θέση μετά την Ιταλία και την Ισπανία. Οι χώρες του πίνακα συγκεντρώνουν το μεγάλο μέρος των τουριστών κυρίως κατά τους θερινούς μήνες με τον χειμερινό τουρισμό να ακολουθεί.

Η Ισπανία έχει τον υψηλότερο δείκτη τουριστικής ανταγωνιστικότητας, με την Κροατία τελευταία, ωστόσο δεν εμφανίζονται μεγάλες διαφορές μεταξύ των χωρών. Μετά την Ιρλανδία, όπου τα Αγγλικά αποτελούν μητρική γλώσσα, η Κύπρος σημειώνει το υψηλότερο ποσοστό χρήσης Αγγλικών, κάτι που εξηγείται σε κάποιο βαθμό λόγω της αποίκησης της νήσου από τους Βρετανούς στο παρελθόν, και έπεται η Ελλάδα. Όσον αφορά τη χρήση του διαδικτύου, με σχετικά μικρές διαφορές, η Ελλάδα βρίσκεται στην τελευταία θέση, με λίγο λιγότερους από τους μισούς κατοίκους να είναι χρήστες του Internet. Νεώτερες έρευνες υποστηρίζουν πώς η χρήση του Διαδικτύου στη χώρα μας, ξεπέρασε το 53%.<sup>81</sup> Αντίστοιχα για την Ιρλανδία που κατέχει την πρώτη θέση, τα 2/3 του πληθυσμού θεωρούνται χρήστες του διαδικτύου. Στη μέση του πίνακα με τον δείκτη ανθρώπινης ανάπτυξης βρίσκεται η χώρα μας, πίσω από Ιρλανδία, Ισπανία και Ιταλία και μπροστά από Κύπρο, Πορτογαλία και Κροατία.

Σε αυτό το κεφάλαιο, μετά από μια σύντομη αναδρομή στο τουριστικό φαινόμενο στο πέρασμα των χρόνων, και κάποιους ορισμούς του τουρισμού, εξετάστηκε το πώς οι ανθρώπινες ανάγκες που παρουσιάζονται στην Πυραμίδα του Maslow καλύπτονται και ικανοποιούνται στον τουρισμό. Δόθηκε έμφαση στο πώς

---

<sup>81</sup> <http://www.philenews.com/el-gr/Eidiseis-Texnologia/4703/121701/sto-536-eftase-i-dieisdysi-tou-internet-stin-ellada>

προτιμούν οι τουρίστες να ταξιδεύουν, και στο τι αποφέρει ο τουρισμός σε κάθε χώρα, ως παράγοντας ευημερίας, εργασίας, και κατά συνέπεια ασφάλειας. Ωστόσο, η σημασία του τουρισμού διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα. Η χώρα μας, έχει πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα, και ο τουρισμός είναι περισσότερο βαρύνουσα σημασίας για την οικονομία και την εργασία από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Όλοι οι άνθρωποι κάθε μέρα κάνουν κινήσεις για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Οι τουρίστες, μειοψηφία στον σύνολο του πληθυσμού της Γης, συνεχώς αυξάνονται. Αναζητούν μέσω του τουρισμού να καλύψουν τις ανάγκες τους για τροφή, νερό, κατάλυμα, σε άλλο περιβάλλον από αυτό της μόνιμης κατοικίας τους, με στόχο να αναζωογονηθούν. Θέλουν να αισθάνονται ασφαλείς. Η συμπεριφορά των αρμοδίων τουριστικών και τοπικών φορέων και καταστημάτων, είναι πρωτεύουσα σημασίας για την ψυχολογία του τουρίστα. Οι τουρίστες επιλέγουν να ταξιδεύουν με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, και να δημιουργούν κοινωνικές συναναστροφές, κάτι που θα αναλυθεί εκτενέστερα στην επόμενη ενότητα.

Ο τουρισμός αυξάνει την αυτοεκτίμηση σε ντόπιους, εργαζόμενους, και ταξιδιώτες. Τα τουριστικά έσοδα είναι για πολλές χώρες η κυριότερη πηγή του ΑΕΠ. Οι εμπειρίες και οι θετικές αναμνήσεις συμβάλλουν δραστικά στο να ξαναεπιλεγούν για διακοπές οι τουριστικοί προορισμοί, ενώ η ασφάλεια και οι θετικές εντυπώσεις παλαιότερων τουριστών βοηθούν στην διαμόρφωση τουριστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης. Οι χώρες που είναι δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί, συνήθως συνοδεύονται από καλή φήμη και γόητρο. Η εξέλιξη της τεχνολογίας κάνει τις μετακινήσεις ευκολότερες, και τον τουρισμό συνεχώς πιο προσιτό σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Κάθε τουρίστας είναι ένας διαφορετικός άνθρωπος, και κάνει τις επιλογές προορισμών και τρόπου διακοπών με άλλα κριτήρια. Όλοι όμως, θέλουν να καλύψουν με ικανοποιητικό τρόπο τις ανάγκες τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΥΟ

### 2. ΤΥΠΟΙ, ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην προηγούμενη ενότητα έγινε λόγος για το πώς τα 5 στάδια των ανθρωπίνων αναγκών καλύπτονται και ικανοποιούνται από τους τουρίστες, έγιναν αναφορές σε μεγέθη της τουριστικής οικονομίας, καθώς και στην ευημερία που προσφέρει ο τουρισμός στις κοινωνίες. Στις πιο αναπτυγμένες κοινωνίες, ο τουρισμός είναι πιο διαδεδομένος γενικά. Παρατηρήθηκαν ποικίλες διακυμάνσεις στην εξάπλωση του τουριστικού προϊόντος ανά τον κόσμο. Μια πληθώρα μεταβλητών καθορίζει τις επιλογές των προορισμών και των ταξιδιών.

Σε αυτήν την ενότητα, παρουσιάζονται διάφοροι τύποι τουρισμού, που σχετίζονται με τη φύση, την υγεία, τον πολιτισμό, τον αθλητισμό, καθώς και κάποιες σκοτεινές και ίσως όχι ευρέως διαδεδομένες μορφές/είδη τουρισμού, άμεσα συνδεδεμένες με την κοινωνική πραγματικότητα. Δίδονται ορισμοί από αρμοδίους φορείς και οργανισμούς σχετικά με αυτούς τους τύπους τουρισμού. Οι τύποι τουρισμού αυτοί επελέχθησαν με κριτήρια να αναπτυχθεί ένα ευρύ φάσμα τουριστικών μορφών και ρευμάτων, έτσι ώστε στα συμπεράσματα να αναπτυχθούν διαφορετικοί τρόποι μέσω των οποίων οι άνθρωποι καλύπτουν τις ανάγκες τους και τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα τους, κάνοντας τουρισμό.

Συνηθίζεται η χρήση της ορολογίας «Εναλλακτικός τουρισμός» για πολλές μορφές τουρισμού. Ο Οργανισμός Εναλλακτικού Τουρισμού της Βουλγαρίας, ορίζει σαν εναλλακτικό τουρισμό:<sup>82</sup> “Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια και μετακινήσεις, (προσωπικές και αυθεντικές) που ενθαρρύνουν την αλληλεπίδραση με το τοπικό περιβάλλον, τους ανθρώπους και τις τοπικές κοινότητες. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει περιηγήσεις και μεμονωμένες τουριστικές υπηρεσίες στους ακόλουθους τομείς:

- **Βασισμένος στη φύση τουρισμός:** Τουρισμός σε φυσικό περιβάλλον, οικοτουρισμός, τουρισμός σε εξωτερικούς χώρους και περιπετειώδης

---

<sup>82</sup> <http://truebulgaria.wordpress.com/alternative-tourism/>

τουρισμός, συμπεριλαμβανομένων δραστηριοτήτων όπως ποδηλασίας, ιππασίας, σκι, ράφτινγκ, καταδύσεις, σπηλαιολογία, πεζοπορία.

- **Πολιτισμικός/πολιτιστικός τουρισμός:** Περιοχές της υπαίθρου, πολιτιστική κληρονομιά, εθνικός, εθνικός, θρησκευτικός, οινοτουρισμός, κουζίνα-γαστρονομία, μουσικός, τέχνες.

Σύμφωνα με τον Αμερικάνικο Οργανισμό Adventure Trade Travel Association,<sup>83</sup> τα ταξίδια περιπέτειας μπορεί να είναι οποιαδήποτε τουριστική δραστηριότητα που συμπεριλαμβάνει 2 από τα τρία παρακάτω συστατικά :

- Φυσική δραστηριότητα
- Πολιτιστική ανταλλαγή
- Αλληλεπίδραση και εμπλοκή με τη φύση

Στο διαδίκτυο αναφέρονται διάφορα είδη τουρισμού και τάσεις στον τομέα.

Παρακάτω παρουσιάζονται κάποιοι εξ' αυτών, έτσι ώστε να αναπτυχθεί στα συμπεράσματα η πολυδιάστατη έννοια του τουρισμού που συνεχώς εξελίσσεται και εξαπλώνεται. Γίνεται μια ομαδοποίηση διαφόρων τύπων τουρισμού, και κατόπιν αναφέρονται συγκεκριμένες τάσεις που επικρατούν στον κλάδο και κερδίζουν έδαφος και δημοτικότητα. Κάθε τύπος τουρισμού παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Λόγου χάρη, η επιστήμη του τουρισμού εξελίσσεται μέσω του Συνεδριακού τουρισμού, ο Ηλεκτρονικός τουρισμός ψηφιοποιεί όλο και σε μεγαλύτερο βαθμό τις κρατήσεις δωματίων και την έκδοση εισιτηρίων. Παρακάτω παρουσιάζονται κάποιοι άλλοι τύποι τουρισμού, περισσότερο και λιγότερο γνωστοί. Οι τύποι που παρουσιάζονται παρακάτω, επιλέχτηκαν με κύριο κριτήριο τους συσχετισμούς με το πρώτο κεφάλαιο. Οι ανάγκες για οικονομικότερο τουρισμό, νέες περιπέτειες, ειδικά ενδιαφέροντα, και πληθώρα άλλων παραμέτρων, διαμορφώνουν και εξελίσσουν συνεχώς τις τουριστικές τάσεις.

---

<sup>83</sup> <http://www.adventuretravel.biz/>

## 2.2 ΤΥΠΟΙ/ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ

### Αγροτουρισμός

Προσδιορίζοντας τον Αγροτουρισμό, ανατρέχουμε στον ορισμό που έδωσε ο Hilchey το 1993. “ Μια Αγροτουριστική μονάδα είναι μια επιχείρηση που οργανώνεται από τον ιδιοκτήτη-διαχειριστή μιας φάρμας με σκοπό την ψυχαγωγία, την απόλαυση και την εκπαίδευση του κοινού, την προώθηση των εντός της φάρμας παραγομένων προϊόντων, έτσι ώστε να δημιουργηθεί πρόσθετο αγροτικό εισόδημα”<sup>84</sup>.

Όπως δεν υπάρχουν δύο ίδια αγροκτήματα, έτσι και οι μορφές αγροτουρισμού ποικίλουν. Σύμφωνα με την μελέτη “Αγροτουρισμός, καλλιεργώντας τουρίστες στο αγρόκτημα”, του Πανεπιστημίου της Ουάσινγκτον, στις διάφορες πιθανές αγροτουριστικές δραστηριότητες συμπεριλαμβάνονται μεταξύ άλλων παρακολούθηση πτηνών(bird watching), σιδηρουργία, μαγειρικές δραστηριότητες, μαθήματα παραγωγής γεωργικών-αγροτικών προϊόντων, ανθοκομικές δραστηριότητες, ψάρεμα, ξεναγήσεις στη φύση, φεστιβάλ και μουσικές δραστηριότητες, αθλητικές και φυσιολατρικές δραστηριότητες όπως ποδηλασία, πεζοπορία, ιππασία, κολύμβηση, κατασκευαστικές δραστηριότητες, καθώς και πολλές άλλες δραστηριότητες που σχετίζονται με την φύση, την αγροτική ζωή ή την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.<sup>85</sup>

Τα τελευταία χρόνια, στην Ελλάδα η οποία πριν αρχίσει να δέχεται μεγάλα τουριστικά ρεύματα ήταν κυρίως αγροτική χώρα, παρατηρούνται πολύ αξιοσημείωτα βήματα στον αγροτουριστικό τομέα. Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον αγροτουρισμό στη χώρα μας, σύμφωνα με την ιστοσελίδα [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr), κατατάσσονται σε:<sup>86</sup>

1. Πρατήρια-εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων.
2. Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής

<sup>84</sup> <http://cru.cahe.wsu.edu/CEPublications/eb2020/eb2020.pdf> σελίδα 7

<sup>85</sup> <http://cru.cahe.wsu.edu/CEPublications/eb2020/eb2020.pdf> σελίδα 7, Slidebar 1, Potential Agritourism Activities.

<sup>86</sup> <http://www.visitgreece.gr/el/nature/agrotourism>

3. Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν την διοργάνωση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οικοτουριστικού ενδιαφέροντος
4. Επιχείρησης παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων
5. Εργαστήρια λαϊκής τέχνης

Ο σύνδεσμος ενώσεων αγροτουρισμού Ελλάδος (ΣΕΑΓΕ), σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του, “Επιδιώκει τη δικτύωση των Ενώσεων Αγροτουρισμού και των επιχειρήσεων-μελών τους, τη διασφάλιση και αναβάθμιση της ποιότητας τοπικά παραγόμενων αγροτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, τη διευκόλυνση της προώθησης αυτών στις τοπικές αλλά και ευρύτερες αγορές και τέλος στην προσέλκυση και τη διευκόλυνση επισκεπτών από τον ευρύτερο ελλαδικό αλλά και τον διεθνή χώρο.”<sup>87</sup>

Ο Αγροτουρισμός, πρωτοεμφανίστηκε τη δεκαετία του 60 στην Κεντρική Ευρώπη, απευθυνόμενος στις κοινωνικές ελίτ αρχικά. Στη συνέχεια, επεκτάθηκε και διαδόθηκε σε περισσότερες κοινωνικές ομάδες, ενώ παλιά παραδοσιακά κτίσματα ανακαινίστηκαν και πολλές αγροτικές περιοχές αύξησαν το εισόδημα τους. Στην Ελλάδα, οι πρώτες προσπάθειες αγροτουρισμού έγιναν στα τέλη της δεκαετίας του 80 και στις αρχές της δεκαετίας του 90, με σαφή βελτίωση στην Αγροτουριστική Υποδομή τα τελευταία χρόνια, σημειώνει το κείμενο του Χρήστου Ζήγου για τον Αγροτουρισμό στο περιοδικό «ελληνικά καταλύματα».<sup>88</sup>

### **Οικοτουρισμός-βιώσιμος τουρισμός-πράσινος τουρισμός**

Είναι δύσκολο να δοθεί ένας σαφής ορισμός στην έννοια του οικοτουρισμού. Η Διεθνής Οικοτουριστική κοινότητα, ( International Ecotourism Society), ορίζει τον Οικοτουρισμό ως εξής: “υπεύθυνο ταξίδι σε φυσικές περιοχές που συμβάλλει στο να διατηρείται το περιβάλλον και στη βελτίωση της ευημερίας των κατοίκων της περιοχής”.<sup>89</sup> Η Μάρθα Χόνεου στο βιβλίο της «Τουρισμός και αειφόρος ανάπτυξη», συμπεριλαμβάνει 7 κύριες παραμέτρους για τον ορισμό του οικοτουρισμού, ορισμός ευρέως διαδεδομένος σε πολλά πανεπιστήμια.<sup>90</sup>

---

<sup>87</sup> <http://agrozenia.net/>

<sup>88</sup> [http://www.familyhotels.gr/UserFiles/File/Ellinika%20Katalymata/katalimata%203\\_1.pdf,σελίδα 16](http://www.familyhotels.gr/UserFiles/File/Ellinika%20Katalymata/katalimata%203_1.pdf,σελίδα 16)

<sup>89</sup> <http://www.untamedpath.com/Ecotourism/defining.html>

<sup>90</sup> <http://www.untamedpath.com/Ecotourism/defining.html>

- Περιλαμβάνει ταξίδια σε φυσικούς προορισμούς
- Ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον
- “Χτίζει” (καλλιεργεί) την περιβαλλοντική ευαισθησία
- Παρέχει άμεσα οικονομικά οφέλη στους συσχετιζόμενους φορείς
- Προσφέρει οικονομικά οφέλη και ενδυνάμωση των ντόπιων πληθυσμών
- Σέβεται την τοπική κουλτούρα
- Υποστηρίζει τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα δημοκρατικά κινήματα

Στην ιστοσελίδα <http://www.ecohotelssoftheworld.com>,<sup>91</sup> υπάρχει παρουσίαση μερικών εκ των πιο φιλικών προς το περιβάλλον ξενοδοχείων, τα οποία αναφέρονται ως οικοξενοδοχεία. Τα κριτήρια για να συμπεριληφθεί ένα ξενοδοχείο στην παραπάνω λίστα σύμφωνα με την ιστοσελίδα, είναι τα εξής:

- Η εξάρτηση από το φυσικό περιβάλλον
- Η οικολογική βιωσιμότητα
- Η αποδεδειγμένη συμβολή στη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος
- Η παροχή προγραμμάτων περιβαλλοντικής εκπαίδευσης
- Η ενσωμάτωση πολιτιστικών στοιχείων
- Ανταπόδοση οικονομικών πόρων στην τοπική κοινότητα-κοινωνία.

### **Μαγειρικός τουρισμός**

Σαν υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, μπορεί να θεωρηθεί ο μαγειρικός τουρισμός.<sup>92</sup> Σύμφωνα με τη διεθνή ένωση μαγειρικού τουρισμού, ορίζεται ως “η επιδίωξη μοναδικών και αξέχαστων εμπειριών φαγητού και ποτού”<sup>93</sup> Η διεθνής ένωση μαγειρικού τουρισμού/τουρισμού κουζίνας, θεωρείται κορυφαία αρχή σχετικά με τα γαστρονομικά ταξίδια, παρέχοντας ανάπτυξη εκπαίδευση από

<sup>91</sup> <http://www.ecohotelssoftheworld.com/rating-system.html>

<sup>92</sup> Wolf, Erik. *Culinary Tourism: The Hidden Harvest*. Kendall/Hunt Publishing, 2006

<sup>93</sup> <http://www.culinarytourism.org/media>



κοινού σε συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες/οργανισμούς τροφίμων και τουρισμού της κάθε χώρας.<sup>94</sup>

## Οινοτουρισμός

Οι Αυστραλοί μελετητές Hall και Macionis, καθορίζουν τον οινοτουρισμό ως : “επισκέψεις σε αμπελώνες, οινοποιεία, φεστιβάλ κρασιού και σόου κρασιού, όπου δια μέσου της γευσιγνωσίας και της ενημέρωσης-εκπαίδευσης για τα ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά σχετικά με τη γεύση, την διανομή και την παραγωγή του οίνου, αποτελούν το κύριο κίνητρο για τους επισκέπτες έτσι ώστε να επισκεφτούν αυτές τις περιοχές”.<sup>95</sup>

Σύμφωνα με την Dr. Liz Thach, στο άρθρο της “Τάσεις στον οινοτουρισμό” , (Trends in Wine Tourism) <sup>96</sup>, τα δέκα σημαντικότερα κίνητρα των οινοτουριστών είναι με σειρά προτεραιότητας τα εξής: 1) Να δοκιμάσουν τα κρασιά. 2) Να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τον οίνο. 3) Να βιώσουν τη διαδικασία παραγωγής του κρασιού (συναντήσεις με οινοποιούς, περιοδείες στα κελάρια και στα αμπέλια). 4) Να βρεθούν σε μια αγροτική περιοχή στην ύπαιθρο (έτσι ώστε να χαρούν την ομορφιά των αμπελώνων, να ενημερωθούν για τις καλλιέργειες και τον αγροτουρισμό) 5) Να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με το συνδυασμό κρασιού-φαγητού (συνδυασμός μαγειρικού τουρισμού και οινοτουρισμού) 6) Να διασκεδάσουν (με φεστιβάλ κρασιού και λοιπές εκδηλώσεις) 7) Να απολαύσουν την κουλτούρα του κρασιού(Ρομαντισμός και κομψότητα) 8) Να εκτιμήσουν την αρχιτεκτονική και την τέχνη 9) Να μάθουν για τις «πράσινες» πτυχές και τον οικοτουρισμό και τέλος 10) Να απολαύσουν τις υγιείς πτυχές του κρασιού.

Το δίκτυο GWC (Great Wine Capitals, μεγάλες πρωτεύουσες κρασιού ) <sup>97</sup>, είναι ένα δίκτυο όπου συμμετέχουν και συντονίζονται κυρίαρχες οινοπαραγωγές χώρες με κύριο σκοπό να προωθήσει τον οινοτουρισμό. Κάθε χρόνο δίνει ένα

---

<sup>94</sup> <http://www.culinarytourism.org/>

<sup>95</sup>

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DsW66ZJmL0QJ:www.winebusiness.com/wb m/%3Fgo%3DgetArticle%26dataId%3D50125+wine+tourism+definition&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=ca>

<sup>96</sup>

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DsW66ZJmL0QJ:www.winebusiness.com/wb m/%3Fgo%3DgetArticle%26dataId%3D50125+wine+tourism+definition&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=ca-Motivations of Wine Tourists>

<sup>97</sup> [http://www.greatwinecapitals.com/?1&it=m\\_description&LG=1&ctd=143&cop=143](http://www.greatwinecapitals.com/?1&it=m_description&LG=1&ctd=143&cop=143)

βραβείο οινoturισμού, που για το 2012 κατέκτησε το Κέιπ Τάουν της Νότιας Αφρικής. Άλλα μέλη του δικτύου, που είναι από τους πρωταγωνιστές στην παραγωγή κρασιού και στον οινoturισμό κατ' επέκταση, είναι: Μάιντς-Rheinhessen (Γερμανία), Μπιλμπάο-Rioja ( Ισπανία), Μπορντό (Γαλλία), Φλωρεντία (Ιταλία), Μεντόζα (Αργεντινή), Πόρτο (Πορτογαλία), Σαν Φρανσίσκο(Ηνωμένες Πολιτείες, Christchurch (Νέα Ζηλανδία).

Η καλλιέργεια του αμπελιού και η παραγωγή κρασιού, έχει μια μακρά παράδοση στην Ελλάδα. Η Ελληνική μυθολογία είναι γεμάτη θεότητες όπως ο Διόνυσος, και άλλα όντα όπως οι Σάτυροι που συνδέονται με την παραγωγή και την κατανάλωση του κρασιού. Στην Ελλάδα υπάρχουν 618 ενεργοί οينوπαραγωγοί, και 560 πλήρη οινοποιία, ενώ παράγεται κρασί σε κάθε περιοχή της Ελλάδας.<sup>98</sup>

Επιπλέον, λειτουργούν, ενώσεις και δίκτυα οινoturιστικών επιχειρήσεων, όπως οι Δρόμοι του Κρασιού και τα Ανοιχτά Οινοποιεία (Open Wineries) στην Κρήτη. Σύμφωνα με το νέο νομοσχέδιο για τον τουρισμό υπαίθρου, « Οι οινoturιστικές επιχειρήσεις μπορούν να παρέχουν στις οινοποιητικές εγκαταστάσεις υπηρεσίες οινoturισμού που αφορούν τις ακόλουθες δραστηριότητες: επισκέψεις σε οινοποιεία, ξενάγηση, οινογνωσία, διοργάνωση επιμορφωτικών σεμιναρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων, έκθεση, πώληση και κατανάλωση οίνων και παραπροϊόντων του, έκθεση, πώληση και κατανάλωση προϊόντων που συνδέονται με το αμπέλι και τον οίνο, προσφορά εδεσμάτων σε χώρους εστίασης ενσωματωμένους στις κτηριακές εγκαταστάσεις του οινοποιείου ή στον περιβάλλοντα χώρο τούτου.»<sup>99</sup>

## **Τουρισμός Άγριας Φύσης-Σαφάρι-τουρισμός ζούγκλας**

Σαφάρι σημαίνει ταξίδι στη γλώσσα των Σουαχίλι<sup>100</sup>. Είναι ένα οργανωμένο ταξίδι με σκοπό οι συμμετέχοντες να δουν , να φωτογραφίσουν ή να κυνηγήσουν άγρια ζώα, και συνήθως λαμβάνει χώρα στις χώρες της Υποσαχάριας Αφρικής, πχ στην Κένυα.<sup>101</sup> Αποτελεί σημαντική μορφή τουρισμού για αυτές τις χώρες, ενώ

<sup>98</sup> <http://winesurveyor.weebly.com/pialpharhoalphagammaomegagammaomicron943--omicron943nuomicroniota.html>

<sup>99</sup> <http://www.tourismpress.gr/2012/02/wine-tourism-greece.html>

<sup>100</sup> <http://www.thefreedictionary.com/safari>

<sup>101</sup> <http://www.ldoconline.com/Tourism-topic/safari>

αναπτύσσονται συνεχώς νέες μορφές, όπως για παράδειγμα σαφάρι για άτομα με ειδικές ανάγκες<sup>102</sup>

## **Ναυτικός τουρισμός**

Το υπουργείο τουρισμού του Μεξικού, ορίζει τον Ναυτικό τουρισμό ως « Το τουριστικό προϊόν που σχετίζεται με δραστηριότητες διασκέδασης σε επαφή με υδατικά συστήματα, όπου ποικίλες ναυτικές δραστηριότητες μπορούν να πραγματοποιηθούν, πάντα με μια οικολογική οπτική και με σεβασμό προς τη φύση και το περιβάλλον, θεωρώντας σαν πλεονέκτημα αυτής της μορφής τουρισμού, το ότι προσφέρεται ως επί το πλείστον δωρεάν στα περισσότερα μέρη του πλανήτη»<sup>103</sup>

Μπορεί να περιλαμβάνει δραστηριότητες σε σκάφη αναψυχής, μαρίνες, κρουαζιέρες, θαλάσσια σπορ, σπορ του βυθού, τον τουρισμό με βάση το νερό, θαλάσσια πάρκα, ναυτική ιστορία και εκπαίδευση. Ακόμα, χερσαίες εγκαταστάσεις, όπως ξενοδοχεία, θέρετρα, καφετέριες, εστιατόρια, αν σχετίζονται με κάποιο τρόπο με τον Ναυτικό τουρισμό.

## **2.3 ΤΥΠΟΙ/ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΤΑ ΘΕΑΜΑΤΑ**

### **Πολιτιστικός τουρισμός**

Πολιτιστικός τουρισμός έχει οριστεί ως «Η κυκλοφορία/μετακίνηση των ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από το συνήθη τόπο διαμονής τους, με την πρόθεση να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές ανάγκες τους.»<sup>104</sup> Από τις πλέον διαδεδομένες μορφές τουρισμού παγκοσμίως, με διάφορες υποκατηγορίες όπως τον Αρχαιολογικό τουρισμό ή τον Τουρισμό Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Το Κέντρο Τουριστικής και πολιτιστικής αλλαγής (Centre for Tourism and Cultural Change-CTCC) , κατέχει

<sup>102</sup><http://www.safariguideafrica.com/safaris-for-the-disabled.php>

<sup>103</sup>[http://www.nauticaltourism.com.au/nautical\\_tourism.html](http://www.nauticaltourism.com.au/nautical_tourism.html)

<sup>104</sup>[www.tram-research.com/atlas](http://www.tram-research.com/atlas) Richards, G. (1996) Cultural Tourism in Europe. CABI, Wallingford.

σημαντική θέση διεθνώς στην προσέγγιση του τουρισμού για ουσιαστική έρευνα που αφορά τις σχέσεις μεταξύ του τουρισμού, των τουριστών και του πολιτισμού.<sup>105</sup>

Ο Αρχαιολογικός τουρισμός, μορφή τουρισμού που έχει αποδώσει τα μέγιστα στην εξάπλωση του τουρισμού στη χώρα μας, ορίζεται ως η μορφή πολιτιστικού τουρισμού, η οποία αποσκοπεί στην προώθηση του δημοσίου συμφέροντος για την αρχαιολογία και την διατήρηση των αρχαιολογικών χώρων, και περιλαμβάνει ότι σχετίζεται με την αρχαιολογία και τις μετακινήσεις, όπως επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, αρχαιολογικά κέντρα, αναπαραστάσεις ιστορικών γεγονότων, νέες ανακαλύψεις, φεστιβάλ, θεατρικές ή μουσικές παραστάσεις.<sup>106</sup>

Κριτική ασκείται σχετικά με τον αρχαιολογικό τουρισμό, ότι πολλές φορές τα οφέλη που έχει είναι μικρότερα από τις ζημιές που προκαλεί, λόγω φθοράς που προκαλείται σε πολλά μνημεία λόγω της επισκεψιμότητας αυτών, της περιβαλλοντικής μόλυνσης και των μεταβολών που προκαλούν οι άνθρωποι, και τέτοια φαινόμενα έχουν χαρακτηριστεί και ως τουρισμός εισβολής.<sup>107</sup> Οποιασδήποτε μορφής βεβήλωση πολιτιστικών μνημείων από ανθρώπους ή ομάδες συμφερόντων, πλήττει ποικιλοτρόπως τον τουρισμό.

Μια άλλη υποκατηγορία ας πούμε πολιτιστικού τουρισμού, είναι ο τουρισμός πολιτιστικής κληρονομιάς, ο οποίος ορίζεται σύμφωνα με τον “Εθνικό Οργανισμό Διατήρησης της Ιστορικότητας” των Ηνωμένων Πολιτειών, ορίζει τον τουρισμό πολιτιστικής κληρονομιάς ως :<τα ταξίδια που αποσκοπούν στην εξερεύνηση των τόπων και τις δραστηριότητες που εκπροσωπούν αυθεντικά τις ιστορίες των ανθρώπων του παρελθόντος.><sup>108</sup>

---

<sup>105</sup>

<http://books.google.fr/books?id=nSXeWMz4jKQC&pg=PA291&dq=%22Centre+for+Tourism+and+Cultural+Change>, page 39

<sup>106</sup> [http://www.enotes.com/topic/Archaeological\\_tourism](http://www.enotes.com/topic/Archaeological_tourism)

<sup>107</sup> [http://articles.cnn.com/2010-11-08/world/pompeii.house.gladicators.collapse\\_1\\_frescoes-ancient-roman-city-volcanic-eruption?\\_s=PM:WORLD](http://articles.cnn.com/2010-11-08/world/pompeii.house.gladicators.collapse_1_frescoes-ancient-roman-city-volcanic-eruption?_s=PM:WORLD)

<sup>108</sup> <http://www.preservationnation.org/>

## Θρησκευτικός τουρισμός

Στο λήμμα *tourism* στην Αγγλική έκδοση της Wikipedia, στις υποκατηγορίες των τύπων τουρισμού, αναφέρονται ο Θρησκευτικός τουρισμός, ο Χριστιανικός τουρισμός, ο οποίος στη χώρα μας είναι ευρέως διαδεδομένος, ενώ αναφέρονται έννοιες από *jihadi Tourism* μέχρι *Kosher tourism*. Υποστηρίζεται<sup>109</sup> πώς ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος κλάδος της Παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Σύμφωνα με τον Οργανισμό (WRTA-World Religious Travel Association, Παγκόσμιο Οργανισμό Θρησκευτικού Τουρισμού)<sup>110</sup>, αποστολή του ήταν να φωτίσει ένα σημείο προσοχής στην θρησκευτική ταξιδιωτική αγορά, και να κάνει την Παγκόσμια Τουριστική βιομηχανία να την αναγνωρίσει επίσημα, αποτελώντας κομβικό σημείο μιας διαρκώς αυξανόμενης αγοράς. Σύμφωνα με τα όσα υποστηρίζει ο επίσημος ιστότοπος του Οργανισμού, ο οποίος ιδρύθηκε το 2006, καθιερώθηκε έκτοτε ως η επίσημη φωνή 300 εκατομμυρίων θρησκευτικών ταξιδιωτών παγκοσμίως.

## Ιερός-μεταφυσικός τουρισμός

Ο ιερός, μεταφυσικός ή πνευματικός τουρισμός, αναφέρεται σε ταξίδια που διεξάγονται σε τόπους ιδιαίτερης αρχαιολογικής-πνευματικής σημασίας για την ανθρωπότητα. Συνήθεις προορισμοί, είναι αρχαιολογικοί χώροι όπου υπάρχουν μυστήρια σχετικά με την προέλευση ή τον προορισμό τους, όπως για παράδειγμα οι πυραμίδες της Αιγύπτου, το Μάτσου Πίτσου στις Περουβιανές Άνδεις, ή το περίφημο Στόουνχετζ στην Αγγλία.<sup>111</sup> Μπορεί ανάλογα ταξίδια να θεωρηθούν και ως «προσκυνήματα», με τη διαφορά ότι εννοιολογικά απευθύνονται περισσότερο σε πιστούς του αποκαλούμενου ρεύματος της 'Νέας Εποχής», εν αντιθέση με τους κλασσικούς θρησκευτικούς προσκυνητές, όπου επισκέπτονται προορισμούς συνυφασμένους αποκλειστικά με την θρησκεία τους.

Οι μεταφυσικού σκοπού περιοδείες, αποτελούν ταχύτατα αναπτυσσόμενο κλάδο του τουρισμού, με πολλές οργανωμένες εκδρομές να διεξάγονται σε προορισμούς με ισχυρή αρχαιοπολιτισμική γενεαλογία, όπως το Μεξικό, η Αίγυπτος, τα νησιά του Πάσχα κτλπ. Οι συμμετέχοντες είναι ως επί το πλείστον μεσήλικες

---

<sup>109</sup> <http://www.religious-tourism.com/>

<sup>110</sup> <http://worldreligioustravelassociation.blogspot.com/>

<sup>111</sup> <http://dictionary.sensagent.com/sacred+travel/en-en/>

προερχόμενοι από τα λεγόμενα άνω-μεσαία κοινωνικόοικονομικά στρώματα, άτομα με περιπετειώδη πνευματικά επίκεντρα.<sup>112</sup> Πολλοί από τους ταξιδιώτες βλέπουν αυτά τα ταξίδια ως έναν τρόπο να θεραπεύσουν τον εαυτό τους και να οξύνουν τις πνευματικές τους ιδιότητες, ενώ άλλοι επιλέγουν να συμμετάσχουν σε τελετουργίες που σχετίζονται με πνεύματα και ανάκληση παρελθοντικών αναμνήσεων-εμπειριών<sup>113</sup>. Μέρη χριστιανικού ενδιαφέροντος και τόποι θρησκευτικών αντεγκλήσεων, όπως οι Άγιοι Τόποι, εικόνες της Black Madonna σε Γαλλία και Ιταλία, ή το Rosslyn Chapel στη Σκωτία, όπου συσχετίζεται με τον «Κώδικα Ντα Βίντσι»,<sup>114</sup> αποτελούν εξίσου δημοφιλείς προορισμούς. Πολλοί μελετητές θεωρούν τα ταξίδια μεταφυσικών αναζητήσεων υπερβατικά, διαδικασία δια βίου μάθησης, ακόμα και σαν μια μεταφορά αυτοπραγμάτωσης, για την οποία αναφέρεται ο Maslow στο πέμπτο και τελευταίο στάδιο της Πυραμίδας των ανθρώπινων αναγκών.<sup>115</sup>

### Εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός, αναπτύχθηκε χάρη στην αυξημένη δημοτικότητα της διδασκαλίας και της εκμάθησης της γνώσης έξω από το σύνηθες περιβάλλον του σχολείου-εκπαιδευτικού Ιδρύματος και της τάξης. Στους κύριους στόχους και σκοπούς του εκπαιδευτικού τουρισμού, συμπεριλαμβάνονται η επίσκεψη σε ξένη χώρα, με σκοπό την εκμάθηση του εκεί πολιτισμού, όπως συμβαίνει σε προγράμματα ανταλλαγής σπουδαστών, ή σε εκπαιδευτικά ταξίδια.<sup>116</sup> Το πρόγραμμα ανταλλαγής σπουδαστών μεταξύ Ευρωπαϊκών χωρών, Erasmus, είναι το πιο δημοφιλές πρόγραμμα ανταλλαγής σπουδαστών παγκοσμίως. Το ακαδημαϊκό έτος 2010-2011, 231.000 σπουδαστές εισάχθηκαν στο πρόγραμμα, και ο συνολικός αριθμός των σπουδαστών που το ακολούθησαν από το 1987, έτος έναρξης του, ξεπέρασε τα 2,5 εκατομμύρια. Μέχρι τη σεζόν 2012-2013, η Ευρωπαϊκή Ένωση στοχεύει να εκτοξεύσει το συνολικό νούμερο στα 3 εκατομμύρια σπουδαστές.<sup>117</sup> Ο εκπαιδευτικός τουρισμός, θεωρείται πολύ σημαντικός και στη μακρινή Αυστραλία, και μέσα στη δεκαετία 2000-2010 ο αριθμός των αλλοδαπών εκπαιδευτικών

<sup>112</sup> <http://travel.nytimes.com/2007/04/29/travel/29spirituality.html>

<sup>113</sup> <http://travel.nytimes.com/2007/04/29/travel/29spirituality.html?pagewanted=3>

<sup>114</sup> <http://www.scotland.org/features/item/the-da-vinci-code-phenomenon/>

<sup>115</sup> <http://www.facebook.com/pages/Sacred-travel/102173846490718>

<sup>116</sup> <http://educatiionaltourism.blogspot.gr/>

<sup>117</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-454\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-454_en.htm)

τουριστών/σπουδαστών διπλασιάστηκε, με μια ετήσια αύξηση κατά μέσο όρο της τάξης του 6.4%.<sup>118</sup>

### **Τουρισμός βιβλιοπωλείων**

Σαν υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού θα μπορούσε να θεωρηθεί ο τουρισμός των βιβλιοπωλείων, ο οποίος προωθεί ανεξάρτητα βιβλιοπωλεία ως προορισμό ταξιδιού ομάδας. Ξεκίνησε στην Πενσυλβάνια των Ηνωμένων Πολιτειών το 2003 από τον Larry Portziline , εκπαιδευτικό και συγγραφέα στο κολλέγιο Harrisburg,ο οποίος ήταν επικεφαλής στα λεγόμενα ‘bookstore road trips’ σε μια προσπάθεια τύπου grassroots για να στηρίξει τα τοπικά βιβλιοπωλεία σε σχέση με τις μεγάλες αλυσίδες βιβλιοπωλείων.<sup>119</sup>

### **Μουσικός τουρισμός-τουρισμός ποπ κουλτούρας**

Μουσικός τουρισμός είναι η επίσκεψη ενός προορισμού, με σκοπό την παρακολούθηση μιας συναυλίας ή ενός φεστιβάλ. Οι τοπικές κοινότητες επωφελούνται σημαντικά. Θεωρείται μια σχετικά νέα τυπολογία στο χώρο του τουρισμού, και συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό αναψυχής. Ο μουσικός τουρισμός σήμερα δημιουργείται ως επί το πλείστον μέσω των μουσικών ειδών του Ροκ και του Χιπ-Χοπ.<sup>120</sup>

Τουρισμός της Ποπ κουλτούρας, είναι μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού η οποία συνεχώς κερδίζει έδαφος τα τελευταία χρόνια. Περιλαμβάνει τις επισκέψεις σε μέρη που σχετίζονται με το χώρο του θεάματος, του κινηματογράφου ή μέρη όπου γυρίστηκαν τηλεοπτικές παραγωγές. Ακόμα, μέρη όπου έχουν γυριστεί μουσικά βίντεο ή μέρη που σχετίζονται με τον κόσμο της λογοτεχνίας. Το Λος Άντζελες και το Χόλυγουντ, αποτελούν κατ’ εξοχήν δημοφιλείς προορισμούς τουριστών ποπ κουλτούρας. Δίνεται η ευκαιρία στους τουρίστες να βιώσουν από κοντά το πώς γυρίζονται μεγάλες παραγωγές ή να επισκεφτούν εξωτικά μέρη, ή τις ιδιαίτερες πατρίδες διαφόρων διασημοτήτων της mainstream ποπ σκηνής.<sup>121</sup>

---

118

[http://www.ret.gov.au/tourism/policies/education\\_tourism/Pages/InternationalEducationTourism.aspx](http://www.ret.gov.au/tourism/policies/education_tourism/Pages/InternationalEducationTourism.aspx)

<sup>119</sup> <http://www.larryportzline.com/bt.html>

<sup>120</sup> <http://dictionary.sensagent.com/music+tourism/en-en/>

<sup>121</sup> <http://www.vacationtimesharerentals.com/timeshare-tips/resorts/what-is-pop-culture-tourism.html>

## Αθλητικός τουρισμός

Ως αθλητικός τουρισμός ορίζονται ταξίδια τα οποία διεξάγονται με σκοπό την άθληση-συμμετοχή-δραστηριότητα σε ένα συγκεκριμένο άθλημα, ή για να παρακολουθήσει κάποιο άτομο αγώνες της αγαπημένης του εθνικής ομάδας ή συλλόγου.<sup>122</sup> Υπολογίζεται πώς το 14% των γενικών τουριστικών εισπράξεων συνδέονται άμεσα με τον αθλητικό τουρισμό, και προβλέπεται πώς το συγκεκριμένο ποσοστό θα αυξηθεί εκθετικά κατά την επόμενη δεκαετία.<sup>123</sup> Θεωρείται ως ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος τομέας στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία και ισοδυναμεί με 600 δισεκατομμύρια δολάρια το χρόνο.<sup>124</sup>

Η ταξινόμηση του αθλητικού τουρισμού σε υποκατηγορίες, σύμφωνα με τους Gammon & Robinson, χωρίζεται σε δύο κύριες κατηγορίες: τον λεγόμενο “σκληρό αθλητικό τουρισμό” και τον λεγόμενο “μαλακό αθλητικό τουρισμό”.<sup>125</sup> Ο παραπάνω διαχωρισμός μπορούμε να πούμε πως αναφέρεται στα μεγάλα αθλητικά γεγονότα αναφερόμενοι στον “σκληρό αθλητικό τουρισμό”, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, οι αγώνες της φόρμουλα Ένα (F1), ενώ ο «μαλακός αθλητικός τουρισμός» αναφέρεται στον τουρισμό ατόμων με σκοπό τον ερασιτεχνικό αθλητισμό για αναψυχή-ψυχαγωγία, όπως για παράδειγμα οι ορειβατικοί ή ποδηλατικοί σύλλογοι, κωπηλάτες ή πεζοπόροι. Ένας εναλλακτικός ορισμός για τις υποκατηγορίες του αθλητικού τουρισμού, συναντάται από τον Gibson, ο οποίος χωρίζει τρεις υποκατηγορίες:<sup>126</sup>

A) Τουρισμός Αθλητικών Γεγονότων: Αναφέρεται στους τουρίστες που προσελκύονται από μεγάλα αθλητικά γεγονότα, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο κύπελλο, το Μουντομπάσκετ, το Πανευρωπαϊκό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, το Ευρωμπάσκετ, το Champion’s League και άλλες διοργανώσεις.

B) Αθλητικός τουρισμός διασημοτήτων και νοσταλγίας : Αναφέρεται σε επισκέψεις αθλητικών υποδομών, αθλητικών μουσείων, ή ταξιδιών με σκοπό τη συνάντηση με προσωπικότητες από τον ευρύτερο χώρο του αθλητισμού. Διαχρονικό παράδειγμα τέτοιου τύπου τουρισμού, αποτελεί η Αρχαία Ολυμπία. Η ιστοσελίδα

<sup>122</sup> <http://www.travel-industry-dictionary.com/sport-tourism.html>

<sup>123</sup> <http://www.sporttourismexpo.com/>

<sup>124</sup> <http://www.onlineseecker.com/nsc/documents/tourism.html>

<sup>125</sup> [http://www.growing-science.com/msl/Vol2/msl\\_2011\\_104.pdf](http://www.growing-science.com/msl/Vol2/msl_2011_104.pdf)

<sup>126</sup> <http://zazna.com/selection/rA84MDI0Yj.proxy.html>



stadia.gr<sup>127</sup>, παρουσιάζει λεπτομερώς τις κυριότερες αθλητικές υποδομές στη χώρα μας.

Γ) Ενεργός Αθλητικός τουρισμός : Έχει συναφή έννοια με τον μαλακό αθλητικό τουρισμό, και αναφέρεται στην ενεργή συμμετοχή του ατόμου σε κάποιο άθλημα ή δραστηριότητα.

Οι ποδοσφαιρικές, μπασκετικές, και άλλες ομάδες, έχουν οπαδούς που συχνά ταξιδεύουν στις πόλεις όπου παίζει η ομάδα που προτιμούν. Πολλές φορές, οι σύλλογοι βοηθούν τους οπαδούς σχετικά με τα οικονομικά των ταξιδιών. Πέραν των υγιών φιλάθλων, κάποιοι οπαδοί ταξιδεύουν με σκοπό μεταξύ άλλων να συγκρουστούν με οπαδούς άλλων ομάδων-συλλόγων, θα το λέγαμε και hooligan-tourism.<sup>128</sup>

## 2.4 ΤΥΠΟΙ/ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ, ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ

### Ιατρικός τουρισμός-τουρισμός υγείας

Ο Ιατρικός τουρισμός, είναι ένας όρος που αφορά τους ανθρώπους που ταξιδεύουν σε ένα μέρος για να λάβουν θεραπεία για μια ασθένεια ή πάθηση, και συνήθως αναζητούν χαμηλότερο κόστος της περίθαλψης, βελτίωση της ποιότητας της περίθαλψης, καλύτερη πρόσβαση στην περίθαλψη, ή διαφορετική φροντίδα από εκείνη που θα μπορούσαν να λάμβαναν στον τόπο κατοικίας τους.<sup>129</sup>

Ο οργανισμός Novasans, διαχωρίζει τον τουρισμό υγείας-ευεξίας από τον ιατρικό τουρισμό, σύμφωνα με το οποίο ο τουρισμός υγείας-ευεξίας αναφέρεται σε ανθρώπους που είναι υγιείς και ταξιδεύουν σε κάποιον προορισμό για να βελτιώσουν την υγεία-φυσική τους κατάσταση, ενώ ο ιατρικός τουρισμός αναφέρεται σε ανθρώπους που υποφέρουν-βιώνουν κάποια ασθένεια ή πάθηση.<sup>130</sup> Πάνω από 50

<sup>127</sup> <http://www.stadia.gr/>

<sup>128</sup>

<http://books.google.gr/books?id=OifwDs6PcM4C&pg=PA314&lpg=PA314&dq=hooligan+tourism&source=bl&ots=kmt5tSQgPm&sig=99Bg6j2mTZHcmpDb571x1F33kGc&hl=el&sa=X&ei=f1-cULirHoSh4gTA4IGQCA&ved=0CCwQ6AEwAw#v=onepage&q=hooligan%20tourism&f=false>

<sup>129</sup> <http://www.novasans.com/blog/2011/06/defining-medical-tourism/>

<sup>130</sup> <http://www.novasans.com/blog/2011/06/defining-medical-tourism/> (definition by Global Spa Summit LLC 2011)

χώρες έχουν αναγνωρίσει τον ιατρικό τουρισμό σαν εθνική βιομηχανία, ενώ στα και ιαματικά λουτρά συμπεριλαμβάνονται σε αυτή τη μορφή τουρισμού.<sup>131</sup>

Δημοφιλείς προορισμοί είναι μεταξύ άλλων η Αργεντινή, η Βολιβία, η Βραζιλία, η Κολομβία, η Κόστα Ρίκα, η Κούβα, το Χονγκ Κονγκ, η Μαλαισία, το Μπρουνέι, η Σιγκαπούρη, η Ινδία, οι Φιλιππίνες, η Ταϊλάνδη, η Ιορδανία, η Νότια Αφρική, η Νέα Ζηλανδία, η Τυνησία, η Ουγγαρία, η Σλοβακία, η Τουρκία, η Ουκρανία, η Πολωνία, το Μεξικό, ο Παναμάς, η Κύπρος. Σαν υποκατηγορία του ιατρικού τουρισμού, είναι ο οδοντιατρικός τουρισμός, και είναι αρκετά σύνηθες το φαινόμενο στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης των ταξιδιών από μία χώρα σε μία γειτονική, με σκοπό την οικονομικότερη οδοντιατρική περίθαλψη, πχ από την Αυστρία στη Σλοβακία, από την Ελλάδα στη Βουλγαρία.<sup>132</sup> Στα βασικά πλεονεκτήματα του ιατρικού τουρισμού, συμπεριλαμβάνονται:<sup>133</sup>

- Είναι οικονομικά προσιτός (σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας)
- Υγειονομική περίθαλψη υψηλής ποιότητας
- Άμεσες υπηρεσίες
- Βελτιωμένες υπηρεσίες πτήσεων και επικοινωνίας
- Ευκαιρίες για ταξίδια

### **Accessible tourism (τουρισμός για ΑΜΕΑ)**

Ο ορισμός Accessible tourism (τουρισμός για Άτομα με ειδικές ανάγκες), δόθηκε για πρώτη φορά από τους Darcy and Dickson. «Ο προσβάσιμος τουρισμός/τουρισμός προσβάσεως, επιτρέπει σε άτομα με απαιτήσεις-αδυναμίες πρόσβασης σχετικές με την κινητικότητα, την όραση, την ακοή, και τις γνωστικές διαταραχές της πρόσβασης, να λειτουργούν ανεξάρτητα, με ισότητα και αξιοπρέπεια μέσω προϊόντων και υπηρεσιών σχεδιασμένων φιλικά, υποστηριζόμενα από αντίστοιχα τουριστικά περιβάλλοντα. Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει όλα τα άτομα

---

<sup>131</sup> <http://www.medicaltourismmag.com/newsletter/65/is-medical-tourism-the-future-of-healthcare-.html>

<sup>132</sup> [http://www.euro.who.int/\\_data/assets/pdf\\_file/0011/120332/E88697.pdf](http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0011/120332/E88697.pdf)

<sup>133</sup> <http://www.health-tourism.com/medical-tourism/benefits/>

συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που ταξιδεύουν με παιδιά σε καροτσάκια, άτομα με ειδικές ανάγκες και ηλικιωμένους.»<sup>134</sup>

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό δίκτυο προσβάσιμου τουρισμού/τουρισμού προσβάσεως,<sup>135</sup> ο προσβάσιμος τουρισμός συμπεριλαμβάνει:

- Προορισμούς χωρίς φραγμούς: Υποδομές και εγκαταστάσεις
- Μεταφορές από αέρος, ξηράς και θάλασσας , κατάλληλες για όλους τους χρήστες
- Υψηλής ποιότητας υπηρεσίες από ειδικευμένο προσωπικό
- Δραστηριότητες, εκθέσεις και αξιοθέατα που επιτρέπουν στον καθένα την ενεργή συμμετοχή στον τουρισμό και το δικαίωμα στις απολαύσεις που παρέχει
- Συστήματα κρατήσεων, ιστοσελίδες και υπηρεσίες προσβάσιμες σε όλους.

### **Τουρισμός γεννήσεων (ή υπηκοότητας)**

Τουρισμός γεννήσεων είναι ένας όρος κατά των οποίου μητέρες ή ζευγάρια ταξιδεύουν σκόπιμα σε χώρες όπου αυτόματα δίνουν την ιθαγένεια της χώρας στα παιδιά που γεννιούνται εκεί, με σκοπό εκείνα να απολαμβάνουν μελλοντικά τα προνόμια που τους παρέχει η συγκεκριμένη ιθαγένεια. Συνήθως γυναίκες από την Νότια Κορέα, το Χόνγκ Κόνγκ και την Ταιβάν, συνηθίζεται να πηγαίνουν στις ΗΠΑ, όπου γενικά τα παιδιά που γεννιούνται εκεί αποκτούν την Αμερικανική υπηκοότητα.

136 137

### **Σεξοτουρισμός**

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός τουρισμού, κατά την δήλωση-διακήρυξη για την προστασία του Οργανωμένου σεξοτουρισμού καθορίζει τον σεξοτουρισμό ως: “ταξίδια που οργανώνονται δια μέσω του τουριστικού τομέα, ή έξω/ανεξάρτητα από αυτόν , αλλά σε κάθε περίπτωση χρησιμοποιώντας τις δομές και τα δίκτυα του τομέα,

<sup>134</sup> <http://accessibletourismresearch.blogspot.gr/2010/01/towards-definition-of-accessible.html>

<sup>135</sup> <http://www.accessibletourism.org/>

<sup>136</sup> [http://fileus.org/dept/citizenship/02-05-26-latimes-birth\\_tourism\\_asia.html](http://fileus.org/dept/citizenship/02-05-26-latimes-birth_tourism_asia.html)

<sup>137</sup> [http://www.economist.com/node/16846724?story\\_id=16846724](http://www.economist.com/node/16846724?story_id=16846724)

με κύριο σκοπό την πραγμάτωση μιας εμπορικής σεξουαλικής σχέσης μεταξύ του τουρίστα με κατοίκους της περιοχής προορισμού»<sup>138</sup>

Χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας, όπως η Ταϊλάνδη, οι Φιλιππίνες, η Καμπότζη και το Βιετνάμ είναι από τους κυριότερους προορισμούς σεξοτουρισμού. Επίσης, χώρες της Καραϊβικής και της Λατινικής Αμερικής, όπως η Δομινικανή Δημοκρατία, η Κόστα Ρίκα, η Κολομβία, ο Παναμάς και η Βενεζουέλα, αλλά και χώρες της Ευρώπης, όπως η Ολλανδία, η Εσθονία, η Ελλάδα, η Ισπανία, η Γερμανία και άλλες θεωρούνται προορισμοί μορφών σεξοτουρισμού.<sup>139</sup>

Υπολογίζεται ότι στην Ταϊλάνδη το 60-70% των αντρών τουριστών επισκέπτονται τη χώρα για σεξοτουρισμό, πάνω από 4,5 εκατομμύρια για το έτος 2002. Η εφημερίδα Bangkok post, αναφέρει ότι το 60% του εισοδήματος της χώρας προέρχεται από τον τουρισμό, κυρίως από τον σεξοτουρισμό.<sup>140</sup> Προσπάθειες να σταματήσουν τέτοια φαινόμενα, για παράδειγμα την απόφαση της Πολιτείας του νησιωτικού συμπλέγματος της Χαβάν των Ηνωμένων Πολιτειών, όπου ψηφίστηκε νομοθεσία με σκοπό να σταματήσει ο σεξοτουρισμός στην περιοχή και να κρίνονται υπόλογοι οι tour operators που διοργανώνουν ανάλογα ταξίδια.<sup>141</sup>

Αντίστοιχα, και οι γυναίκες κάνουν σεξοτουρισμό, με σκοπό να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Οι χώρες της Μεσογείου όπως η Ελλάδα, η Ιταλία, η Κροατία, η Τουρκία, η Ισπανία και χώρες της Καραϊβικής όπως η Τζαμάικα, τα νησιά Μπαρμπάντος και η Δομινικανή Δημοκρατία, αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς.<sup>142</sup>

### **Σκοτεινός τουρισμός(dark tourism) , τουρισμός καταστροφών (disaster tourism), Πολεμικός τουρισμός (war tourism)**

Σκοτεινός τουρισμός ή αλλιώς τουρισμός θλίψης, είναι τουρισμός σε τόπους που σχετίζονται με τον θάνατο και την τραγωδία (όχι το αρχαίο ελληνικό θέατρο, αλλά τραγικές καταστάσεις όπως θάνατοι πλημμύρες και καταστροφές). Στους

---

<sup>138</sup> <http://ethics.unwto.org/en/content/staements-policy-documents-child-protection>

<sup>139</sup> <http://www.sextourismguide.info/>

<sup>140</sup> [http://www.wouk.org/rahab\\_international/pdf\\_files/Sex%20Tourism%20in%20Thailand.pdf](http://www.wouk.org/rahab_international/pdf_files/Sex%20Tourism%20in%20Thailand.pdf)

<sup>141</sup> <http://www.equalitynow.org/node/279>

<sup>142</sup> [http://english.pravda.ru/society/sex/29-06-2007/94318-sex\\_tourism-0/](http://english.pravda.ru/society/sex/29-06-2007/94318-sex_tourism-0/)

βασικούς λόγους επισκεψιμότητας τέτοιων περιοχών, οφείλεται ως επί το πλείστον στην ιστορική τους αξία και όχι στους συσχετισμούς με το θάνατο και τον πόνο.<sup>143</sup>

Για παράδειγμα, προορισμοί όπως η πρωτεύουσα της Βόρειας Ιρλανδίας Μπέλφαστ, ή η πρωτεύουσα του Λιβάνου Βυρηττός, διακρίνονται για ανάλογης μορφής τουρισμό, σύμφωνα με δημοσίευμα της Guardian.<sup>144</sup> Επίσης, ο τουρισμός σε μέρη όπου μαίνονταν οι υπάρχον γενικά σφοδρές συγκρούσεις και κλίμα έντασης, κάποια γραφεία οργανώνουν οργανωμένα ταξίδια σε αυτά, που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί σαν «πολεμικός τουρισμός».<sup>145</sup> Στην ευρύτερη εννοιολογική διάσταση του σκοτεινού τουρισμού, θα μπορούσε να συμπεριληφθεί και ο λεγόμενος “τουρισμός καταστροφών», ο οποίος κατακρίνεται για την εμπορευματοποίηση του πόνου των άλλων, με αντιδράσεις των κατοίκων που υπέφεραν, όπως συνέβη στη Νέα Ορλεάνη κατά τη διάρκεια του τυφώνα Κατρίνα, όπου οι κάτοικοι αντέδρασαν αρνητικά στους περαστικούς τύπου strangers που είχαν μαζευτεί στον τόπο.<sup>146</sup> Ένα πρόσφατο παράδειγμα, είναι το τι συνέβη μετά την έκρηξη του ηφαιστείου Eyjafjallajökull στην Ισλανδία, το οποίο προκάλεσε καταστροφές και μεγάλα προβλήματα στις αερομεταφορές. Οι εταιρίες τουρισμού, άρχισαν να προσφέρουν περιοδείες στους τουρίστες για να δουν το ηφαίστειο.<sup>147</sup>

## Ναρκοτουρισμός

Σύμφωνα με τους Βαλντέζ και Σίφανεκ, ναρκοτουρισμός ορίζεται ως : “ Το φαινόμενο κατά το οποίο οι άνθρωποι έλκονται από μια συγκεκριμένη τοποθεσία-προορισμό λόγω της δυνατότητας που παρέχει στην πρόσβαση νόμιμων και παράνομων ναρκωτικών και συναφών υπηρεσιών.”<sup>148</sup> Στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, όπου η νόμιμη ηλικία κατανάλωσης αλκοόλ είναι τα 21 έτη, με κάποιες εξαιρέσεις και διαφοροποιήσεις ανάλογα με τους νόμους της κάθε πολιτείας,<sup>149</sup> το φαινόμενο του τουρισμού με σκοπό την κατανάλωση αλκοόλ από πολιτεία σε πολιτεία ή σε άλλες χώρες είναι σύνηθες. Χώρες δημοφιλείς προορισμοί για

<sup>143</sup> <http://www.gonomad.com/features/0704/dark-tourism.html>

<sup>144</sup> <http://www.guardian.co.uk/travel/2006/nov/15/travelnews.belfast.uk>

<sup>145</sup> <http://www.oppapers.com/essays/War-Tourism/623203>

<sup>146</sup> <http://thesocietypages.org/socimages/2011/08/28/disaster-tourism/>

<sup>147</sup> <http://www.guardian.co.uk/travel/2010/apr/03/iceland-erupting-volcano-hyjafjallajokull>

<sup>148</sup> [http://www.bgu.ac.il/~yanivbel/pdf%20files/Drug\\_and\\_Risk\\_Taking.pdf](http://www.bgu.ac.il/~yanivbel/pdf%20files/Drug_and_Risk_Taking.pdf),

<sup>149</sup>

[http://www.alcoholpolicy.niaaa.nih.gov/underage\\_possession\\_consumption\\_internal\\_possession\\_of\\_alcohol.html?tab=maps](http://www.alcoholpolicy.niaaa.nih.gov/underage_possession_consumption_internal_possession_of_alcohol.html?tab=maps)

ναρκοτουρίστες, όπως η Ολλανδία, αναθεωρούν σταδιακά την πολιτική τους σε μια προσπάθεια να αποθαρρύνουν επίδοξους ναρκοτουρίστες.<sup>150</sup>

### **Τουρισμός των γκέτο**

Ο τουρισμός των γκέτο μελετήθηκε πρώτη φορά από τον Michael Stephens. Διαδόθηκε μέσω των media στις μεγαλουπόλεις, μέσω της τηλεόρασης, των ταινιών, των βιντεοπαιχνιδιών, της ραπ μουσικής, με ρεαλιστικές προεκτάσεις στις δυτικές κοινωνίες τα φτωχότερα προάστια των μεγαλουπόλεων.<sup>151</sup> Υπολογίζεται πώς το ένα τρίτο του παγκόσμιου αστικού πληθυσμού κατοικεί σε παραγκουπόλεις, γκέτο και φαβέλες. Οι νέοι εκεί εκφράζονται μέσω του χιπ-χοπ και των λοιπών στοιχείων που περιλαμβάνει η κουλτούρα του.<sup>152</sup>

Σύμφωνα με την Καναδική εφημερίδα Globe and Mail, οι μετακινήσεις “ασφαλούς-κινδύνου”, θεωρούνται μια νέα τάση μόδας στην βιομηχανία του τουρισμού. Από τις φαβέλες της Βραζιλίας μέχρι τις φτωχογειτονιές της Νότιας Αφρικής, οι τουρίστες συμμετέχουν σε ξεναγήσεις σε φτωχογειτονιές.<sup>153</sup> Στον τουρισμό των γκέτο συμπεριλαμβάνεται και ο τουρισμός με σκοπό τη φωτογράφιση ή και την άσκηση της τέχνης του γκραφίτι (graffiti travel-graffiti tourism), είτε νόμιμα συμμετέχοντας σε φεστιβάλ, είτε παράνομα σε τοίχους και τρένα των μεγαλουπόλεων.<sup>154</sup> Η παρακάτω ιστοσελίδα, έχει graffiti από διάφορες χώρες του πλανήτη, χρήσιμος οδηγός για τους επίδοξους ταξιδιώτες-writers.<sup>155</sup>

### **Τουρισμός Ατομικής ενέργειας**

Ο τουρισμός που σχετίζεται με την ατομική ενέργεια είναι ένα σχετικά νέο είδος τουρισμού στο οποίο οι επισκέπτες μαθαίνουν για την ατομική εποχή ταξιδεύοντας σε σημαντικές για την ατομική ιστορία τοποθεσίες, όπως μουσεία με ατομικά όπλα, οχήματα που μετέφεραν πυρηνικά όπλα, ή στους τόπους όπου τα ατομικά όπλα είχαν πυροδοτηθεί.<sup>156</sup> Το πυρηνικό ατύχημα στο Τσερνομπίλ ήταν το χειρότερο πυρηνικό ατύχημα σε πυρηνικό σταθμό στην παγκόσμια ιστορία. Οι

<sup>150</sup> <http://travelblog.dailymail.co.uk/2011/06/dutch-drugs-ban-why-closing-the-coffee-shops-to-tourists-is-a-bad-thing-for-the-netherlands.html>

<sup>151</sup> <http://www2.citypaper.com/special/story.asp?id=11846>

<sup>152</sup> <http://www.xxlmag.com/bloggers/2007/02/ghetto-tourism/>

<sup>153</sup> <http://www.theglobeandmail.com/life/article75216.ece>

<sup>154</sup> <http://pinterest.com/mingsmusic/graffiti-tourism/>

<sup>155</sup> <http://www.graffiti.org/>

<sup>156</sup> <http://www.azcentral.com/travel/articles/2011/03/30/20110330japan-disaster-atomic-tourism.html>

τουρίστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στη ζώνη αποκλεισμού γύρω από το εργοστάσιο, και ιδίως στην εγκαταλελειμμένη πόλη της Prypiat.<sup>157</sup>

### Διαστημικός τουρισμός

Ο διαστημικός τουρισμός, είναι μια αναδυόμενη βιομηχανία που αφορά ταξίδια με υπέρογκο κόστος που αφορούν την αποστολή επιβατών σε υποτροχιακές πτήσεις οι οποίες προσφέρουν μια σύντομη εμπειρία της έλλειψης βαρύτητας σε συνδυασμό με συναρπαστική θέα της γης από το διάστημα.<sup>158</sup> Δαπανώνται υπέρογκα ποσά για την υλοποίηση διαστημικών ταξιδιών. Η Ρωσία και η Αμερική, πρωτοστατούν στην έρευνα και την υλοποίηση τέτοιων ταξιδιών, όπως και γενικότερα στη διαστημική βιομηχανία, από την εποχή του ψυχρού πολέμου.<sup>159</sup>

Το 2001, πραγματοποιήθηκε το πρώτο επί πληρωμής περιήγηση στο διάστημα, στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το κόστος του υπολογίζεται στα 20 εκατομμύρια δολάρια. Το 2004, το Space Ship One, επιχειρεί το πρώτο επανδρωμένο ιδιωτικό ταξίδι στο διάστημα.<sup>160</sup> Τον Ιούλιο, ανακοινώθηκε πώς του χρόνου η Virgin Galactic ανακοίνωσε ότι του χρόνου η πρώτη της διαστημική πτήση θα πραγματοποιηθεί από το διαστημοδρόμιο της στο Νέο Μεξικό, και 529 επιβάτες έχουν προπληρώσει το ποσό των 200.000 δολαρίων. Πριν την πτήση, κάθε πελάτης υποχρεούται να παρακολουθήσει ειδική εκπαίδευση για μια εβδομάδα.<sup>161</sup>

## 2.5 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΡΕΥΜΑΤΩΝ, ΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΤΙΑΛΗΨΕΩΝ

Σε αυτή την ενότητα, παρουσιάζονται κάποιες τάσεις στον τουρισμό που κερδίζουν έδαφος και δημοτικότητα τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω των οικονομικών τουριστικών μοντέλων που προτείνουν. Συνοπτικά γίνεται μια σύντομη παρουσίαση στον τομέα των αερομεταφορών στις εταιρίες «χαμηλού κόστους» (Low Cost/Low Budget Airlines), στον τομέα των σιδηρόδρομων στα προγράμματα/πακέτα

<sup>157</sup> <http://www.lonelyplanet.com/travelblogs/419/40930/Bleak-o+Tourism%E2%80%A6+Welcome+to+Chernobyl?destId=360912>

<sup>158</sup> <http://www.travel-industry-dictionary.com/space-tourism.html>

<sup>159</sup> <http://www.spaceflightnow.com/news/n1101/12soyuz/>

<sup>160</sup> <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=110998144>

<sup>161</sup> <http://www.theverge.com/2012/7/11/3151861/virgin-galactic-first-space-tourism-flight-next-year>

Interail για σιδηροδρομικές μεταφορές στις χώρες της Ευρώπης, τα ξενοδοχειακά καταλύματα τύπου Hostel/ Youth Hostel, τους Hitchhikers (άτομα που ταξιδεύουν με ωτοστόπ), και το δίκτυο γνωριμιών/φιλοξενίας Couchsurfing.

Τα βασικά πλεονεκτήματα και κίνητρα για τέτοιου τύπου μετακινήσεις, είναι το χαμηλό κόστος. Στα βασικά μειονεκτήματα και αντεπιχειρήματα πολλών εκ των εν λόγω τρόπων μετακινήσεων, συμπεριλαμβάνονται η ανασφάλεια, η αβεβαιότητα, το χαμηλό επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παρουσιάζονται συνοπτικά κάποια ρεύματα.

### **Low Cost Airlines/ Low Cost Carriers**

Είναι αεροπορικές εταιρίες οι οποίες κάνουν κρατήσεις αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου. Με αυτόν τον τρόπο, μειώνουν το λειτουργικό τους κόστος κατά πολύ, και έτσι πωλούν εισιτήρια σε φτηνότερες τιμές. Επίσης, έχουν συνήθως την πολιτική το κόστος τους να ανεβαίνει ανάλογα με το βάρος των αποσκευών, οι παρεχόμενες υπηρεσίες εντός του αεροσκάφους όπως φαγητό κτλ. Χρεώνεται επί τόπου ανάλογα με το τι θα καταναλώσεις, χρεώνεται εξτρά αν επιλέξεις ασφάλεια για το ταξίδι, προκράτηση θέσεως, για μηνύματα Sms επιβεβαίωσης του check In και άλλες υπηρεσίες. Σε κάποιες περιπτώσεις πάντως, το κόστος ενός αεροπορικού εισιτηρίου μπορεί να είναι κατά πολύ μικρότερο του κόστους ενός εισιτηρίου τραίνου ή υπεραστικού λεωφορείου.

Η Αμερικανική Southwest θεωρείται πώς ήταν η πρώτη LowCost εταιρία, το 1971. Η βασική ιδέα ήταν ότι θα μπορούσε να μειώσει το κόστος των εισιτηρίων καταργώντας κάποιες έξτρα παροχές. Το 1990 η Ryanair από το Ηνωμένο Βασίλειο έδωσε νέα ώθηση στις Low Cost εταιρίες και παραμένει σήμερα κυρίαρχη εταιρία στο χώρο, μαζί με την EasyJet.<sup>162</sup>

Κοινό χαρακτηριστικό και στις δύο εταιρίες, όπως και γενικά στις Low Cost εταιρίες, είναι ότι συνήθως προσγειώνονται /απογειώνονται από αεροδρόμια που απέχουν αρκετά από την πόλη προορισμό (πχ. Τα δρομολόγια της Ryanair στην Πάτρα εξυπηρετούνται από το αεροδρόμιο του Αράξου, ενώ οι περισσότερες Low Cost εταιρίες προτιμούν στο Λονδίνο το αεροδρόμιο του Stansted). Η Ryanair θεωρείται γενικά η πιο οικονομική εταιρία. Οι τιμές και οι προσφορές αλλάζουν,

<sup>162</sup> <http://www.cheapflights.co.uk/travel-tips/low-cost-airlines/>



ωστόσο προσφέρονται κάποιες φορές εισιτήρια, χωρίς καμία έξτρα εξυπηρέτηση, σε τιμές 20 ή 30 ευρώ.<sup>163164</sup>

Άλλες εταιρίες είναι οι AirBerlin, η Transavia, η Germanwings, η Wizzair, η Jet2.com, η Smartwings, η Jetairfly, η Flybe και άλλες. Τον Αύγουστο του 2003, οι εταιρίες Low Cost , κάλυψαν περίπου το 11% των αερομεταφορών παγκοσμίως. Τον Αύγουστο του 2012, το ποσοστό αυτό έχει υπερδιπλασιαστεί, και φτάνει το 26%.<sup>165</sup>

## **InterRail**

Το Interail, είναι μια μορφή εισιτηρίου για κατοίκους χωρών της Ευρώπης. Για κατοίκους εκτός της Ευρώπης, υπάρχει το Eurail αντίστοιχα. Υπάρχουν διάφοροι τύποι εισιτηρίων. Το Interail Global Pass, επιτρέπει απεριόριστα ταξίδια με τρένο εντός των χωρών που συμμετέχουν, , μέσα σε ορισμένο και προκαθορισμένο χρονικό διάστημα.

Υπάρχει επίσης το Interail one country pass, το οποίο επιτρέπει ταξίδια μόνο σε μία χώρα, νεανικό εισιτήριο για άτομα κάτω των 26, ενώ υπάρχουν πολλές επιλογές στα εισιτήρια ανάλογα με το πόσες μέρες θα ταξιδέψει ο ενδιαφερόμενος. Το One country pass, διαφοροποιεί την τιμή του ανάλογα τη ζώνη των χωρών τις οποίες συμπεριλαμβάνει. Η Ελλάδα, βρίσκεται στην τέταρτη ζώνη εισιτηρίων, μαζί με την Τσεχία, την Κροατία, την Ουγγαρία, την Πολωνία, την Πορτογαλία και τη Ρουμανία.

Κάποια τρένα υψηλών ταχυτήτων,(high speed trains), απαιτούν επιπρόσθετο κόστος από τον κάτοχο του Interail, ενώ κάποιες φορές υπάρχει περιορισμός έτσι στην χρήση δρομολογίων, λόγος που αρκετές φορές οι κάτοχοι του Interail επιλέγουν τα πιο αργά/οικονομικά ή νυχτερινά τρένα. Το One country pass ξεκινάει από 51 ευρώ, και το ακριβότερο εισιτήριο για απεριόριστα δρομολόγια για ένα μήνα φτάνει τα 619 ευρώ.

Συμμετέχουν όλες οι χώρες που ανήκουν γεωγραφικά στην Ευρώπη και έχουν σιδηροδρόμους, συν της Τουρκίας. Εξαιρούνται η Αλβανία, η Λευκορωσία, οι Βαλτικές χώρες (Εσθονία, Λεττονία, Λιθουανία), η Μολδαβία, η Ουκρανία, και

<sup>163</sup> [http://wikitravel.org/en/Discount\\_airlines](http://wikitravel.org/en/Discount_airlines)

<sup>164</sup> <http://www.ryanair.com/en>

<sup>165</sup> <http://skift.com/2012/08/08/low-cost-airlines-taking-more-market-share-globally-asias-the-fastest/>

μικρά κρατίδια όπως το Μονακό και το Σαν Μαρίνο. Επίσης, νησιωτικές χώρες χωρίς σιδηροδρόμους, όπως η Κύπρος και η Ισλανδία.

Για την χώρα μας συγκεκριμένα, υπάρχει η επιλογή του πακέτου Greece Plus, το οποίο συμπεριλαμβάνει και τη διαδρομές με το ferry από και προς την Ιταλία, με το κόστος του συγκεκριμένου πακέτου να ακριβαίνει και να εντάσσεται στην τρίτη εισιτηριακή ζώνη.

Ξεκίνησε το 1972, και συμπεριλάμβανε τότε 21 χώρες, μεταξύ αυτών και η Ελλάδα. Με το Eurail, που αναφέρεται σε αντίστοιχες προσφορές για κατοίκους εκτός των χωρών που συμμετέχουν, με τους Αμερικάνους να είναι οι πρώτοι πελάτες, το 2011 πωλήθηκαν 451.227 εισιτήρια Interail, αύξηση της τάξεως του 5,6% εν σχέση με το 2010. <sup>166</sup>

## Hostels

Hostel θεωρείται ένας οργανωμένος ξενώνας, κερδοσκοπικού χαρακτήρα, συνήθως προσανατολισμένος σε κοινόχρηστα δωμάτια/κοιτώνες (dormitories). Συνήθως αυτά τα καταλύματα δέχονται μεμονωμένους ταξιδιώτες (backpackers), φια βραχυπρόθεσμη συνήθως διαμονή. Οι εγκαταστάσεις και οι χώροι που παρέχονται είναι συνήθως κοινόχρηστοι.

Οι διαμένοντες σε αυτά, συνήθως κάνουν κράτηση για ένα κρεβάτι, σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία όπου η κράτηση γίνεται για ένα δωμάτιο. Στο δωμάτιο αυτό μπορεί να υπάρχουν 4, 6, 8 ή περισσότερες κλίνες. Στην ορολογία dormitory συμπεριλαμβάνονται κάποιες φορές και φοιτητικές εστίες. <sup>167</sup>

Το πρώτο κατάλυμα τύπου Youth Hostel, χρονολογείται το 1912 στη Γερμανία. Ο καθηγητής/κόμης Richard Schirrmann, εντόπισε την ανάγκη οι νέοι να ταξιδεύουν οικονομικά και με ασφάλεια σε άλλες περιοχές της χώρας. Έτσι στην τοποθεσία Altena Castle, στη Δυτική Γερμανία, ίδρυσε το πρώτο διεθνώς αναγνωρισμένο hostel. Ο πρώτος Διεθνής Οργανισμός για Χόστελ, ιδρύθηκε το 1932

---

<sup>166</sup>

<http://www.eurailgroup.org/News/Eurail%20Group%20Reports%20Positive%202011%20Results.aspx>

<sup>167</sup> <http://www.hostelmanagement.com/glossary/hostel.html>

στο Άμστερνταμ, με συμμετέχοντες από 11 διαφορετικές χώρες. Σήμερα η Διεθνής Ομοσπονδία αριθμεί πάνω από 4.000 χόστελς σε περισσότερες από 90 χώρες.<sup>168</sup>

Οι τιμές διαμονής για ένα βράδυ, κυμαίνονται συνήθως στην Ευρώπη μεταξύ 10 με 30 ευρώ, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις οι τιμές μπορεί να είναι και χαμηλότερες ή υψηλότερες. Δεν συμπεριλαμβάνεται στη διαμονή κάτι έξτρα εκτός από την ενοικίαση ενός κρεβατιού.<sup>169</sup>

Ο STAY WISE (Safe Travel Accommodation for youth) αποτελεί μια ομοσπονδία των συσχετιζόμενων φορέων στον τομέα των Youth Hostels. Το 2009 υπολογίζεται ότι 176 εκατομμύρια ταξίδια «νεανικού τουρισμού (διαμονή σε χόστελς)», έλαβαν χώρα παγκοσμίως, αριθμός αυξημένος από τα 160 εκατομμύρια του 2005.<sup>170</sup>

### **HitchHiking (Ωτοστόπ)**

Θεωρείται εξ' ορισμού η δωρεάν διέλευση με μεταφορικό μέσο που προσφέρει εν γνώσει του ο οδηγός του εν λόγω οχήματος. Ταξιδιώτες γράφουν σε ένα κομμάτι χαρτί συνήθως τον προορισμό τους, και περιμένουν στην άκρη του δρόμου, υψώνοντας πολλές φορές τον αντίχειρα τους δίνοντας σήμα στους περαστικούς οδηγούς.(η κίνηση αυτή λέγεται thumb-up , αντίχειρας πάνω)<sup>171172</sup>

Με τη λογική της δωρεάν προσφοράς μετακίνησης, το Ωτοστόπ χρονολογείται από γεννήσεως των οχημάτων. Επίσημα σαν ορισμός και μορφή ταξιδιωτικής κουλτούρας ή υποκουλτούρας, εξαπλώθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες τη δεκαετία του 1930, κατά την εποχή της μεγάλης ύφεσης ( Great Depression). Από το 1933 μέχρι το 1936 υπήρξε ένα γραφείο με περίπου 300 υποκαταστήματα στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου εξυπηρετούσε hitchhikers. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του 1937, ένας στους δέκα Αμερικάνους είχε κάνει έστω μια φορά στη ζωή του ωτοστόπ.<sup>173</sup>

<sup>168</sup> <http://www.hihostels.com/hostel/2011/05/brief-history-of-hostelling/>

<sup>169</sup> <http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20090103195432AAd43gr>

<sup>170</sup> [http://c.ymcdn.com/sites/www.wysetc.org/resource/resmgr/research\\_reports/staywyse-benchmarkstudy-a4-e.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.wysetc.org/resource/resmgr/research_reports/staywyse-benchmarkstudy-a4-e.pdf)

<sup>171</sup> <http://www.thefreedictionary.com/hitchhiking>

<sup>172</sup> <http://www.yourdictionary.com/hitchhike>

<sup>173</sup> [http://www.livinghistoryfarm.org/farminginthe30s/water\\_08.html](http://www.livinghistoryfarm.org/farminginthe30s/water_08.html)

Κάποιες Πολιτείες της Αμερικής στη συνέχεια, κήρυξαν το ωτοστόπ παράνομη δραστηριότητα και αναφέρονται περιστατικά όπου οι ασκούντες το εν λόγω χόμπι φυλακίστηκαν. Σήμερα υπάρχουν στο διαδίκτυο οργανωμένες κοινότητες ωτοστόπερς, με ανταλλαγή πληροφοριών για τις διαδρομές, συμβουλές για ευκολότερο και ασφαλέστερο ωτοστόπ, ή προσυμφωνία για μοίρασμα εξόδων ταξιδιού μεταξύ αγνώστων. Σύμφωνα με την κοινωνιολογική μελέτη των Chesters, Graeme, Smith, David με τίτλο «Η ξεχασμένη τέχνη του Ωτοστόπ, κίνδυνοι, εμπιστοσύνη και αειφορία», αναλύονται οι λόγοι που γενικά μετά τη δεκαετία του 70 το ωτοστόπ έχασε σε δημοτικότητα, εξαιτίας του ότι υπήρξαν περιστατικά με άσχημη κατάληξη.<sup>174175</sup>

Το Hitchhike εξελίσσεται τα τελευταία χρόνια με μια πιο οργανωμένη/δομημένη μορφή, και παίρνει χαρακτηριστικά αγωνίσματος/περιπετειώδη τουρισμού. Στο Πανεπιστήμιο του Warwick στο Coventry της Μεγάλης Βρετανίας, έχει ιδρυθεί ένας όπως υποστηρίζει φιλανθρωπικός οργανισμός, μια ένωση σπουδαστών που διοργανώνει το event Warwick Jailbreak , όπου διεξάγεται ένας διαγωνισμός, όπου οι διαγωνιζόμενοι προσπαθούν σε 36 ώρες να πάνε όσο πιο μακριά μπορούν χωρίς χρήματα, κάνοντας ωτοστόπ.<sup>176</sup>

Είτε από επιλογή και περιπέτεια, είτε για λόγους κόστους, το ωτοστόπ ανακτά έδαφος σε αρκετές Δυτικές κοινωνίες. Σε χώρες όπως η Γερμανία, το Βέλγιο, η Ολλανδία, η Βρετανία και οι Σκανδιναβικές χώρες, θεωρείται γενικά ευκολότερο το ωτοστόπ σε σχέση με τις χώρες της Ανατολικής και της Νότιας Ευρώπης.<sup>177</sup>

### **Couchsurfing (CS)**

Το Couchsurfing (σερφάροντας στον καναπέ), θεωρείται ο μεγαλύτερος οργανισμός ταξιδιωτών παγκοσμίως. Ξεκίνησε το 2003 από το Σαν Φραντσίσκο, και προσφέρει στους χρήστες του υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης και δυνατότητες ανταλλαγής φιλοξενίας. Σαν νεολογισμός , χρησιμοποιείται γενικότερα στην πρακτική της μετακίνησης σε ένα σπίτι με σκοπό την διαμονή εκεί για λίγες μέρες. Σύμφωνα με το National Geographic, το Couchsurfing «Αποτελεί το νέο μεγάλο κύμα καινοτομίας μετατρέποντας το ταξίδι μέσα από τα social media (κοινωνικά μέσα).Αν

<sup>174</sup> <http://www.socresonline.org.uk/6/3/chesters.html>

<sup>175</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Hitchhiking#cite\\_note-1](http://en.wikipedia.org/wiki/Hitchhiking#cite_note-1)

<sup>176</sup> <http://www.warwicksu.com/societies/Jailbreak/>

<sup>177</sup> <http://hitchwiki.org/en/Europe>

πιστεύετε πώς άνθρωποι από όλο τον κόσμο μπορούν να μοιραστούν τη διασκέδαση, την εμπιστοσύνη και τη φιλία, τότε το CS είναι μια σπουδαία οικονομική και εναλλακτική λύση σχετικά με τα ξενοδοχεία».<sup>178</sup>

Σύμφωνα με τα στατιστικά, το Couchsurfing αριθμεί 4,8 εκατομμύρια χρήστες σε περισσότερες από 93.000 πόλεις σε 207 χώρες ανά τον κόσμο, και υπολογίζεται πώς υπάρχουν πάνω από 16 εκατομμύρια καταγεγραμμένες εμπειρίες Couchsurfers. Το 53% των χρηστών είναι άντρες και το 47% γυναίκες. Πρόσφατα το Couchsurfing εισήγαγε μια προαιρετική μορφή verification( επαλήθευσης), με την αιτιολογία να καταστεί ασφαλέστερο το site, έναντι μικρού αντιτίμου. Πριν όλες οι υπηρεσίες ήταν αποκλειστικά δωρεάν.<sup>179</sup> Χαρακτηρίζεται σαν ένα facebook φιλοξενίας, και προβλέπεται να διαδοθεί ακόμα πιο ραγδαία στο μέλλον.

Κάθε μέλος δημιουργεί ένα προφίλ όπου δηλώνει αν είναι διαθέσιμο να φιλοξενήσει άτομα ή θέλει απλά να γνωρίσει ταξιδιώτες στην πόλη του. Τα μέλη αφήνουν References (σχόλια, αναφορές), θετικά στην πλειοψηφία τους το ένα για το άλλο. Τα περισσότερα θετικά σχόλια, συνήθως αποτελούν κριτήριο για τους Couchsurfers να εμπιστευτούν κάποιο μέλος για τη διαμονή τους.

Θεωρείται αντιδεοντολογικό να ζητήσει κάποιος χρήματα από το άτομο/τα άτομα που φιλοξενεί, ωστόσο συνηθίζεται να προσφέρει φαγητό ή κέρασμα σε ένδειξη ευγνωμοσύνης. Οι Couchsurfers οργανώνουν διάφορες εκδηλώσεις ανά τον κόσμο, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τα χόμπυ του καθενός από τα μέλη. Μετά το Couchsurfing, αναπτύχθηκαν και άλλες σελίδες τουριστικής κοινωνικής δικτύωσης.

Κριτική εναντίον του Couchsurfing μπορεί να ποικίλει, βασιζόμενη κυρίως εκ πρώτης σκέψης στο ότι δεν είναι καθόλου ασφαλές ένα τέτοιο εγχείρημα. Σύμφωνα με τον Paul J.Zak, που ερευνά τις νευροεπιστήμες και την οικονομική συμπεριφορά, σε άρθρο του για το Couchsurfing, γράφει, :“Το να εμπιστευτείς έναν ξένο, είναι καλό να γίνεται υπό όρους. Ανάλογα με το φυσικό περιβάλλον, τους ανθρώπους γύρω μας και τη δική μας φυσιολογική κατάσταση, βρισκόμαστε συνεχώς σε μια εξισορρόπηση μεταξύ εμπιστοσύνης και δυσπιστίας. Τόσο η άνευ όρων εμπιστοσύνη, όσο και η άνευ όρων δυσπιστία, είναι παθολογικές. Η πρώτη αποτελεί ευπιστία και μας μετατρέπει σε εύκολους στόχους και υποψήφια θηράματα-θύματα εκμετάλλευσης,

<sup>178</sup> <http://www.couchsurfing.org/>

<sup>179</sup> <http://www.couchsurfing.org/statistics>

ενώ η δεύτερη είναι παράνοια. Οι σύγχρονες κοινωνίες είναι θάλασσες από αγνώστους. Το φαινόμενο Couchsurfing είναι μια φυσική απόφυση από ένα πεινασμένο σύστημα ωκυτοκίνης που ζει σε έναν αυξανόμενα κοινωνικά κατακερματισμένο κόσμο. Οι περισσότεροι άνθρωποι αναζητούν ένα πυκνό κοινωνικά δίκτυο και οι άνθρωποι μέσω του Couchsurfing χτίζουν γνωριμίες με διασκεδαστικό και ελεγχόμενο τρόπο».<sup>180</sup>

## 2.6 ΕΠΙΛΟΓΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Το βιβλίο World Tourism Destinations, Boniface and Cooper μεταξύ άλλων, αναφέρει για τη χώρα μας τα εξής:

-Η Ελλάδα θεωρείται ο τόπος όπου γεννήθηκε ο Ευρωπαϊκός πολιτισμός. Μετά το 500 Πχ, στην Κλασική Ελλάδα υπό την ηγεμονία της Αθήνας αναπτύχθηκαν ιδέες μείζονος σημασίας για την Δυτική πολιτιστική κληρονομιά, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες και η γέννηση της δημοκρατίας.<sup>181</sup>

-Στα κυριότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, συμπεριλαμβάνονται η εποχικότητα, η ανομοιογενής γεωγραφική συγκέντρωση του τουρισμού σε συγκεκριμένες περιοχές, το αρνητικό κοινωνικό αντίκτυπο του μαζικού τουρισμού, η υπερεξάρτηση των ξένων tour operators, και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος.<sup>182</sup>

Στην Έρευνα «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία/κοινωνία και προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη» του Πανεπιστημίου Αιγαίου, μεταξύ άλλων στα ισχυρά σημεία (Stenghts)<sup>183</sup> του ελληνικού τουρισμού, συγκαταλέγονται η ποικιλία της φυσικής ομορφιάς, τα πολλά νησιά της χώρας μας, η τεράστια ακτογραμμή, το καλό μεσογειακό κλίμα, η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων, η προστασία και η ανάδειξη αξιόλογων στοιχείων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, η πλούσια ιστορική κληρονομιά, η ελληνική κουζίνα και διατροφή, το ιστορικό απόθεμα και η πολιτιστική παραγωγή.

<sup>180</sup> <http://www.psychologytoday.com/blog/the-moral-molecule/200810/couchsurfing-101>

<sup>181</sup> Worldwide tourism destinations, page 250

<sup>182</sup> Worldwide tourism destinations, page 253

<sup>183</sup>

[http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020\\_documents/oreksi\\_diavasma/100201Meleth.pdf](http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/oreksi_diavasma/100201Meleth.pdf) σελίδα 57

Ο τουρισμός που σχετίζεται με την φύση, το φαγητό, τον πολιτισμό, την ιστορία, και τη θάλασσα, ευδοκίμει στη χώρα μας. Το καλό κλίμα και η πλούσια παράδοση της Ελλάδας ως τουριστικός προορισμός, καθιστά τη χώρα μας υπολογίσιμη δύναμη στο παγκόσμιο Τουριστικό στερέωμα.

Η ιστορία, το περιβάλλον, ο πολιτισμός, διαχρονικά συγκινούσαν μεγάλα ρεύματα τουριστών προς τη χώρα μας. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες, γεννήθηκαν εδώ. Όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα είναι σχεδόν μιάμιση φορά ο πληθυσμός της χώρας. Πολλοί άνθρωποι συνδέουν την Ελλάδα με τον τουρισμό, την Ακρόπολη, τις παραλίες και τα μεγάλα πολιτιστικά επιτεύγματα που γνώρισε ο τόπος.

Μιλώντας για το Τουριστικό Προϊόν, ανάλογα με την ψυχοσύνθεση τους και τις δυνατότητες τους, οι τουρίστες ανά τον κόσμο αναζητούν να επισκεφτούν διαφορετικά πράγματα, και να κάνουν διακοπές ήρεμες, περιπετειώδεις, κάνοντας extreme sports, με ρίσκο κάνοντας οτοστόπ ή επισκέπτονται άτομα που γνώρισαν στο διαδίκτυο και συχνά διαμένουν οικίες τους, αναζητώντας την περιπέτεια καθώς και να κάνουν οικονομία.

Οι αεροπορικές εταιρίες Low Cost αποκτούν συνεχώς μεγαλύτερο μερίδιο στις αεροπορικές μεταφορές. Από ήρεμες διακοπές στη φύση και στο βουνό, δοκιμάζοντας τα τοπικά φαγητά και κρασιά, μέχρι σαφάρι με θέα άγρια και σπάνια ζώα. Αυτοσχέδια βαρκάκια, πολυτελή κρουαζιερόπλοια. Ταξίδια σε εμπόλεμες ζώνες, ταξίδια με καθαρά σαρκικούς σκοπούς, τουριστικές μετακινήσεις με σκοπό τις καταχρήσεις, με σκοπό την επίσκεψη προορισμών όπου μεγάλες καταστροφές συντελέστηκαν. Ταξίδια για δημογραφικούς σκοπούς. Τουρισμός σχετικά με την υγεία και την ευεξία. Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες, με υποδομές προσβάσιμες σε εκείνα. Ταξίδια στα γκέτο. Ταξίδια στο διάστημα, όπου οι διατροφικές ανάγκες καλύπτονται με κάψουλες. Τουρίστες που αναζητούν έναν ίσκιο σε μια έρημη παραλία, ώστε να διαβάσουν ένα βιβλίο, μέχρι τουρίστες που έχουν ως σκοπό των διακοπών τους την διασκέδαση μέχρι εξαντλήσεως και το ξεφάντωμα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

#### **3.1 ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η κάλυψη των βασικών βιολογικών αναγκών ενός ατόμου αποτελεί πρωταρχικό μέλημα του , όταν φέρει τον ορισμό «τουρίστας.» Το να διαμείνει σε ένα άνετο και ευχάριστο περιβάλλον, όπου θα περιβάλλεται από φιλικούς ανθρώπους, αποτελεί μια εκ των βασικότερων προτεραιοτήτων των τουριστών. Λόγω των μεγάλων κοινωνικών και οικονομικών ανισοτήτων που υπάρχουν στον πλανήτη Γή (Γαία, η οποία σύμφωνα με την αρχαία ελληνική μυθολογία αποτέλεσαν μαζί με το Χάος και τον Έρω την πρωταρχική τριάδα από όπου γεννήθηκαν οι Θεοί της μυθολογίας), τα ποσοτικά και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του τουρισμού ποικίλουν και διαφοροποιούνται ανά περίπτωση. Το φαγητό και η τοπική κουζίνα, αποτελούσαν από ανέκαθεν λόγο επιλογής ενός προορισμού. Δεν επιλέγουν λίγοι τουρίστες την πανέμορφη Ελλάδα μας συν τοις άλλοις, και για τα πλούσια και ξακουστά εδέσματα της.

Το γεγονός ότι πάνω από ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι παγκοσμίως δεν έχουν πρόσβαση σε πόσιμο νερό καθημερινά, είναι άμεσα συνδεδεμένο με τη θνησιμότητα και την παγκόσμια εγκληματικότητα μακροπρόθεσμα. Όσον αφορά την ασφάλεια, παίζει και αυτή σημαντικό ρόλο. Δύσκολα κάποιος θα επισκεφτεί την Συρία ή το Ιράκ για τουρισμό στις μέρες μας. Βέβαια, υπάρχει και εκεί μιας μορφής τουρισμός από δημοσιογράφους, απεσταλμένους στρατιωτικών επιχειρήσεων και πράκτορες, και λίγους τουρίστες που αρέσκονται λόγω περιπέτειας να μετακινούνται σε κράτη όταν αντιμετωπίζουν εμπόλεμες καταστάσεις.

Η ανάγκη για σύναψη φιλικών και ερωτικών σχέσεων, είναι επίσης πολύ σημαντική. Πόσα ζευγάρια δημιουργήθηκαν μέσω των διακοπών. Έρευνες που υποστηρίζουν πώς οι έλληνες είμαστε πρωταθλητές στο σεξ καλοί εραστές, πιθανόν συμβάλλουν στους λόγους που η Ελλάδα αποτελεί ακόμα έναν από τους κορυφαίους προορισμούς παγκοσμίως.

Συμπερασματικά προκύπτει πώς όταν οι άνθρωποι ταξιδεύουν και γνωρίζουν νέους τόπους, ανανεώνονται, αναζωογονούνται, γεμίζουν τις μπαταρίες τους και



αισθάνονται έτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις όποιες προκλήσεις τους περιμένουν σε επαγγελματικό, οικογενειακό, κοινωνικό, οικονομικό και άλλα υπόβαθρα. Επίσης, με την ανακάλυψη νέων τόπων, προορισμών, γνώσεων και πολιτισμών, οι άνθρωποι διευρύνουν τους ορίζοντες τους, κάτι που μακροπρόθεσμα μπορεί να έχει και οφέλη στην κατανόηση και την εξερεύνηση των εαυτών τους, των ιδιαίτερων πατρίδων τους και των χωρών καταγωγής τους.

Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση της αυτοεκτίμησης Ο άνθρωπος κρίνεται από ψυχολογικής άποψης ανικανοποίητο ον, και υπάρχει η τάση συνεχώς να ικανοποιεί ανάγκες υψηλότερης βαθμίδας.. Ο άνθρωπος επηρεάζεται από την θετική ή την αρνητική εικόνα που προβάλλουν τα μέσα ενημέρωσης για έναν τουριστικό προορισμό, και τον κάνουν να αισθάνεται ασφάλεια ή ανασφάλεια αντίστοιχα.

Η ταχύτατη εξάπλωση των συγκοινωνιών, των υποδομών και της τεχνολογίας στο πέρασμα των χρόνων μετατρέπουν σταδιακά την υφήλιο όλο και περισσότερο ένα «παγκόσμιο χωριό». Αν αυτό συμβαίνει χωρίς οι χώρες και οι άνθρωποι να κινδυνεύουν να χάσουν την τοπική τους κουλτούρα, την παράδοση, τη γλώσσα, τα ήθη, τα έθιμα, και ταυτότητα τους, υπό τις πιέσεις εκφραστών ή έστω συμπαθούντων της λεγόμενης «Νέας Τάξης Πραγμάτων» ή των «Παγκόσμιων Συνωμοσιών», όπως χωρίς τα ισχυρά κράτη να εκμεταλλεύονται τα αδύναμα, μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στις κοινωνίες.

Ο Maslow, χρησιμοποιεί μια πυραμίδα. Στις μέρες μας, με την υπερπληροφόρηση που επικρατεί, οι πυραμίδες κατά πολλούς συνδέονται με Θεωρίες Συνωμοσίας, εταιρίες και καλοστημένες οικονομικές απάτες που λειτουργούν με πυραμιδική μορφή, την ύπαρξη κάποιας Παγκόσμιας Ελίτ που κινεί τα νήματα και διαμορφώνει συνειδήσεις. Από την εποχή της αρχαίας Αιγύπτου μέχρι σήμερα, η Πυραμίδες χρησιμοποιούνται ευρέως, υπονοώντας ποικίλους συμβολισμούς και υπαινιγμούς σχετικά με το εν γένει γίνεσθαι. Αναφέρονται στην διαστρωμάτωση, την κορύφωση, την συμμετρία, την πίστη, τα μεταφυσικά μυστήρια, τις οικονομικές απάτες και σε πολλές άλλες καταστάσεις.

Το σχήμα της Πυραμίδας, παραπέμπει ίσως και στο βουνό. Η μορφολογία των εδαφών επηρεάζει τις τουριστικές εξελίξεις και τις μετακινήσεις. ,Μεγάλο ποσοστό της χώρας μας καλύπτεται από βουνά, χρειάζονταν περισσότερα κονδύλια για τούνελ, και γέφυρες από ότι σε πεδινές χώρες. Βορειότερες χώρες έχουν περισσότερο χιόνι,

άρα δυνατότητα ανάπτυξης χειμερινού τουρισμού περισσότερους μήνες. Σχεδόν σε κάθε γεωγραφικό μήκος και πλάτος, από το βουνό Έβερεστ, ψηλότερο βουνό της Υψηλίου μέχρι τις νήσους Μαριάνες στον Ειρηνικό σε βάθος περίπου 11.000 χιλιόμετρα, το τουριστικό φαινόμενο είναι άμεσα ή έμμεσα υπαρκτό., και νέες αγορές εισερχομένου και εξερχομένου τουρισμού αναδύονται δυναμικά. Πολυπληθείς χώρες με υψηλή ανάπτυξη όπως η Κίνα, η Ινδία, ή η Βραζιλία, εκτός από αναδυόμενους τουριστικούς προορισμούς, αποτελούν και χώρες που εξάγουν όλο και περισσότερους τουρίστες.

Μιλώντας με οικονομικά κριτήρια, οι τουριστικές μετακινήσεις διαφοροποιούνται και μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ανάλογα με τα έξοδα των εκάστοτε κοινωνικών στρωμάτων, χωρίς αυτό να σημαίνει απόλυτα ότι η ποιότητα και η ικανοποίηση των τουριστών εξαρτάται αποκλειστικά από τα τουριστικά τους έξοδα. Δεδομένου ότι ένα σχετικά μικρό, αλλά διαρκώς αυξανόμενο ποσοστό του Παγκοσμίου πληθυσμού συγκαταλέγεται στους τουρίστες, οι επιρροές του τουρισμού στις κοινωνίες είναι διαρκώς αυξανόμενες.

Το 15,5% του ΑΕΠ της χώρας και το 18,8% των εργασιών προέρχεται από την τουριστική οικονομία. Στις χώρες της Νότιας Ευρώπης το ποσοστό του ΑΕΠ που παράγεται μέσω του τουρισμού είναι γενικά μεγαλύτερο από τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης και του Ευρωπαϊκού Βορρά με κάποιες εξαιρέσεις, ενώ συνήθως χώρες με μεγαλύτερο κατά κεφαλήν εισόδημα είχαν μεγαλύτερα έσοδα από τον τουρισμό αναλογικά με χώρες με μικρότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Κάποιες χώρες όπως και η Ελλάδα, δέχονται μεγαλύτερο αριθμό τουριστών το χρόνο από τον συνολικό πληθυσμό τους.

Το ποσοστό της συνεισφοράς του τουριστικού ΑΕΠ στην οικονομία κάθε χώρας ποικίλει, στην Ευρώπη κυμαίνεται από 24,8 στην Κροατία, μέχρι 6% στη Ρωσία. Το ίδιο συμβαίνει και με το εργατικό δυναμικό στον τουρισμό, 27,3% στην Κροατία, 5% στη Μολδαβία. Η Κροατία συγκεντρώνει κοινά χαρακτηριστικά με την Ελλάδα όπως το Μεσογειακό κλίμα, το μήκος των ακτογραμμών, τα πολλά νησιά. Η εξάπλωση του διαδικτύου, η εκμάθηση της Αγγλικής γλώσσας, σε συνδυασμό με τις υποδομές, μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη τουριστικής παιδείας, σε σχέση με τα ιδιαίτερα γεωγραφικά, μορφολογικά, οικονομικά, περιβαλλοντικά και πληθυσμιακά επί μέρους μεγέθη των χωρών.

Θα ήταν προτιμότερο να χρησιμοποιηθούν περισσότερα μοντέλα μέτρησης των ψυχολογικών αναγκών των τουριστών, για πληρέστερο συγκερασμό των συμπερασμάτων. Το ότι η εργασία αναπτύχθηκε με βάση ένα μοντέλο, αδυνατίζει την εξαγωγή συμπερασμάτων.

Ταξίδια για εκπαιδευτικούς σκοπούς, ταξίδια για παρακολούθηση συναυλιών, αθλητικών γεγονότων, συνεδρίων, μνημείων, συνάντηση με οικογενειακά και φιλικά πρόσωπων, αναζήτηση τρόπου διαφορετικού κλίματος και τρόπου ζωής, οργανωμένα γκρουπ, ζευγάρια, μοναχικοί τουρίστες. Τουρίστες που προγραμματίζουν από καιρό τις διακοπές τους, τουρίστες που επιλέγουν προορισμούς την τελευταία στιγμή. Κάτοικοι των αστικών κέντρων αναζητούν στις διακοπές ένα περιβάλλον ήσυχο, ώστε να ξεφύγουν από την κίνηση των πόλεων.

Στην επόμενη παράγραφο θα δούμε πιο αναλυτικά συμπεράσματα για τα επί μέρους είδη τουρισμού. Οι ψυχολογικές ανάγκες των ανθρώπων ικανοποιούνται σε όλο τους το εύρος μέσω του τουρισμού. Ο δείκτης διαβάθμισης ικανοποίησης των αναγκών των ανθρώπων εξαρτάται από ποικίλους παράγοντες, και διαφοροποιείται ανάλογα με τον προορισμό. Το γεγονός ότι χρησιμοποιήθηκε μόνο το μοντέλο της Πυραμίδας, και το ότι δεν συνδυάστηκε με άλλα μοντέλα ή με ερωτηματολόγια, δυσχέραινε την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Η εργασία θα μπορούσε να ήταν πληρέστερη με τη χρησιμοποίηση επιπρόσθετου υλικού.

### 3.2 ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μέσω των τάσεων του τουρισμού, βλέπουμε ότι ο τουρισμός σαν έννοια συνεχώς εξαπλώνεται και μπορεί να συνδεθεί με πολλές εκφάνσεις και ποικίλα ενδιαφέροντα των ανθρώπων. Οι διάφορες μορφές τουρισμού, δείχνουν ότι ο τουρισμός δεν συνδέεται μόνο με χαρούμενες και ξένοιαστες καταστάσεις. Για παράδειγμα, το οργανωμένο έγκλημα, είτε αναφέρεται σε πορνεία, ναρκωτικά, όπλα, έμμεσα συμβάλει στη διαμόρφωση των τουριστικών ρευμάτων.

Μπορούμε να μιλήσουμε για πολλά είδη τουρισμού. Τουρισμό που αναφέρεται στον πολιτισμό, την ιστορία, την κουλτούρα, τη θρησκεία, τα αθλητικά και μουσικά θεάματα, την οικολογία, τη φύση και την εξερεύνηση της, τη μαγειρική, την οινολογία, τη γευσιγνωσία και τα τοπικά προϊόντα, τα βιβλία, την αγροτική ζωή, και άλλους τομείς. Στην πρόσβαση σε οικονομικότερες δομές υγείας, σε ιαματικά λουτρά, η δυνατότητα ατόμων με ειδικές ανάγκες να ταξιδέψουν χάρη σε σύγχρονες υποδομές, βασίζεται ο ιατρικός τουρισμός. Πολιτιστικά μνημεία, θρησκευτικοί προορισμοί, προσκυνήματα, μεταφυσικές ανησυχίες, η ανάγκη της εκδήλωσης της πίστης μέσω εκδρομών σε ιστορικούς προορισμούς, καλύπτουν μεγάλο μέρος της τουριστικής κίνησης.

Εξειδικευμένες μορφές ναυτικού τουρισμού, από ψαροκάικα μέχρι κότερα, extreme sports, μεταφυσικός τουρισμός, σαφάρι στην άγρια ζούγκλα. Η λίστα τύπων τουρισμού είναι τεράστια, και ανανεώνεται συνέχεια. Οι καταστροφές και οι πόλεμοι, σχετίζονται μεταξύ άλλων και με την δημιουργία τουριστικών ρευμάτων. Από τον σεξοτουρισμό, εξαρτώνται σημαντικά οικονομίες χωρών. Διαπράττονται τουριστικές μετακινήσεις (τουρισμός γεννήσεων) με σκοπό την απόκτηση υπηκοότητας ή ιθαγένειας από πολίτες κάποιων χωρών οι οποίοι αποσκοπούν στο να αποκτήσουν τα παιδιά τους προνόμια από τις χώρες της γέννησης τους. Τουρίστες αρέσκονται στο να επισκέπτονται γκέτο, εμπόλεμες ζώνες, εξωτικούς και μεταφυσικούς προορισμούς.

Η ταχύτατη εξάπλωση του διαδικτύου, σε συνδυασμό με την τρέχουσα οικονομική κρίση, αυξάνει και διαφοροποιεί την τουριστική ανταγωνιστικότητα σε κάθε εύρος της. Νέες μορφές τουρισμού δημιουργούνται και αναδύονται. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι στρέφονται σε οικονομικές μορφές τουρισμού και

φιλοξενίας, όπως τα Hostels, δίκτυα φιλοξενίας, τύπου Couchsurfing, ωτοστόπερς, ιστοσελίδες συνοδήγησης, τουρισμός μεταξύ αγνώστων. κερδίζουν έδαφος και δημοτικότητα . Μορφές τουρισμού μη εξαρτημένες από τουριστικά γραφεία, οργανωμένα πακέτα διακοπών και άλλες παραδοσιακές μορφές. Το διαδίκτυο έχει συμβάλλει τα μέγιστα προς αυτήν την κατεύθυνση. Δίκτυα τουριστικής-ιντερνετικής δικτύωσης αναπτύσσονται ταχύτατα. Οι αεροπορικές εταιρίες **low cost** αποκτούν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο στον τομέα των αερομεταφορών, αυξάνοντας τους προορισμούς τους και τον ανταγωνισμό, μειώνοντας το κόστος.

Ο διαστημικός τουρισμός φαντάζει ως μια εντυπωσιακή μορφή τουρισμού από το μέλλον, απευθυνόμενος σε πιο ευρύ κοινό μακροπρόθεσμα. Ο τουρισμός στο πέρασμα των χρόνων παρά τις δεδομένες κοινωνικές και οικονομικές ανισότητες, γίνεται όλο και πιο προσιτός σε περισσότερους ανθρώπους. Οι αεροπορικές εταιρίες **low cost** αποκτούν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο στον τομέα των αερομεταφορών, αυξάνοντας τους προορισμούς τους και τον ανταγωνισμό.

. Τα κίνητρα των τουριστικών μετακινήσεων ποικίλουν. Κάθε βιομηχανία ή χόμπι, μπορεί να αποκτήσει τουριστική υπόσταση και ανάλογα ρεύματα. Όσο η σύνθεση του τουρισμού θα εξαπλώνεται, τόσο νέες ευκαιρίες και προκλήσεις θα παρουσιάζονται. Πολλοί τύποι τουρισμού εκπροσωπούνται από οργανισμούς, ή διοικητικά όργανα. Η διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής ποικίλει ανάλογα με τις χώρες, τους οργανισμούς, τους ιδιώτες . Κάθε τουρίστας έχει όλο και περισσότερες επιλογές τουρισμού να ικανοποιηθεί, υπάρχουν τόσοι τρόποι και προορισμοί για διαφορετικές τσέπες, αντιλήψεις και τρόπους ζωής. Σίγουρα όλες οι μετακινήσεις δεν περιέχουν μόνο, αγνούς σκοπούς αλλά η εξάπλωση του τουριστικού φαινομένου είναι σε μια θετική κατεύθυνση. Από προνόμιο των λίγων, ο τουρισμός μετατρέπεται σε δικαίωμα όλο και περισσότερων ανθρώπων. Τόσες πολλές περιοχές εξυγιάνθηκαν οικονομικά χάρη στον τουρισμό.

### 3.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Αναφέρθηκαν πολλές έννοιες κατά τη διάρκεια της εργασίας. Η ταχύτητα εξελισσόμενη επιστήμη του τουρισμού αποτελεί κατά γενική ομολογία παράγοντα ελπίδας και αισιοδοξίας για την βελτίωση των οικονομικών και κοινωνικών καταστάσεων και δεικτών στη χώρα μας. Χώρα κυρίως ορεινή, με πλήθος ακτογραμμών, η ανάπτυξη ενός τουρισμού 12 μήνες το χρόνο, σε αειφόρα πλαίσια τουριστικής ανάπτυξης, μπορεί να αποτελέσει τονωτική ένεση καταπολέμησης της ανεργίας, από τη στιγμή που κάτι λιγότερο από το 20% του εργατικού δυναμικού στη χώρα απασχολείται στον τομέα του τουρισμού.

Η μεγάλη ακτογραμμή της Ελλάδας, τα πολλά νησιά, τα αρχαιολογικά ευρήματα, το καλό κλίμα, η ιστορία και ο πολιτισμός την κάνουν δημοφιλή τουριστικό προορισμό και σημείο αναφοράς στο παγκόσμιο τουριστικό στερέωμα. Στην κατεύθυνση μιας αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, η προσέγγιση ενός μεγαλύτερου εύρους μορφών τουρισμού, στοχεύοντας στην κάλυψη όλο και περισσότερων επί μέρους αναγκών των τουριστών θα μπορούσε να συμβάλει. Αναπτύσσοντας περαιτέρω την τουριστική παιδεία, κουλτούρα, τις υποδομές, στοχεύοντας σε ακόμα μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση των πολιτών.

Η εποχικότητα, στον ελληνικό τουρισμό, συν τοις άλλοις μπορεί να αντιμετωπιστεί με τη δημιουργία καινοτόμων μορφών τουρισμού, σε συνδυασμό με την ποιοτική και ποσοτική βελτίωση των υπαρχόντων υποδομών. Αύξηση των ρευμάτων χειμερινού τουρισμού, μπορεί να επιτευχθεί δίνοντας έμφαση στον εκπαιδευτικό και τον πολιτιστικό τουρισμό, προβάλλοντας και διαφημίζοντας τα πολλά θετικά και μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας, από ιστορική, γεωγραφική και πολιτιστική άποψη. Κίνητρα εκμάθησης της ελληνικής γλώσσας ανά τον κόσμο, μπορούν να δώσουν δυναμική ώθηση στον ελληνικό τουρισμό. Ο ιατρικός τουρισμός, μπορεί να συμβάλει επίσης. Μεγάλο ποσοστό των επιστημονικών ορολογιών στην ιατρική και άλλες επιστήμες προέρχονται από την ελληνική γλώσσα. Η Ελλάδα να ποντάρει στην ιστορία και τον πολιτισμό της, σε μια προσπάθεια τουριστικής αναζωογόνησης και καινοτομίας.

Το μάθημα του τουρισμού, θα μπορούσε να εισαχθεί στα προγράμματα σπουδών των ελληνικών σχολείων, σε μια προσπάθεια περαιτέρω

ευαισθητοποίησης/επιμόρφωσης σχετικά με την νούμερο ένα βιομηχανία της χώρας μας. Στα πανεπιστημιακά τμήματα τουριστικών επιχειρήσεων και τουρισμού, στην κατεύθυνση της συνεχούς αναβάθμισης των προγραμμάτων σπουδών, νέα μαθήματα μπορούν συνεχώς να εισάγονται. Μεγαλύτερη έμφαση στην πρακτική υπόσταση, των μαθημάτων, μαθήματα που αντί μέσα στις τάξεις να γίνονται ταξιδεύοντας, μάθημα Ψυχαγωγία και άθλησης πελατών να διδάσκεται μέσω αθλοπαιδιών και διοργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων από τους σπουδαστές, σπουδαστές να ξεναγούσαν στις σχολές και την πόλη σπουδαστές άλλων τμημάτων και επισκέπτες, πολλά ακόμα μπορούν να γίνουν

Μέσα στην προσπάθεια γενικής ενίσχυσης του τουρισμού, θα μπορούσαν και οι υπόλοιπες πανεπιστημιακές σχολές να έχουν στο πρόγραμμα σπουδών τους ή κάθε μία κάποιο μάθημα που θα σχετίζεται με μορφές τουρισμού πάνω στο αντικείμενο τους. Για παράδειγμα, στο τμήμα Ανακαίνισης και Αποκατάστασης κτιρίων, θα μπορούσε να υπάρχει μάθημα σχετικά με τα ξενοδοχειακά κτίρια και καταλύματα, την ψυχολογία των τουριστών ανάλογα με τον χώρο/κτίριο όπου φιλοξενούνται, την ανακαίνιση τουριστικών υποδομών. Στην Νοσηλευτική και την Κοινωνική εργασία, μαθήματα να ασχολούνται με τον Ιατρικό τουρισμό, την πρόσβαση ατόμων με ειδικές ανάγκες στο τουρισμό, όπως κάτι ανάλογο θα μπορούσε να συμβεί και σε τμήματα ιατρικής. Ο τουρισμός για ΑΜΕΑ θα μπορούσε να δώσει ώθηση στις υποδομές και την ευαισθητοποίηση για ανάλογα θέματα. Σε τμήματα όπως αυτά της μηχανολογίας, της ηλεκτρολογίας, των έργων υποδομής, μάθημα σχετικά με τα έργα τουριστικών υποδομών, τις υλικοτεχνικές υποδομές στον τουρισμό, τα συστήματα αυτοματισμού για τουριστικές μονάδες, τις συγκοινωνίες στο τουρισμό.

Στην κατεύθυνση της εξάπλωσης προγραμμάτων ανταλλαγής σπουδαστών, θα μπορούσαν να αυξηθούν οι ευέλικτες μετακινήσεις σπουδαστών και εντός της χώρας, πχ. Οι σπουδαστές του ίδιου τμήματος να έχουν πολλές δυνατότητες υλοποίησης εξαμήνων σε άλλες πόλεις της χώρας, ένα εσωτερικό διαρκές ευέλικτο δίκτυο ανταλλαγής σπουδαστών. Να μπορεί ένα φοιτητής κάθε χρόνο να βρίσκεται σε μια διαφορετική πόλη, κάνοντας έναν διαρκή εσωτερικό εκπαιδευτικό τουρισμό κατά τη διάρκεια των σπουδών του, Πρώτο έτος στην Πάτρα, δεύτερο στη Ρόδο, τρίτο στη Θεσσαλονίκη για παράδειγμα. Η πρακτική άσκηση θα μπορούσε να είχε διάρκεια περισσότερων εξαμήνων και να γινόταν σε διαφορετικούς χώρους ανά

εξάμηνο, ευέλικτα και παράλληλα με τις σπουδές πχ ένα εξάμηνο σε ξενοδοχείο, το επόμενο σε τουριστικό γραφείο.

Διάφορα θεματικά πάρκα, σχετικά με την ελληνική ιστορία, θα μπορούσαν να αναπτυχθούν ανά την επικράτεια. Σε ένα τέτοιο επιχείρημα, αντιδράσεις περί εμπορευματοποίησης της ιστορίας, μέσα σε ένα γενικότερο κλίμα αντίληψης εξαγοράς/πώλησης της χώρας σε ξένα συμφέροντα, όπως μέρος της κοινής γνώμης πιστεύει πιθανόν να υπάρξουν. Κινήσεις όπως θεματικά πάρκα αναφερόμενα στην αρχαία ελληνική ιστορία και μυθολογία, διεθνή πανεπιστήμια ανά την ελληνική επικράτεια, έμφαση στον αθλητικό τουρισμό στη χώρα που γέννησε τους Ολυμπιακούς Αγώνες, προώθηση της Μεσογειακής διατροφής, περαιτέρω ανάπτυξη των σιδηροδρόμων, οικονομικότερες προσφορές στις ακτοπλοϊκές συνδέσεις, τόνωση των τοπικών χαρακτηριστικών της κάθε περιοχής. Εύρεση τρόπων εκτόνωσης αντικρουόμενων κρατικών, επιχειρηματικών, προσωπικών και κοινωνικών συμφερόντων. Η Πάτρα θα μπορούσε να δώσει στο θεσμό του Καρναβαλιού ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα και παγκόσμιο κύρος, ενώ το τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων μπορεί να πρωτοστατήσει σε ένα τέτοιο εγχείρημα.

Μια συνολική Ευρωπαϊκή πολιτική για την ανάπτυξη του τουρισμού μπορούσε να ενισχύσει τις σχέσεις μεταξύ των πολιτών των Ευρωπαϊκών χωρών και να μειώσει κάποια αμοιβαία αισθήματα καχυποψίας που αναπτύσσονται μεταξύ μέρους των πολιτών κάποιων χωρών, κυρίως λόγω οικονομικών συνθηκών και συγκυριών. Μεγαλύτερη βαρύτητα μπορεί να δοθεί σε προγράμματα ανταλλαγής σε σχέση με τον αγροτικό τουρισμό, τον ιατρικό τουρισμό, τις συγκοινωνίες, τις υποδομές, την ενέργεια και άλλους τομείς. Η ευρωπαϊκή Ένωση, θα μπορούσε να διοργανώνει περισσότερους διαγωνισμούς μεταξύ δήμων και περιφερειών, ανάλογα με την ασφάλεια τους και άλλα κριτήρια σαν τουριστικούς προορισμούς, την φιλικότητα στο περιβάλλον, την εξυπηρέτηση των τουριστών, σαν επιβράβευση των προσπαθειών, δημιουργώντας κίνητρα υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των διαφόρων κοινοτήτων.

Ο τρόπος λειτουργίας του Παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος σήμερα, θεωρείται από πολλούς κύρια υπεύθυνος για την συνεχιζόμενη Παγκόσμια Οικονομική/Χρηματοπιστωτική κρίση. Στατιστικά, βάση λογικής και ιστορίας, η κρίση αργά η γρήγορα θα αποτελέσει παρελθόν. Τι θα ακολουθήσει άραγε;



Τα μεταναστευτικά ρεύματα ανά τον κόσμο, υπ' αριθμόν ένα πρόβλημα-πρόκληση παγκοσμίως σύμφωνα με τον ΟΗΕ, συμβάλλουν από πολλές απόψεις στη διαμόρφωση των τουριστικών μετακινήσεων, ενώ επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία όπως και τα στατιστικά της. Κάποιες φορές έννοιες, όπως οι τουριστικές βίζες, τα ταξιδιωτικά έγγραφα, ο τουρισμός γεννήσεων, δημιουργούν συγχύσεις μεταξύ των εννοιών μετανάστευσης και τουρισμού ενώ πολλές φορές θεωρείται ότι στον αριθμό των τουριστικών αφίξεων υπολογίζονται και μετακινήσεις νόμιμων μεταναστών από την χώρα προέλευσης στη χώρα διαμονής τους. Τα μεταναστευτικά ζητήματα ως αντιμετωπίζονται με αποφασιστικότητα, ψυχραιμία και ανθρωπιά, συνυπολογίζοντας όλες τις απόψεις και τα επιστημονικά δεδομένα. χωρίς προκαταλήψεις και εμπάθειες, στο μέτρο του εφικτού, έτσι ώστε να υπάρχει μια όσο το δυνατόν πιο ομαλή και ειρηνική αντιμετώπιση αυτών των φλεγόντων για την κοινωνία ζητημάτων. Ο στείρος, υποκινούμενος και κακώς εννοούμενος διεθνισμός πολλές φορές εξυπηρετεί συμφέροντα και εξισώνεται με τους κακούς εννοούμενους, υπέρμετρους, και μισαλλόδοξους εθνικισμούς.

Η ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού σε υγιείς κατευθύνσεις επιτάσσει προσεκτικές και διπλωματικές κινήσεις. Ο τουρισμός και η αναψυχή αποτελούν αδιαμφισβήτητο δικαίωμα των πολιτών, ενός ευνομούμενου και δίκαιου κράτους.. Εξάπλωσης προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού, ισορροπία στη διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής μεταξύ κρατών, πανίσχυρων ιδιωτικών συμφερόντων και κοινωνιών είναι δύσκολο να υπάρξει. Οι κοινωνικές ανισότητες και εντάσεις που γίνονται εμφανείς, αγορεύουν τον τουρισμό σε είδος πολυτελείας για πολλά κοινωνικά στρώματα. Οι έχοντες τα μέσα, τα κεφάλαια, την υλικοτεχνική υποδομή και την τεχνογνωσία να δημιουργούν διαπλανητικά ταξίδια, αν υποθετικά επέλεγαν να σταματήσουν αυτά τα προγράμματα, αξιοποιώντας τους πόρους τους ώστε να μειωθεί η φτώχεια στον κόσμο με σκοπό την κάλυψη των βιοποριστικών αναγκών περισσότερων ανθρώπων, πιθανόν να συνέβαλαν θετικά στην κατεύθυνση μιας μεγαλύτερης κοινωνικής ισορροπίας. Όμως, κάτι τέτοιο μάλλον θα ήταν αντίθετο στα συμφέροντα και στις φιλοδοξίες των προνομιούχων του πλανήτη. Το ότι κάποιοι δεν καλύπτουν τις βασικές ανθρώπινες ανάγκες τους, δεν εξυπηρετεί εκείνους που στοχεύουν να καλύψουν όλο και περισσότερο τις ανάγκες της κακώς εννοούμενης αυτοπραγμάτωσης τους, που υπερβαίνουν πολλές φορές τα όρια της ματαιοδοξίας και

της απληστίας. Διαχρονικά άνθρωποι ικανοποιούσαν τις ανάγκες τους εις βάρος άλλων ανθρώπων.

Μεγαλειώδη επιτεύγματα του παγκοσμίου πολιτισμού επιτελέστηκαν στη χώρα μας, με την ελληνική σημαία να συμβολίζει την πανανθρώπινη αξία της ελευθερίας. Τα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα, είναι υπαρκτα. Οι διάφορες πολιτικές, οπαδικές, και λοιπές κόντρες και εμπάθειες, η καθοδήγηση της κοινής γνώμης από διάφορα συμφέροντα με σκοπό τη δημιουργία καχυποψίας και φόβου, η ποικίλων μορφών και εκφράσεων βία από συμφέροντα και δόγματα διαφόρων αντιλήψεων, αποχρώσεων και ιδεολογιών. Η υπερπροβολή των παραπάνω, δεν βοηθά την εξάπλωση του τουρισμού, αν και γενικά ο τουριστικός τομέας στη χώρα μας αντέχει εν μέσω οικονομικής κρίσης. Σε αυτό παίζουν ρόλο οι κοινωνικές και οικονομικές καταστάσεις που διαφοροποιούνται κατά πολύ από περιοχή σε περιοχή μέσα στην ίδια χώρα, για παράδειγμα οι αστικές περιοχές συγκρινόμενες με την ύπαιθρο και τα νησιά. Κάτι ομολογουμένως, ενδιαφέρον από κοινωνιολογική σκοπιά.

Υπάρχουν αρνητικό αντίκτυπο στους αριθμούς των αφίξεων από συγκεκριμένες χώρες, μολονότι τα νούμερα εξισώνονται από νέες αγορές εισερχόμενου τουρισμού. Φαντάζει δύσκολο να υπάρξει ένας γενικός ικανοποιητικός μέσος όρος ευτυχίας και ικανοποίησης ως προς τον τουρισμό. Ας πάρουμε για παράδειγμα την ταχύτατη εξάπλωση του Couchsurfing , που λογικά θα βρίσκει πολλούς ιδιοκτήτες ξενοδοχείων αντίθετους, αφού τα σπίτια των συμμετεχόντων που φιλοξενούν τουρίστες μετατρέπονται κατά κάποιο τρόπο σε ανταγωνιστές. Αντίστοιχα, μια κοινωνία με ευρεία εξάπλωση και διάδοση του οτοστόπ ή του μοιράσματος εξόδων μετακινήσεων με ιδιωτικά μέσα (συνοδήγηση), δεν θα χαροποιούσε ίσως τους επίσημους φορείς συγκοινωνιών.

Δημοκρατία, μια έννοια που κατά παγκόσμια παραδοχή ο τόπος μας θεμελίωσε πριν χιλιάδες χρόνια, χρειάζεται συνεχώς τακτικά θαρραλέα Updates. Ελλάδα, μια χώρα πολύ συνδεδεμένη με τον τουρισμό. Ο ΟΗΕ προσδιορίζει τον τουρισμό κατεύθυνση της ειρήνης , της αξιοπρέπειας των πολιτών, και της αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ λαών και ανθρώπων. Παρά τις προκλήσεις και τις δυσκολίες, ο τουρισμός εξαπλώνεται, και γίνεται όλο και πιο προσιτός σε κάποιες μορφές του σε ευρύτερο κοινό.

Δημιουργούνται πολλές ευκαιρίες στον τουρισμό συνεχώς, κοινωνικά και οικονομικά, που με υπευθυνότητα και εργασία μπορούν να συμβάλλουν στην βελτίωση των καταστάσεων. Όπως ασύλληπτο και απίθανο εθεωρείτο πριν από κάποια χρόνια ο άνθρωπος να ταξιδέψει στο φεγγάρι, τα διαπλανητικά ταξίδια ίσως κάποια στιγμή αποτελέσουν καθημερινό φαινόμενο. Ίσως κάποτε τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα Τουρισμού εισάγουν στα προγράμματα σπουδών μαθήματα όπως ο «Διαστημικός Τουρισμός». Ίσως σε μερικά ή πολλά χρόνια, ταξίδια σε άλλους πλανήτες, ή σε άλλα ηλιακά συστήματα να είναι στην ημερήσια διάταξη. Ίσως ακόμα και τότε κάποιοι άνθρωποι θα αδυνατούν να καλύψουν το πρώτο επίπεδο βασικών αναγκών τους. Πιθανόν όμως να είναι στατιστικά λιγότεροι από ότι σήμερα.

Τι επιφυλάσσει το μέλλον του τουρισμού, είναι συνάρτηση μεταξύ άλλων της τεχνολογικής εξέλιξης. Διακοπές στον πλανήτη Πλούτωνα ή ανταλλαγή απόψεων σε διαπλανητικά συνέδρια και συμπόσια για φουτουριστικές οινοκαλλιέργειες σε μη ραδιενεργά ηλιακά θερμοκήπια, κάπου στο Γαλαξία της Ανδρομέδας, με τη συμβολή ενός δικτύου τύπου internet, με εμβέλεια σε πολλά ηλιακά συστήματα. Κάπου στη μη ξεκάθαρη διαχωριστική γραμμή μεταξύ επιστημονικής φαντασίας και ρεαλιστικής προσέγγισης της. Πραγματικότητας και της εξέλιξης της επιστήμης. Ο τουρισμός κάποτε ίσως να αποτελεί σε μεγαλύτερο βαθμό παράγοντα ειρήνης, ευτυχίας και κατανόησης μεταξύ κρατών, εθνών, λαών, πολιτισμών και ανθρώπων. Μέχρι να συμβεί αυτό, πολλές δοκιμασίες διαπερνούν τους ορίζοντες.

Κάθε κοινωνία εξελίσσεται, μαζί και ο τουρισμός της. Οι ευθύνες και τα κίνητρα που έχουμε, σαν σπουδαστές των Τουριστικών Επιχειρήσεων είναι ποικίλες και βαρυσήμαντα αντίστοιχα. Ο τουρισμός, συνδυασμός εργασίας και αναψυχής, ανάγκη και τρόπος ζωής. Ελπίζω η χώρα μας να ανακάμψει κοινωνικά και οικονομικά το συντομότερο δυνατόν. Εύχομαι ολόψυχα στους σπουδαστές της σχολής μας, παλαιούς και μελλοντικούς, στο εκπαιδευτικό και λοιπό προσωπικό, ότι καλύτερο στα προσωπικά, επαγγελματικά, και τουριστικά τους δρώμενα.

Ευχαριστώ

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Α1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Ευάγγελος Φ. Θεοδωράτος (1999), Εργασιακές Σχέσεις, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, σελίδες 103-105

Στέλιος Βαρβαρέσος,(1997), Τουρισμος Οικονομικές προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, σελίδες 110-113

Περικλής Ν. Λύτρας, (1998), Κοινωνιολογία του τουρισμού, Εκδόσεις Interbooks, σελίδες 141-149

### **Α2. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Zenailda L. Cruz, (2006) Principles of Tourism, Rex Book Store Inc, page 2 [http://books.google.ca/books?id=6vgVtD6AjHoC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=hunziker+and+krapf+definition+of+tourism&source=bl&ots=WiNZO8EyI5&sig=IPP9FQzTp\\_gH\\_WHkyY2dE50NjbMo&hl=en#v=onepage&q=hunziker%20and%20krapf%20definition%20of%20tourism&f=false](http://books.google.ca/books?id=6vgVtD6AjHoC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=hunziker+and+krapf+definition+of+tourism&source=bl&ots=WiNZO8EyI5&sig=IPP9FQzTp_gH_WHkyY2dE50NjbMo&hl=en#v=onepage&q=hunziker%20and%20krapf%20definition%20of%20tourism&f=false) (last accessed 25 September 2012)

Andrew Holden , (2005), Tourism Studies and the Social Sciences, Routledge, pages, 34, 66

Bonita. M. Kolb, (2004), Tourism Marketing for cities and towns, Banres & Noble, pages 142-143

William D. Chambers (2011), On the Origin of the species, Homo touristicus, The Evolution of travel from Greeks Spas to Space Tourism, iUniverse, Bloomington, IN, page 39 <http://books.google.fr/books?id=nSXeWMz4jKQC&pg=PA291&dq=%22Centre+for+Tourism+and+Cultural+Change,#v=onepage&q&f=false> (last accessed 25 September 2012)

Brian Boniface, Chris Cooper,(2005), Worldwide destinations, The geography of travel and tourism, Elsevier, Butterworth Heinemann, pages 250-253 (last accessed 25 September 2012)

## **B. ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ**

Kenneth R. Bartkus, Natasa Christodoulidou, Alexis Elsethagen, What's in a Name? The Symbolic Meaning of Tourist and Traveler, Jon M huntsman, School of Business,

UtahStateUniversity,

<http://www.gwttra.com/PDFs/GW%20PDF%20Presentations/Ken%20Bartkus.pdf>

(last accessed 13 August 2012)

Harold Marcotte and Marc C. Lavoie, (Microbiol Mol Biol Rev. 1998 March; 62(1): 71–109.), Oral Microbial Ecology and the Role of Salivary Immunoglobulin A

<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC98907/> (last accessed 3 October 2012)

Radnic A. Turizam 1992 Vol. 40 No. 1/2 pp. 3-11 ISSN 0494-2639 Record Number 19921800733 Tourism and tourist needs.

<http://www.cabdirect.org/abstracts/19921800733.html;jsessionid=71756491B074A579F3016FD1BB296704;jsessionid=EBC0669F784BE67E433EC2D07A3151F2> (last

accessed 17 September 2012)

## Γ. ΜΕΛΕΤΕΣ

WILLIAM BUTCHER, THE WORLD'S CLASSICS, JULES VERNE The Extraordinary Journeys, Around the World in Eighty Days (Translated with an Introduction and Notes), 1995, Oxford New York, OXFORD UNIVERSITY PRESS,

<http://www.ibiblio.org/julesverne/books/awed%20revd%20edn.pdf> (last accessed 10 September 2012)

David A. Relman, Eileen R. Choffnes, and Alison Mack, INFECTIOUS DISEASE MOVEMENT IN A BORDERLESS WORLD, The National Academies Press, Washington DC, page 91

[http://www.nap.edu/openbook.php?record\\_id=12758&page=91](http://www.nap.edu/openbook.php?record_id=12758&page=91) (last accessed 12 September 2012)

Justin M.A. Taillon, 2010, Tourism: A Powerful Ideological Framing of History, Folklore, and Values, Texas A&M University

[http://urlaubmalta.de/uploads/1675/WTO\\_definition\\_of\\_tourism.pdf](http://urlaubmalta.de/uploads/1675/WTO_definition_of_tourism.pdf) (last accessed 16 September 2012)

Christopher D Green, (2000), A Theory of Human Motivation

H. Maslow (1943), Originally Published in *Psychological Review*, 50, 370-396. York University, Toronto, Ontario, ISSN 1492-3713,

<http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm> (last accessed 19 October 2012)

Δημήτρης Κόνταρης, Το Twitter και η Θεωρία του Maslow, Πανεπιστήμιο Πειραιά, σελίδες 4-8 [http://dkontaris.com/projects/Twitter\\_Maslow.pdf](http://dkontaris.com/projects/Twitter_Maslow.pdf) (last accessed 9 September 2012)

Αναστάσιος Μιχόπουλος, (1996), Το μοντέλο του Maslow στη σχολική Οργάνωση, εμπειρική μελέτη, Πανεπιστήμιο Κρήτης, σελίδες 18-20, 33, 41, 55-56

Food and Agriculture Organization of the United Nations, (2008), The State of food insecurity in the world, Rome, Italy, page 6 <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0291e/i0291e00.pdf>

Susan Song, Global Child Sex Tourism, Children as Tourist Attractions, Youth Advocate Program International Resource Paper, Washington DC, page 2 <http://www.yapi.org/rpchildsextourism.pdf> ( Last accessed 29 September 2012)

World Economic Forum, The travel and Tourism Competitiveness Report, 2011 [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf) ( Last accessed 29 September 2012)

UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition, UNWTO Publications, Page 6 <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf> ( Last accessed 29 September 2012)

University of Leicester, News-Press Releases, <http://www2.le.ac.uk/ebulletin/news/press-releases/2000-2009/2006/07/nparticle.2006-07-28.2448323827> (last accessed 20 October 2012)

Curtis E. Beus, Agritourism : Cultivation Tourists on the Farm, Washington State University, page 7 <http://cru.cahe.wsu.edu/CEPublications/eb2020/eb2020.pdf>

Erik Wolf, (2006), Culinary tourism : the hidden harvest : a dozen hot and fresh reasons how culinary tourism creates economic and community development, Dubuque, Iowa : Kendall/Hunt, <http://www.worldcat.org/title/culinary-tourism-the-hidden-harvest-a-dozen-hot-and-fresh-reasons-how-culinary-tourism-creates-economic-and-community-development/oclc/225114131> (last accessed 26 October 2012)

Greg Richards, (1996), Cultural Tourism in Europe, CAB International, Wallingford, UK, page 10 [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF) (last accessed 19 October 2012)

Abolfazl A. Tajzadeh Namin, Kambiz Niknam, (2012), Management Science Letters 2, 895-902, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran, 895 [http://www.growingscience.com/msl/Vol2/msl\\_2011\\_104.pdf](http://www.growingscience.com/msl/Vol2/msl_2011_104.pdf) (last accessed 19 October 2012)

Chris Ryan, (2003), Aspects of Tourism. Recreational Tourism: Demand & Impacts, Channel View Publications, page 314 <http://books.google.gr/books?id=OifwDs6PcM4C&pg=PA314&lpg=PA314&dq=hooligan+tourism&source=bl&ots=kmt5tSQgPm&sig=99Bg6j2mTZHcmpDb571x1F33kGc&hl=el&sa=X&ei=f1-cULirHoSh4gTA4IGQCA&ved=0CCwQ6AEwAw#v=onepage&q=hooligan%20tourism&f=false> (last accessed 19 October 2012)

Magdalene Rosenmöller, Martin McKee, Rita Baeten, (2006), Patient Mobility in the European Union. Learning from experience, European Observatory on Health Systems and Policies,

[http://www.euro.who.int/\\_data/assets/pdf\\_file/0011/120332/E88697.pdf](http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0011/120332/E88697.pdf), (last accessed 19 October 2012)

Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και κοινωνία και προτάσεις πολιτικής για τουριστική ανάπτυξη, (Φεβρουάριος 2010), Μελέτη εκπονηθείσα για λογαριασμό του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Εργαστήριο τουριστικών ερευνών και μελετών, Χίος, σελίδα 57  
[http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020\\_documents/orksi\\_diavasma/100201Meleth.pdf](http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/orksi_diavasma/100201Meleth.pdf) (last accessed 19 October 2012)

Give and receive, (2005), Global Sex Survey results, <http://www.durex.com/en-jp/sexualwellbeingsurvey/documents/gss2005result.pdf> (last accessed 4 November 2012)

#### **Δ. ΑΡΘΡΑ ΑΠΟ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ**

UNWTO Statement on the Prevention of Organized Sex Tourism, (1995), Resolution A/RES/338 (XI), Adopted by the General Assembly of the World Tourism Organization at its eleventh session  
Cairo, Egypt, 17-22 October 1995 <http://ethics.unwto.org/en/content/staements-policy-documents-child-protection> (last accessed 19 September 2012)

#### **Ε. ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΑΠΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ**

N.S. Gill, The History of Herodotus Contents, About.com, Ancient/Classical History  
<http://ancienthistory.about.com/od/herodotus/a/021611-The-History-Of-Herodotus-Contents.htm> (last accessed 30 June 2012)

<http://blogs.sch.gr/gympanop/files/2010/10/mythoi-kai-paramythia.pdf>, Ο Ερμής στο χρόνο, σελίδα 22 (last accessed 6 August 2012)

<http://www.focusmag.gr/articles/view-article.rx?oid=698> (last accessed 5 June 2012)

Η Ευτέρπη; Vol 1, No 19 (1848); σελ. 5-7, <http://openarchives.gr>  
<http://xantho.lis.upatras.gr/kosmopolis/index.php/euterpi/article/view/26273> (last accessed 18 June 2012)

<http://www.thomascook.com/about-us/thomas-cook-history/> (last accessed 13 July 2012)

World Tourism Organization UNWTO, <http://www2.unwto.org/en/content/history-0> (last accessed 11 October 2012)

<http://www.worldometers.info/world-population/> (last accessed 5 October 2012)

<http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F40910FD3955127B93C2A8178DD85F448785F9> (last accessed 19 September 2012)

HotelMule, Satisfaction <http://hotelmule.com/wiki/Satisfaction> (last accessed 2 September 2012)

<http://coolgeography.co.uk/GCSE/AQA/Tourism/Tourism%20growth/Tourism%20Growth.htm> (last accessed 12 September 2012)

Population Reference Bureau, (2008), Washington DC  
[http://www.prb.org/pdf08/08WPDS\\_Eng.pdf](http://www.prb.org/pdf08/08WPDS_Eng.pdf) (last accessed 1 November 2012)

WWF, Water Tour 2011-2012  
[http://wwf.panda.org/what\\_we\\_do/where\\_we\\_work/black\\_sea\\_basin/danube\\_carpathian/our\\_solutions/freshwater/water\\_tour\\_2011\\_2012/](http://wwf.panda.org/what_we_do/where_we_work/black_sea_basin/danube_carpathian/our_solutions/freshwater/water_tour_2011_2012/) (last accessed 27 October 2012)

[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/justpeace/documents/rc\\_pc\\_justpeace\\_doc\\_20030322\\_kyoto-water\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20030322_kyoto-water_en.html) (last accessed 3 November 2012)

<http://www.oxygen-review.com/human-body.html> (last accessed 29 October 2012)

<http://www.mananatomy.com/body-systems/cardiovascular-system,%20CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AC%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%82%20blood> (last accessed 1 June 2012)

<http://www.whatnewsshouldbe.org/front-page-news/no-clean-water> (last accessed 17 July 2012)

<http://www.imdb.com/title/tt0395169/> (last accessed 19 September 2012)

<http://www.irinnews.org/Report/84909/SOUTH-AFRICA-One-in-four-men-rape> (last accessed 30 July 2012)

<http://www.sa-venues.com/2010/2010-stadium.htm> (last accessed 14 September 2012)

<http://www.justice.gov/criminal/ceos/trafficking.html> (last accessed 29 May 2012)

<http://www.visionofhumanity.org/> (last accessed 19 October 2012)

<http://chartsbin.com/view/1529> (last accessed 30 October 2012)

<http://moroccotimes.over-blog.com/article-32303129.html> (last accessed 3 November 2012)

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tu.html> (last accessed October 20 2012)

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html> (last accessed October 20 2012)



US Travel Association, Travel Facts and Statistics  
<http://www.ustravel.org/news/press-kit/travel-facts-and-statistics> (last accessed 30 May 2012)

Tourism Queensland, [http://www.tq.com.au/resource-centre/community-engagement/how-tourism-benefits-communities/how-tourism-benefits-communities\\_home.cfm](http://www.tq.com.au/resource-centre/community-engagement/how-tourism-benefits-communities/how-tourism-benefits-communities_home.cfm) (last accessed 18 August 2012)

[http://www.nathanielbranden.com/catalog/info\\_pages.php?pages\\_id=14](http://www.nathanielbranden.com/catalog/info_pages.php?pages_id=14) (last accessed 29 May 2012)

National Association for Self-Esteem, <http://www.self-esteem-nase.org/index.php> (last accessed 18 June 2012)

The Atlas of the real world, Tourist destinations  
<http://www.telegraph.co.uk/travel/picturegalleries/3109042/The-Atlas-of-the-Real-World.html?image=2> (last accessed 19 July 2012)

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tps00001> (last accessed 19 July 2012)

Authentic Holiday Films, Motivation Theory,  
[http://www.authenticholidayfilms.com/tourist\\_motivation\\_35.html](http://www.authenticholidayfilms.com/tourist_motivation_35.html) (last accessed 24 August 2012)

Janet A. Simons, Donald B. Irwin and Beverly A. Drinnien, (1987), Psychology - The Search for Understanding, West Publishing Company, New York, US  
<http://web.archive.org/web/20100211014419/http://honolulu.hawaii.edu/intranet/committees/FacDevCom/guidebk/teachtip/maslow.htm> (last accessed 29 August 2012)

<http://truebulgaria.wordpress.com/alternative-tourism/> (last accessed 8 August 2012)

Adventure Travel Trade Association, <http://www.adventuretravel.biz/> (last accessed 19 August 2012)

Visit Greece, Αγροτουρισμός, <http://www.visitgreece.gr/el/nature/agrotourism> (last accessed 3 August 2012)

Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος, <http://agroxenia.net/> (last accessed 7 September 2012)

[http://www.familyhotels.gr/UserFiles/File/Ellinika%20Katalymata/katalimata%203\\_1.pdf](http://www.familyhotels.gr/UserFiles/File/Ellinika%20Katalymata/katalimata%203_1.pdf), σελίδα 16 (last accessed 19 May 2012)

Mike Merg (1999), Defining Ecotourism,  
<http://www.untamedpath.com/Ecotourism/defining.html> (last accessed 28 September 2012)

Eco Hotels of the World, (2009), Macclesfield, England,  
<http://www.ecohotelsoftheworld.com/rating-system.html> (last accessed 14 September 2012)

<http://www.culinarytourism.org/media> (last accessed 16 May 2012)

Wine Business Monthly, August 2007, Motivations of Wine Tourists  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DsW66ZJmL0QJ:www.winebusiness.com/wbm/%3Fgo%3DgetArticle%26dataId%3D50125+wine+tourism+definition&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=ca> (last accessed 17 September 2012)

Great Wine Capitals Global Network,  
[http://greatwinecapitals.com/?1&it=m\\_description&LG=1&ctd=143&cop=143](http://greatwinecapitals.com/?1&it=m_description&LG=1&ctd=143&cop=143) (last accessed 13 October 2012)

Wine surveyor, Οινικές εξερευνήσεις,  
<http://winesurveyor.weebly.com/pialpharhoalphagammaomegagammaomicron943--omicron943nuomicroniota.html>, (last accessed 18 September 2012)

Tourism Press, Οινοτουρισμός στην Ελλάδα: Αξίζει να επενδύσουμε; Φεβρουάριος 2012, <http://www.tourismpress.gr/2012/02/wine-tourism-greece.html> (last accessed 19 June 2012)

The free dictionary by Farlex, <http://www.thefreedictionary.com/safari>, (last accessed 18 October 2012)

Longman, Dictionary of Contemporary English,  
<http://www.ldoceonline.com/Tourism-topic/safari>, (last accessed 18 October 2012)

Jeff Cammack, Safari Guide Africa, <http://www.safariguideafrica.com/safaris-for-the-disabled.php>, (last accessed 1 October 2012)

Nautical Tourism, [http://www.nauticaltourism.com.au/nautical\\_tourism.html](http://www.nauticaltourism.com.au/nautical_tourism.html), (last accessed 3 November 2012)

[http://www.enotes.com/topic/Archaeological\\_tourism](http://www.enotes.com/topic/Archaeological_tourism), (last accessed 17 May 2012)

CNN World, Hada Messia, November 2010, Volcanic Eruption, Pompeii's House of the Gladiators collapses [http://articles.cnn.com/2010-11-08/world/pompeii.house.gladiators.collapse\\_1\\_frescoes-ancient-roman-city-volcanic-eruption?\\_s=PM:WORLD](http://articles.cnn.com/2010-11-08/world/pompeii.house.gladiators.collapse_1_frescoes-ancient-roman-city-volcanic-eruption?_s=PM:WORLD) (last accessed 16 October 2012)

National Trust for Historic Preservation, <http://www.preservationnation.org/> (last accessed 3 August 2012)

<http://www.religious-tourism.com/> (last accessed 12 September 2012)

<http://worldreligioustravelassociation.blogspot.com/> (last accessed 4 October 2012)

Sacred travel, <http://dictionary.sensagent.com/sacred+travel/en-en/> (Last accessed 17 October 2012)

Ethan-Todras Whitehill (April 2007) Touring the Spirit World, The New York Times Travel, pages 1,3 <http://travel.nytimes.com/2007/04/29/travel/29spirituality.html> (last accessed 15 September 2012)

The Da Vinci Code Phenomenon, <http://www.scotland.org/features/item/the-da-vinci-code-phenomenon/> (last accessed 18 September 2012)

Sacred Travel, Facebook, <http://www.facebook.com/pages/Sacred-travel/102173846490718> (last accessed 5 November 2012)

Educational Tourism, September 2009, <http://educationaltourism.blogspot.gr/> (last accessed 19 September 2012)

Australian Government, Department of Resources, Energy and Tourism, International Education Tourism, [http://www.ret.gov.au/tourism/policies/education\\_tourism/Pages/InternationalEducationTourism.aspx](http://www.ret.gov.au/tourism/policies/education_tourism/Pages/InternationalEducationTourism.aspx), (last accessed 13 June 2012)

A Brief History by Larry Portzline, the Originator of Bookstore Tourism <http://www.larryportzline.com/bt.html> (last accessed 17 September 2012)

Music Tourism, <http://dictionary.sensagent.com/music+tourism/en-en/> (last accessed September 30 2012)

Vacation Timeshare Rentals, <http://www.vacationtimesharerentals.com/timeshare-tips/resorts/what-is-pop-culture-tourism.html> (last accessed 21 September 2012)

Define Sport Tourism, <http://www.travel-industry-dictionary.com/sport-tourism.html> (last accessed 24 September 2012)

The Global Market Place for Sport Tourism 2012, Bangkok, Thailand, <http://www.sporttourismexpo.com/> (last accessed 12 September 2012)

National Sports Council, <http://www.onlineseeker.com/nsc/documents/tourism.html> (last accessed 12 September 2012)

<http://zazna.com/selection/rA84MDI0Yj.proxy.html> (last accessed 18 September 2012)

Γιώργος Ξενίδης, <http://www.stadia.gr/> (last accessed 6 November 2012)

Novasans, Defining Medical Tourism <http://www.novasans.com/blog/2011/06/defining-medical-tourism/> (last accessed 13 October 2012)

Katy Dutile, (January 2012), Is Medical Tourism the future of Healthcare?, Medical Tourism Magazine, <http://www.medicaltourismmag.com/newsletter/65/is-medical-tourism-the-future-of-healthcare-.html> (last accessed 13 October 2012)

Medical Tourism Benefits and Advantages, <http://www.health-tourism.com/medical-tourism/benefits/> (last accessed 13 October 2012)

Accessible Tourism Research, (2010),  
<http://accessibletourismresearch.blogspot.gr/2010/01/towards-definition-of-accessible.html>, (last accessed 27 September 2012)

European Network for Accessible Tourism, <http://www.accessibletourism.org/> (last accessed 27 September 2012)

Barbara Demick, (May 2002), Korean moms want 'born in USA' babies, Los Angeles Times, [http://fileus.org/dept/citizenship/02-05-26-latimes-birth\\_tourism\\_asia.html](http://fileus.org/dept/citizenship/02-05-26-latimes-birth_tourism_asia.html) (last accessed October 30 2012)

Mamas without borders, (August 2010), The Economist,  
[http://www.economist.com/node/16846724?story\\_id=16846724](http://www.economist.com/node/16846724?story_id=16846724) (last accessed October 30 2012)

<http://www.sextourismguide.info/>, (last accessed 30 August 2012)

Sex Tourism in Thailand,  
[http://www.wouk.org/rahab\\_international/pdf\\_files/Sex%20Tourism%20in%20Thailand.pdf](http://www.wouk.org/rahab_international/pdf_files/Sex%20Tourism%20in%20Thailand.pdf), (last accessed 30 August 2012)

Hawaii: Legislation Passed to End Sex Tourism and Hold Sex Tour Operators Accountable, (May 2004), Equality now, <http://www.equalitynow.org/node/279>, (last accessed 31 August 2012)

Women going on sex tours look for big bamboos and Marlboro men, (June 2007), Pravda.Ru, [http://english.pravda.ru/society/sex/29-06-2007/94318-sex\\_tourism-0/](http://english.pravda.ru/society/sex/29-06-2007/94318-sex_tourism-0/), (last accessed 31 August 2012)

Courtney C. Reed, Shedding Light on Dark Tourism,  
<http://www.gonomad.com/features/0704/dark-tourism.html>, (last accessed 8 October 2012)

Liane Katz, (November 2006), Belfast and Beirut tipped as 'must-see' cities, The Guardian, <http://www.guardian.co.uk/travel/2006/nov/15/travelnews.belfast.uk>, (last accessed 8 October 2012)

Stina Borgen, (March 2011), War Tourism, <http://www.studymode.com/essays/War-Tourism-623203.html>, (last accessed 8 October 2012)

Lisa Wade, (August 2011), Disaster Tourism, Sociological Images, <http://thesocietypages.org/socimages/2011/08/28/disaster-tourism/>, (last accessed 8 October 2012)

Tom Robbins, (April 2010), Iceland's erupting volcano, The Guardian, <http://www.guardian.co.uk/travel/2010/apr/03/iceland-erupting-volcano-hyjafjallajokull>, (last accessed 8 October 2012)

Ben-Gurion University of the Negev, [http://www.bgu.ac.il/~yanivbel/pdf%20files/Drug\\_and\\_Risk\\_Taking.pdf,%20page%20341](http://www.bgu.ac.il/~yanivbel/pdf%20files/Drug_and_Risk_Taking.pdf,%20page%20341), (last accessed 12 May 2012)

Underage Drinking: Possession/Consumption/Internal Possession of Alcohol, Alcohol Policy Information System, [http://www.alcoholpolicy.niaaa.nih.gov/underage\\_possession\\_consumption\\_internal\\_possession\\_of\\_alcohol.html?tab=maps](http://www.alcoholpolicy.niaaa.nih.gov/underage_possession_consumption_internal_possession_of_alcohol.html?tab=maps), (last accessed 12 May 2012)

Priscilla Pollara, (June 2011), Dutch drugs 'ban': Is closing Amsterdam 'coffee shops' to tourists really a bad thing for the Netherlands?, Mail Online, <http://travelblog.dailymail.co.uk/2011/06/dutch-drugs-ban-why-closing-the-coffee-shops-to-tourists-is-a-bad-thing-for-the-netherlands.html>, (last accessed 12 May 2012)

Gadi Dechter, (May 2006), Wish You Weren't Here, City Paper, <http://www2.citypaper.com/special/story.asp?id=11846>, (last accessed 5 June 2012)

Ghetto tourism, Bridging the cultural divide, or just gaping at it out the window of a bus?, XXL Bloggers, <http://www.xxlmag.com/bloggers/2007/02/ghetto-tourism/>, (last accessed 5 June 2012)

<http://www.theglobeandmail.com/life/article75216.ece> (last accessed 13 May 2012)

Graffiti Tourism, <http://pinterest.com/mingsmusic/graffiti-tourism/>, (last accessed 13 June 2012)

Art Crimes, The Writing on the Wall, <http://www.graffiti.org/>, (last accessed 7 November 2012)

Leanne Kalie, (March 2011), Japan disaster boosts interest in atomic tourism, Associated Press, [http://www.azcentral.com/travel/articles/2011/03/30/20110330japan-disaster-atomic-tourism.html?nclick\\_check=1](http://www.azcentral.com/travel/articles/2011/03/30/20110330japan-disaster-atomic-tourism.html?nclick_check=1), (last accessed 17 July 2012)

Bleak-o Tourism... Welcome to Chernobyl, (March 2010), <http://www.lonelyplanet.com/travelblogs/419/40930/Bleak-o+Tourism%E2%80%A6+Welcome+to+Chernobyl?destId=360912>, (last accessed 17 July 2012)

Define Space Tourism, Travel Industry Dictionary, <http://www.travel-industry-dictionary.com/space-tourism.html>, (last accessed 11 October 2012)

William Harwood, (January 2011), CBS News "Space Place", <http://www.spaceflightnow.com/news/n1101/12soyuz/>, (last accessed 11 October 2012)

The History of Space Tourism, <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=110998144>, (last accessed 11 October 2012)

Kimber Streams, (July 2012), Virgin Galactic's first space tourism flight to launch next year, The Verge, <http://www.theverge.com/2012/7/11/3151861/virgin-galactic-first-space-tourism-flight-next-year>, (last accessed 11 October 2012)

Low Cost Airlines, <http://www.cheapflights.co.uk/travel-tips/low-cost-airlines/> (last accessed 15 October 2012)

Discount Airlines, [http://wikitravel.org/en/Discount\\_airlines](http://wikitravel.org/en/Discount_airlines), (last accessed 15 October 2012)

Ryanair, <http://www.ryanair.com/en>, (last accessed 15 October 2012)

Low-cost airlines taking more market share globally; Asia's the fastest, <http://skift.com/2012/08/08/low-cost-airlines-taking-more-market-share-globally-asias-the-fastest/>, (last accessed 15 October 2012)

Eurail Group, <http://www.eurailgroup.org/News/Eurail%20Group%20Reports%20Positive%202011%20Results.aspx>, (last accessed 15 October 2012)

Hostel Management, Definition of Hostel, <http://www.hostelmanagement.com/glossary/hostel.html>, (last accessed 15 October 2012)

A brief history of Hostelling International , <http://www.hihostels.com/hostel/2011/05/brief-history-of-hostelling/>, (last accessed 15 October 2012)

Yahoo! Answers, <http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20090103195432AAAd43gr>, (last accessed 15 October 2012)

Greg Richards, StayWyse, Association of Youth Travel Accommodation, The Youth Travel Accommodation Industry Survey, [http://c.ymcdn.com/sites/www.wysetc.org/resource/resmgr/research\\_reports/staywyse-benchmarkstudy-a4-e.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.wysetc.org/resource/resmgr/research_reports/staywyse-benchmarkstudy-a4-e.pdf), (last accessed 15 October 2012)

The free dictionary by Farlex, <http://www.thefreedictionary.com/hitchhiking>, (last accessed 15 October 2012)

Your dictionary, <http://www.yourdictionary.com/hitchhike>, (last accessed 15 October 2012)

Wessels, Living History Farm, York, Nebraska,  
[http://www.livinghistoryfarm.org/farminginthe30s/water\\_08.html](http://www.livinghistoryfarm.org/farminginthe30s/water_08.html), (last accessed 15 October 2012)

Graeme Chesters and David Smith,(2001), 'The Neglected Art of Hitch- hiking: Risk, Trust and Sustainability', *Sociological Research Online*, vol. 6, no. 3,  
<http://www.socresonline.org.uk/6/3/chesters.html>, (last accessed 15 October 2012)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Hitchhiking#cite\\_note-1](http://en.wikipedia.org/wiki/Hitchhiking#cite_note-1), (last accessed 15 October 2012)

Warwick Jailbreak, <http://www.warwick.ac.uk/societies/Jailbreak/>, (last accessed 15 October 2012)

Europe, Hitchwiki, <http://hitchwiki.org/en/Europe>, (last accessed 15 October 2012)

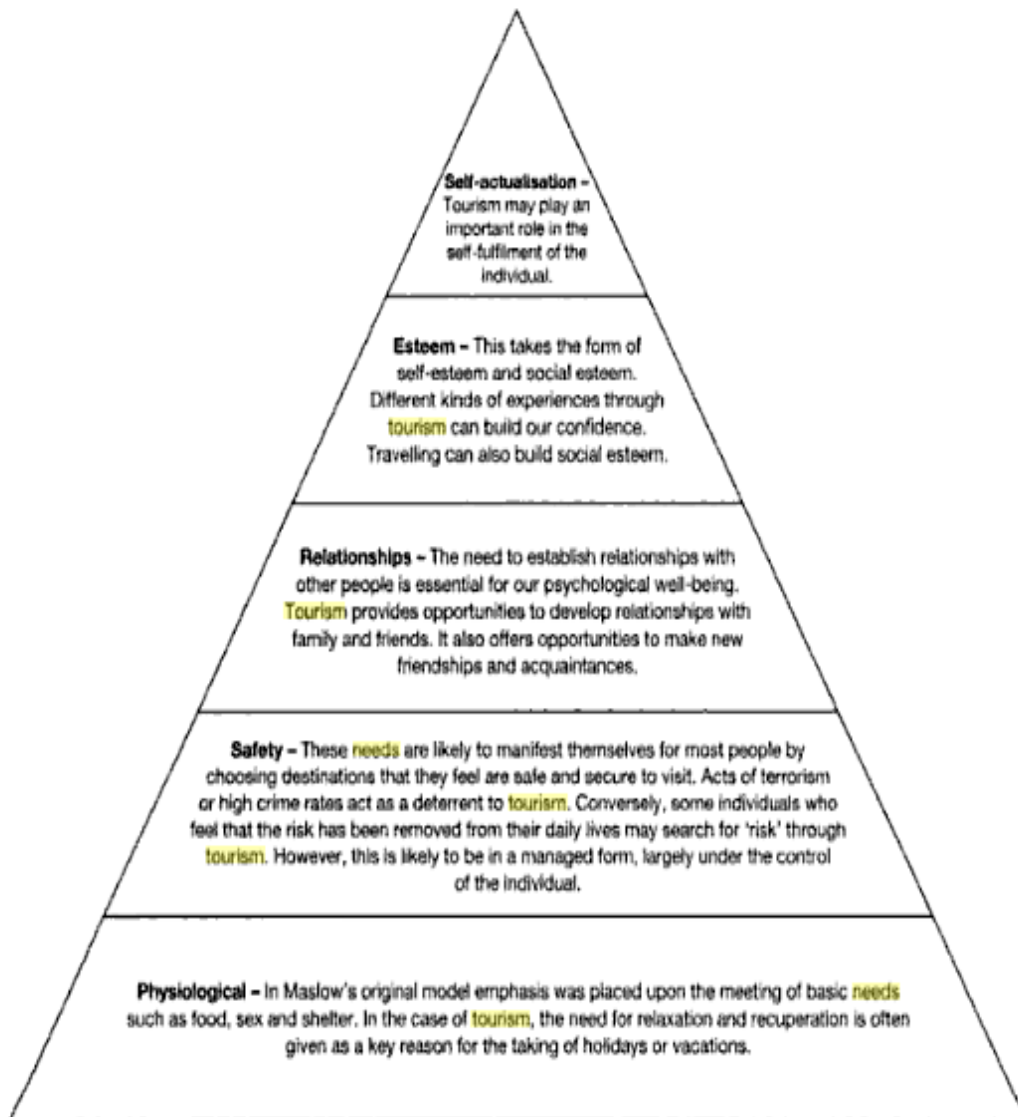
Couchsurfing, <http://www.couchsurfing.org/> (last accessed 2 November 2012)

Couchsurfing, <http://www.couchsurfing.org/statistics>, (last accessed 2 November 2012)

Paul J. Zak, (October 2008), The Moral Molecule  
Neuroscience and economic behavior, CouchSurfing 101  
Would you invite a stranger to stay at your house?, Psychology Today,  
<http://www.psychologytoday.com/blog/the-moral-molecule/200810/couchsurfing-101>, (last accessed 23 October 2012)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α. ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΗΣ ΠΥΡΑΜΙΔΑΣ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΟΥ MASLOW ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΟ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ



184

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β. ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

<sup>184</sup> Tourism Studies and the Social Sciences, Maslow's Pyramid of Human Needs Andrew Holden, page 66



ΧΩΡΑ	ΑΕΠ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ	ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΕΤΗΣΙΑ
	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	ΣΕ ΣΥΝΟΛΟ	ΕΤΗΣΙΑ ΑΥΞΗΣΗ	ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	ΣΕ ΣΥΝΟΛΟ	ΑΥΞΗΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
	(σε εκατ.δολάρια)	ΤΟΥ ΑΕΠ (%)	ΜΕΤΑΞΥ 2011-2020	(ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ)	ΕΡΓΑΣΙΩΝ (%)	ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ (2011-2020)
Αλβανία	841	6,8	4,9	69	5,5	1,8
Αρμενία	189	2,2	2,4	20	1,7	-2,5
Αυστρία	17.159	4,1	4,2	187	4,5	3,4
Αζερμπαϊτζάν	566	1,3	5,5	44	1	0,7
Βέλγιο	12.434	2,4	3,3	115	2,6	1,8
Βοσνία	518	2,8	6	25	2,3	1,1
Βουλγαρία	1.567	3,1	3,3	86	2,7	-2,8
Κροατία	6.917	11,8	5,6	149	13	1,9
Κύπρος	1.701	6,7	5,6	36	9,3	3
Τσεχία	3.682	1,8	3,7	92	1,9	-0,7
Δανία	9.821	2,9	4	84	3	1,7
Εσθονία	649	3,3	5,7	17	2,9	0,6
Φινλανδία	6.631	2,6	3,6	60	2,5	3,3
Γαλλία	107.602	3,7	2,3	1.095	4,3	1,2
Γερμανία	79.091	2,2	2,2	940	2,3	0,6
Ελλάδα	22.775	7	3,6	418	10	1,4
Ουγγαρία	4.027	3	2,9	183	4,9	-0,4
Ισλανδία	741	5,5	2,8	9	5,3	1,7
Ιρλανδία	4.076	1,7	5,2	33	1,8	2,6
Ισραήλ	5.049	2,7	5,1	106	3,7	2,7
Ιταλία	89.770	3,9	2,4	1.018	4,5	1,3
Καζακστάν	877	0,7	6,3	48	0,6	0
Λεττονία	407	1,5	7,3	12	1,3	3,3
Λιθουανία	425	1	5,7	12	0,9	0,5
Λουξεμβούργο	1.466	2,7	3,1	8	3,7	1,4
ΠΓΔΜ	146	1,5	5,8	9	1,5	2
Μάλτα	858	9,8	5,5	22	13,7	3
Μολδαβία	80	1,5	4,1	15	1,2	-2,1
Μαυροβούνιο	535	10,8	8,6	16	9,3	5,4
Ολλανδία	23.163	2,7	2,8	211	2,9	0,8
Νορβηγία	6.884	1,5	0,1	52	2,1	-2,8
Πολωνία	7.990	1,6	5,6	254	1,6	0,5
Πορτογαλία	14.408	5,8	4,2	377	7,5	-2,7
Ρουμανία	3.405	1,9	8,2	267	3,2	2,6
Ρωσία	16.412	1,1	4,8	642	0,9	-0,7
Σερβία	996	2	4,9	36	1,9	1,8
Σλοβακία	1.525	1,5	4,8	35	1,5	1,3
Σλοβενία	1.389	2,6	4,4	30	3,5	0,8
Ισπανία	91.828	5,9	1,2	1.280	6,8	1,2
Σουηδία	13.229	2,7	3,6	117	2,6	1,8
Ελβετία	31.102	5,8	0,6	351	7,8	0
Τουρκία	29.788	4,2	3,9	448	2,1	2,8
Ουκρανία	2.443	1,8	3,8	285	1,4	-1,8
Ηνωμένο Βασίλειο	88.961	3,7	3	1.391	4,5	0,5

185

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ (2008-2010)

<sup>185</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf)

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ										
ΧΩΡΑ-ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	(σε εκατομμύρια)			Μεταβολή %		ΠΟΣΟΣΤΟ	ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ			ΠΟΣΟΣΤΟ
	2008	2009	2010	09\08	10\09	%	(ΣΕ \$ εκατομμύρια Αμερικάνικα δολάρια)			%
<b>ΕΥΡΩΠΗ</b>	<b>485,193</b>	<b>461,509</b>	<b>476,551</b>	<b>-4,9</b>	<b>3,3</b>	<b>100</b>	<b>471,797</b>	<b>410,932</b>	<b>406,251</b>	<b>100</b>
Αλβανία	1,33	1,775	2,229	33,5	25,6	0,5	1,72	1,816	1,626	0,3
Ανδόρρα	2,059	1,83	1,808	11,1	-1,2	0,4	-	-	-	-
Αυστρία	21,935	21,355	22,004	-2,6	3	4,6	21,587	19,404	18,663	4,1
Βελγιο	1,409	1,43	1,495	1,5	4,5	0,3	190	353	621	0,1
Γαλλία	7,165	6,814	7,217	-4,9	5,9	1,5	11,762	9,97	10,287	2,1
Γερμανία	5,78	5,739	6,047	-0,7	5,4	1,3	4,204	3,728	3,637	0,8
Γροατία	9,415	9,335	-	-0,9	-	-	10,971	8,898	8,268	0,2
Ελλάδα	2,404	2,141	2,173	10,9	1,5	0,5	2,737	2,162	2,183	0,5
Εσθονία	6,649	6,032	6,334	-9,3	5	1,3	2,737	2,162	2,183	1,1
Εσπανία	9,016	8,547	9,097	-5,2	6,4	1,9	6,242	5,673	5,476	1,1
Εσθονία	1,97	1,9	2,12	-3,6	11,6	0,4	1,189	1,09	1,071	0,2
Φινλανδία	3,583	3,423	3,67	-4,5	7,2	0,8	3,208	2,82	2,809	0,8
Γαλλία	79,218	76,824	76,8	-3	0	16,1	56,573	49,398	46,319	11,1
Γερμανία	1,29	1,5	2,033	16,3	35,5	0,4	447	476	659	0,1
Γερμανία	24,886	24,223	26,875	-2,7	10,9	5,6	39,912	34,65	34,675	8,1
<b>Ελλάδα</b>	<b>15,939</b>	<b>14,915</b>	<b>15,007</b>	<b>-6,4</b>	<b>0,6</b>	<b>3,1</b>	<b>17,114</b>	<b>14,506</b>	<b>12,741</b>	<b>3,1</b>
Ουγγαρία	8,814	9,058	9,51	2,8	5	2	5,935	5,631	5,381	1,1
Ισπανία	8,026	7,189	-	10,4	-	-	6,294	4,89	4,077	0,1
Ισραήλ	2,572	2,321	2,805	-9,8	20,8	0,6	4,279	3,741	4,768	0,1
Ιταλία	42,734	43,239	43,626	1,2	0,9	9,2	45,727	40,249	38,786	9,1
Καζακστάν	3,447	3,118	3,393	-9,5	8,8	0,7	1,012	963	1,005	0,2
Κυργιστάν	2,435	2,147	-	11,9	-	-	515	459	-	0,1
Λετονία	1,685	1,323	1,373	21,5	3,8	0,3	803	723	640	0,2

Μάλτα	1,291	1,182	1,332	-8,4	12,7	0,3	950	881	1,068	0,0
Ολλανδία	10,104	9,921	10,883	-1,8	9,7	2,3	13,342	12,368	13,062	3,0
Ιορβηγία	4,347	4,346	4,767	0	9,7	1	4,911	4,204	4,779	0,0
Ιολωνία	12,96	11,89	12,47	-8,3	4,9	2,6	11,768	9,011	9,446	2,0
Ιορτογαλία	6,962	6,439	6,865	-7,5	6,6	1,4	10,943	9,635	10,09	2,0
Ώσία	21,566	19,42	20,271	-10	4,4	4,3	11,795	9,319	8,985	2,0
				-						
Λοβακία	1,767	1,298	1,327	26,5	2,2	0,3	2,589	2,336	2,233	0,0
Λοβενία	1,94	1,803	1,844	-7	2,2	0,4	2,82	2,511	2,311	0,0
Σπανία	57,192	52,178	52,677	-8,8	1	11,1	61,628	53,177	52,525	12,0
Σουηδία	4,555	4,678	4,951	2,7	5,8	1	11,206	10,261	11,079	2,0
Τσβετία	8,608	8,294	8,628	-3,7	4	1,8	14,401	13,789	14,841	3,0
Τούρκια	24,994	25,506	27	2	5,9	5,7	21,951	21,25	20,807	5,0
				-						
Ουκρανία	25,449	20,798	21,203	18,3	1,9	4,4	5,768	3,576	3,788	0,0
Ι. Βασίλειο	30,142	28,199	28,133	-6,4	-0,2	5,9	36,028	30,149	30,4	7,0

186

<sup>186</sup> <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf>



EIKONA 1.MASLOW'S PYRAMID OF HUMAN NEEDS <sup>187</sup> , EIKONA 2. TOURISTS<sup>188</sup> , EIKONA 3. EURO COINS-DIAGRAMS<sup>189</sup> , EIKONA 4. THE BEST JOB IN THE WORLD<sup>190</sup> , EIKONA 5. HEALTH TOURISM <sup>191</sup> , EIKONA 6.ACROPOLIS GREEK FLAG<sup>192</sup> , EIKONA 7.HERNING GEOMETRIC GARDEN<sup>193</sup> EIKONA 8. MAP OF EUROPE<sup>194</sup> , EIKONA 9. SPACE TOURISM<sup>195</sup>

---

187

<http://www.google.gr/imgres?q=Maslow%27s+Pyramid+of+Human+Needs&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=wiaeb4KKuqBLYM:&imgrefurl=http://elijahconsulting.com/taking-liberties-with-maslow/&docid=vsnfO9trTdp2SM&imgurl=http://elijahconsulting.com/wp-content/uploads/2012/09/maslows-pyramid-of-needs.gif&w=530&h=518&ei=oMScUNCyBdCQswaSuod4Ag&zoom=1&iact=hc&vpx=695&vpy=198&dur=1882&hovh=222&hovw=227&tx=119&ty=137&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=137&tbnw=140&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:3,s:0,i:74>

188

[http://www.google.gr/imgres?q=Tourists&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=Chh4CuHfgmgQpM:&imgrefurl=http://international.phillipmartin.info/intl\\_tourist.htm&docid=ujLnqzmz0Byg3RM&imgurl=http://international.phillipmartin.info/intl\\_tourists.gif&w=609&h=648&ei=CMacUMzKGMfetAaFIICQDw&zoom=1&iact=hc&vpx=1021&vpy=206&dur=121&hovh=232&hovw=218&tx=180&ty=137&sig=116273289460317851096&page=2&tbnh=148&tbnw=139&start=22&ndsp=22&ved=1t:429,r:17,s:20,i:177](http://www.google.gr/imgres?q=Tourists&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=Chh4CuHfgmgQpM:&imgrefurl=http://international.phillipmartin.info/intl_tourist.htm&docid=ujLnqzmz0Byg3RM&imgurl=http://international.phillipmartin.info/intl_tourists.gif&w=609&h=648&ei=CMacUMzKGMfetAaFIICQDw&zoom=1&iact=hc&vpx=1021&vpy=206&dur=121&hovh=232&hovw=218&tx=180&ty=137&sig=116273289460317851096&page=2&tbnh=148&tbnw=139&start=22&ndsp=22&ved=1t:429,r:17,s:20,i:177)

189

[http://www.google.gr/imgres?q=EURO+COINS+RATES&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=isch&tbnid=TVDJlvRDeYAIBM:&imgrefurl=http://www.shutterstock.com/pic-74668585/stock-photo-euro-coins-on-statistics-graph.html&docid=8VReM4e6A8oqFM&itg=1&imgurl=http://image.shutterstock.com/display\\_pic\\_with\\_logo/586786/586786,1302029415,29/stock-photo-euro-coins-on-statistics-graph-74668585.jpg&w=450&h=319&ei=EcecUJaFMofItAbauIGgBQ&zoom=1&iact=hc&vpx=739&vpy=118&dur=1063&hovh=189&hovw=267&tx=188&ty=121&sig=116273289460317851096&page=4&tbnh=139&tbnw=196&start=58&ndsp=20&ved=1t:429,r:41,s:20,i:249](http://www.google.gr/imgres?q=EURO+COINS+RATES&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=isch&tbnid=TVDJlvRDeYAIBM:&imgrefurl=http://www.shutterstock.com/pic-74668585/stock-photo-euro-coins-on-statistics-graph.html&docid=8VReM4e6A8oqFM&itg=1&imgurl=http://image.shutterstock.com/display_pic_with_logo/586786/586786,1302029415,29/stock-photo-euro-coins-on-statistics-graph-74668585.jpg&w=450&h=319&ei=EcecUJaFMofItAbauIGgBQ&zoom=1&iact=hc&vpx=739&vpy=118&dur=1063&hovh=189&hovw=267&tx=188&ty=121&sig=116273289460317851096&page=4&tbnh=139&tbnw=196&start=58&ndsp=20&ved=1t:429,r:41,s:20,i:249)

190

<http://www.google.gr/imgres?q=the+best+job+in+the+world&num=10&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=WFjDZIsiC7QaqM:&imgrefurl=http://www.howorth.com.au/index.php/2009/05/the-best-job-in-the-world-social-media-and-destination-marketing/&docid=XBcXoyiA5gSEMM&imgurl=http://www.howorth.com.au/wp-content/uploads/2009/05/qld-tourism-best-job-600x400.jpg&w=600&h=400&ei=psecULU7DcfOswaYpYBY&zoom=1&iact=hc&vpx=646&vpy=315&dur=394&hovh=183&hovw=275&tx=142&ty=94&sig=116273289460317851096&sqi=2&page=1&tbnh=143&tbnw=257&start=0&ndsp=14&ved=1t:429,r:7,s:0,i:84>

191

[http://www.google.gr/imgres?q=HEALTH+TOURISM&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=isc&tbnid=PRHm6d9C3QzYtM:&imgrefurl=http://healthtourismiran.com/&docid=YvfRl6uuKGwxoM&imgurl=http://www.healthtourismiran.com/my\\_documents/my\\_pictures/7FA\\_medical-tourism-1%255B1%255D.jpg&w=600&h=423&ei=PcicUKyOGolVtAavrYDYAg&zoom=1&iact=hc&vpx=132&vpy=321&dur=792&hovh=181&hovw=257&tx=143&ty=72&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=137&tbnw=195&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78](http://www.google.gr/imgres?q=HEALTH+TOURISM&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=isc&tbnid=PRHm6d9C3QzYtM:&imgrefurl=http://healthtourismiran.com/&docid=YvfRl6uuKGwxoM&imgurl=http://www.healthtourismiran.com/my_documents/my_pictures/7FA_medical-tourism-1%255B1%255D.jpg&w=600&h=423&ei=PcicUKyOGolVtAavrYDYAg&zoom=1&iact=hc&vpx=132&vpy=321&dur=792&hovh=181&hovw=257&tx=143&ty=72&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=137&tbnw=195&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78)

192

[http://www.google.gr/imgres?q=HEALTH+TOURISM&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=isc&tbnid=PRHm6d9C3QzYtM:&imgrefurl=http://healthtourismiran.com/&docid=YvfRl6uuKGwxoM&imgurl=http://www.healthtourismiran.com/my\\_documents/my\\_pictures/7FA\\_medical-tourism-1%255B1%255D.jpg&w=600&h=423&ei=PcicUKyOGolVtAavrYDYAg&zoom=1&iact=hc&vpx=132&vpy=321&dur=792&hovh=181&hovw=257&tx=143&ty=72&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=137&tbnw=195&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78](http://www.google.gr/imgres?q=HEALTH+TOURISM&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbnid=isc&tbnid=PRHm6d9C3QzYtM:&imgrefurl=http://healthtourismiran.com/&docid=YvfRl6uuKGwxoM&imgurl=http://www.healthtourismiran.com/my_documents/my_pictures/7FA_medical-tourism-1%255B1%255D.jpg&w=600&h=423&ei=PcicUKyOGolVtAavrYDYAg&zoom=1&iact=hc&vpx=132&vpy=321&dur=792&hovh=181&hovw=257&tx=143&ty=72&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=137&tbnw=195&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78)

---

32&vpy=321&dur=792&hovh=181&hovw=257&tx=143&ty=72&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=137&tbnw=195&start=0&ndsp=20&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78

193

<http://www.google.gr/imgres?q=geometric+garden&num=10&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbn=isch&tbnid=Be8GOxsjZw9-->

M:&imgrefurl=[http://tomrobinson.businesscatalyst.com/blog/Resort\\_Style\\_Living/post/THE\\_GEOMETRIC\\_GARDENS\\_OF\\_DENMARK/](http://tomrobinson.businesscatalyst.com/blog/Resort_Style_Living/post/THE_GEOMETRIC_GARDENS_OF_DENMARK/)&docid=0thu-

Dcanb4XhM&imgurl=<http://tomrobinson.businesscatalyst.com/Blog%252520Images/Geometric%252520Gardens/Sorensens%252520Geometric%252520Garden1.jpg&w=500&h=375&ei=IsmcUM62D43gtQa->

u4HwBw&zoom=1&iact=rc&dur=2&sig=116273289460317851096&sqi=2&page=1&tbnh=140&tbnw=179&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:0,s:0,i:63&tx=116&ty=65

194

<http://www.google.gr/imgres?q=MAP+OF+EUROPE+BLUE&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbn=isch&tbnid=UPIM5klmzxbbZM:&imgrefurl=http://battlecat.net/pipstar/travel/index.shtml&docid=Xe5fCsEPctqMM&imgurl=http://battlecat.net/pipstar/travel/images/europe.gif&w=256&h=252&ei=qMmcUMiSOIvTsgal5YHgAQ&zoom=1&iact=hc&vpx=130&vpy=150&dur=38&hovh=201&hovw=204&tx=139&ty=127&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=142&tbnw=144&start=0&ndsp=18&ved=1t:429,r:0,s:0,i:63>

195

<http://www.google.gr/imgres?q=SPACE+TOURISM&um=1&hl=el&biw=1280&bih=629&tbn=isch&tbnid=7pG0C63mLy7ZUM:&imgrefurl=http://geographyslc.wordpress.com/2012/10/11/space-tourism/&docid=mC7GibIbUF294M&imgurl=http://geographyslc.files.wordpress.com/2012/10/chinese-space-tourism-10-years.jpg&w=400&h=267&ei=6cmcULbCMc->

K4gT26YDQAg&zoom=1&iact=hc&vpx=305&vpy=155&dur=116&hovh=183&hovw=275&tx=137&ty=84&sig=116273289460317851096&page=1&tbnh=135&tbnw=204&start=0&ndsp=15&ved=1t:429,r:1,s:0,i:66