

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ:  
ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ»**



**ΜΠΑΤΖΙΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2011**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	5
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>	<b>6</b>
1.1 Στόχοι και σκοποί της εργασίας .....	7
1.2 Γενικά – Έννοια Τουρισμού.....	8
1.3 Ο τουρισμός σήμερα .....	9
1.4 Ιστορική αναδρομή .....	12
1.5 Μαζικός τουρισμός .....	13
1.6 Εναλλακτικός τουρισμός .....	17
1.7 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	18
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ .....</b>	<b>24</b>
2.1 Γενικά.....	25
2.2 Χαρακτηριστικά και τουριστική ζήτηση του τουρίστα Γ' ηλικίας .....	27
2.3 Προσφορά υπηρεσιών.....	33
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ.....</b>	<b>37</b>
3.1 Γενικά.....	38
3.2 Θεραπευτικός τουρισμός.....	38
3.3 Θρησκευτικός τουρισμός .....	48

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ ΚΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.....</b>	<b>53</b>
<b>4.1 Γενικά.....</b>	<b>54</b>
<b>4.2 Παγκόσμια κρίση και ελληνικός τουρισμός.....</b>	<b>54</b>
<b>4.3 Marketing τουρισμού Γ' ηλικίας.....</b>	<b>56</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....</b>	<b>58</b>
<b>5.1 Γενικά.....</b>	<b>59</b>
<b>5.2 Προτάσεις.....</b>	<b>60</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>62</b>
<b>ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>63</b>
<b>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....</b>	<b>64</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή εργασία που ακολουθεί αναλύει τον τουρισμό τρίτης ηλικίας. Ιδιαίτερα αναφερόμαστε σε περιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού (θρησκευτικό, θεραπευτικό και μελέτες περιπτώσεων). Αναφορά γίνεται στην έννοια του τουρισμού, εναλλακτικού και μαζικού και τι αντιπροσωπεύει ο καθένας. Επίσης, γίνεται ιστορική αναδρομή για το πώς επικράτησε η έννοια του τουρισμού.

Ειδικότερα αναφερόμαστε στον τουρισμό Γ' ηλικίας, τα χαρακτηριστικά του και την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Οι εξεταζόμενες μορφές εναλλακτικού τουρισμού τρίτης ηλικίας αφορούν τις περιπτώσεις του θεραπευτικού τουρισμού και τις περιπτώσεις του θρησκευτικού τουρισμού. Στο θεραπευτικό τουρισμό εξετάζουμε τις περιπτώσεις δύο λουτροπόλεων της Ελλάδας, όχι ευρέως γνωστές αλλά με αύξηση του ετήσιου τουρισμού τους. Πρόκειται για τα λουτρά Σμοκόβου του Νομού Καρδίτσας και τα λασπόλουτρα Λυδίας του νομού Καβάλας.

Στο θρησκευτικό τουρισμό γίνεται αναφορά στη Μονή του Αγίου Εφραίμ, η οποία βρίσκεται στη Νέα Μάκρη Αττικής. Τέλος, αναφερόμαστε στο marketing του τουρισμού Γ' ηλικίας, στον τουρισμό σε σχέση με τα οικονομικά δεδομένα και με ποια κριτήρια οι τουρίστες τρίτης ηλικίας επιλέγουν τον τόπο προορισμού τους.

Στο τελευταίο κεφάλαιο, αναφερόμαστε σε συμπεράσματα και προτάσεις που έχουν να κάνουν με την καλύτερη λειτουργία και αύξηση του τουρισμού τρίτης ηλικίας.

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στην πτυχιακή εργασία που ακολουθεί θα αναπτύξουμε τον τουρισμό που αφορά την Γ' ηλικία και θα αναφερθούμε σε περιπτώσεις που εξειδικεύονται στον τουρισμό αυτού του είδους.

Στη χώρα μας έχει ιδιαίτερη ανάπτυξη και ειδικότερα ο τουρισμός τρίτης ηλικίας τα τελευταία χρόνια. Είναι ένας τομέας που μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του τουρισμού στη χώρα μας και στην οικονομία της. Θα μελετήσουμε όλες τις παραμέτρους για αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού που θα πρέπει να λάβουμε υπ' όψιν, έτσι ώστε ο τουρίστας Γ' ηλικίας να μπορεί να έχει άνεση και ασφάλεια όταν ταξιδεύει και θα μελετήσουμε τις ανάγκες και τις προτιμήσεις έτσι ώστε να δοθεί έμφαση στην ανάπτυξη και βελτίωση σ' αυτό το είδος τουρισμού.

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:**

## **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΓΕΝΙΚΑ**



## 1.1 ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στόχος της εργασίας είναι να μελετηθεί η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού που αφορά άτομα στην τρίτη ηλικία και ιδιαίτερα μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Κύριοι στόχοι αυτής της εργασίας είναι:

1. Η έννοια του τουρισμού Γ' ηλικίας.
2. Οι ανάγκες αυτού του τμήματος αγοράς.
3. Οι υποδομές που απαιτούνται για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού.
4. Έρευνα της επιρροής αυτής της αγοράς.
5. Έρευνα για προορισμούς γι' αυτό το είδος τουρισμού.

Οι ερωτήσεις που θα απαντηθούν στην εργασία είναι:

1. Τι είναι τουρισμός και τι εναλλακτικός τουρισμός;
2. Πόσα είδη εναλλακτικού τουρισμού υπάρχουν στην Ελλάδα;
3. Τι είναι τουρισμός Γ' ηλικίας;
4. Υπάρχει ανταπόκριση σε αυτό το είδος τουρισμού;
5. Ο ρόλος του διαδικτύου στον τουρισμό Γ' ηλικίας;
6. Οι περιοχές που έχουν αναπτύξει αυτό το είδος τουρισμού;
7. Η υποδομή για την εξυπηρέτηση των τουριστών Γ' ηλικίας;
8. Τι υπηρεσίες και προϊόντα αναζητούν οι τουρίστες Γ' ηλικίας;

## 1.2 ΓΕΝΙΚΑ – ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή ξένων επισκεπτών σε κάποιο μέρος, με την προϋπόθεση ότι δεν πρόκειται για μόνιμη εγκατάσταση και εκτέλεση οικονομικών δραστηριοτήτων.

Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα από τα κύρια πεδία οικονομικής δραστηριότητας και ανάπτυξης. Βασικοί παράγοντες για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής είναι η μοναδική γεωγραφική θέση, η πλούσια ιστορία, τοποθεσίες πολιτιστικού και τουριστικού ενδιαφέροντος και μοναδικά φυσικά χαρακτηριστικά.

Ο τουρισμός αποτελεί την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται εκτός της μόνιμης κατοικίας τους, γεγονός το οποίο συνδυάζεται με την ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά την διάρκεια παραμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που επισκέπτονται, μέσω της χρησιμοποίησης των υποδομών και εγκαταστάσεων που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες. Η μετακίνηση αυτή ασκεί στον τουριστικό προορισμό μια σειρά από επιδράσεις οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής και περιβαλλοντικής μορφής.

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζονται μεγάλες αναπροσαρμογές στις τάσεις ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας διεθνώς. Οι σύγχρονες αυτές τάσεις επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας μιας χώρας, ιδιαίτερα μάλιστα σε χώρες όπως η Ελλάδα, όπου ο τουρισμός αποτελεί μια από τις κύριες δραστηριότητες ενός μεγάλου μέρους του εργατικού δυναμικού.

Στόχος αυτών αποτελεί η μείωση του κόστους παραγωγής των τουριστικών αγαθών και η επίτευξη οικονομικής κλίμακας και ως αποτέλεσμα των πολιτικών αυτών έχουμε μια αυξανόμενη συγκέντρωση τουριστικής αγοράς στα χέρια ισχυρότερων αλυσίδων.

Ως μοναδική διέξοδος για τους μικρούς «παραγωγούς», παρουσιάζεται προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος που προσφέρουν. Η διαφοροποίηση αυτή αποτελεί τόσο μια πολιτική επιβίωσης, όσο και μία απάντηση στις νέες τάσεις ανάπτυξης της τουριστικής ζήτησης που αναπτύσσονται διεθνώς.



### 1.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΗΜΕΡΑ

Η σημερινή τουριστική ζήτηση παρουσιάζει μια έντονη διαφοροποίηση και τμηματοποίηση, τελείως ξένη με τα πρότυπα του μαζικού τουρισμού που είχε επικρατήσει διεθνώς τις μεταπολεμικές δεκαετίες. Τα νέα τμήματα της αγοράς που αναπτύσσονται αποτελούνται από τουρίστες που επιζητούν νέες μορφές τουρισμού (π.χ. συνεδριακός, επιχειρηματικός, θρησκευτικός, αθλητικός τουρισμός κλπ.) και απαιτούν περισσότερο ποιοτικές και εξατομικευμένες υπηρεσίες. Η ανάπτυξη αυτών των τάσεων έχει οδηγήσει διεθνώς, στην ανάπτυξη νέων ειδικών μορφών τουρισμού που στοχεύουν στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών σε αυτά τα νέα τμήματα των τουριστών.

Παράλληλα, παρατηρείται διεθνώς μία τάση για μικρότερο χρόνο διακοπών, παρά την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και των διαθέσιμων δαπανών. Η νέα αυτή τάση είναι αύξηση των μικρότερων σύντομων διακοπών, με μεγαλύτερη ποιότητα, την οποία είναι πρόθυμοι οι τουρίστες να πληρώσουν για να την αποκτήσουν.

Ο σημερινός τουρίστας παρουσιάζει διαφορετικές απαιτήσεις από τον παραδοσιακό τουρίστα του μαζικού τουρισμού. Η αναγνώριση των διακοπών ως απαραίτητο μέρος της φυσιολογικής ζωής κάθε ατόμου, παράλληλα με την αύξηση του εισοδήματος, οδήγησε στην αύξηση των απαιτήσεων των σύγχρονων τουριστών. Το τουριστικό προϊόν πρέπει να παρουσιάζει την απαιτούμενη ποιοτική αναβάθμιση που αρμόζει στις σύγχρονες απαιτήσεις. Θα πρέπει επίσης να καλύπτει τις περιβαλλοντικές ευαισθησίες ενός μεγάλου μέρους των τουριστών που προέρχονται από τα ανεπτυγμένα κράτη και για τους οποίους το περιβάλλον αποτελεί βασική παράμετρο επιλογής τόπου διακοπών.

Μία βασική παράμετρο των νέων τουριστικών απαιτήσεων αποτελεί η αύξηση των τουριστών της τρίτης ηλικίας. Οι τουρίστες της τρίτης ηλικίας αποτελούν ένα κομμάτι της τουριστικής αγοράς που αναπτύσσεται δυναμικά και η ζήτηση είναι αυξανόμενη σε παγκόσμιο επίπεδο τα τελευταία χρόνια.

Οι νέες τεχνολογικές εξελίξεις, κυρίως μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου, δίνουν μεγάλες δυνατότητες στις τουριστικές επιχειρήσεις έτσι ώστε να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους με χαμηλότερο κόστος. Αυτό συντελεί στην βελτίωση της οργάνωσης και στην μεγαλύτερη παραγωγικότητα. Με τον τρόπο αυτό διαφοροποιείται ο παραδοσιακός ανταγωνισμός.

## 1.4 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ο τουρισμός από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα στηρίχτηκε στον ελεύθερο χρόνο και την μετακίνηση. Με το πέρασμα του χρόνου παρουσίασε διαδοχικά μία μορφολογική εξέλιξη και μια διευρυμένη χωρικά διάρθρωση.

Οι πρώτες μετακινήσεις του ανθρώπου για λόγους τουριστικούς, όπως είναι η σημερινή έννοια του όρου, άρχισαν να εμφανίζονται την περίοδο της αρχαίας Ελλάδας. Η μετακίνηση σε άλλους τόπους, μακριά από τον τόπο κατοικίας τους, γινόταν για λόγους εμπορικούς, θρησκευτικούς, αθλητικούς και ικανοποίησης του ανθρώπου για την εξερεύνηση του άγνωστου. Στην αρχαία Ελλάδα όπως και στην αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος απεικόνιζε την προέλευση και την τάξη των πολιτών που ήταν ελεύθεροι και οικονομικά εύποροι, απαλλαγμένοι από κάθε εξαναγκαστική απασχόληση. (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004, σελ.15).

Παράδειγμα αποτελεί ο Ηρόδοτος, ο οποίος έκανε περιηγήσεις στις ελληνικές πόλεις, περιέγραφε τα γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκεπτόταν. Ταξιδεύοντας στην Σικελία, την Αίγυπτο και άλλες χώρες, σκοπό είχε να γνωρίσει τα ήθη και τα έθιμα τους, τα ιστορικά μνημεία κ.α. Ο Ηρόδοτος μπορεί να χαρακτηριστεί σύμφωνα με την τουριστική τυπολογία που διαμορφώθηκε τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, ως «μοντέλο τουρίστα».

Πολλά άτομα επίσης ταξίδευαν για ευχαρίστηση, να γνωρίσουν νέες φιλοσοφικές δοξασίες, τον τρόπο ζωής άλλων κοινωνικών ομάδων που στηρίζονταν σε άλλα συστήματα. Τουριστικές περιοχές γνωστές της αρχαιότητας ήταν η Ολυμπία, οι Δελφοί, η Επίδαυρος, η Αιδηψός κ.α. Οι περιοχές αυτές αποτελούσαν πόλο έλξης για διαφορετικά γεγονότα που γίνονταν κατά διάφορες χρονικές στιγμές με διαφορετικά ενδιαφέροντα. Αυτά μπορεί να ήταν αθλητικές διοργανώσεις, θρησκευτικές εκδηλώσεις ή για την αποκατάσταση της υγείας. (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004, σελ.170).

Κατά την περίοδο των ρωμαϊκών και βυζαντινών χρόνων, οι μετακινήσεις ήταν περισσότερες, με αποτέλεσμα την δημιουργία κανόνων για την ασφαλή μετακίνηση των ταξιδιωτών και την προσφορά καταλυμάτων για την εξυπηρέτησή τους. Στην περίοδο του Μεσαίωνα και της αναγέννησης, οι μετακινήσεις γίνονται σε μια προσπάθεια να γνωρίσουν οι άνθρωποι άλλους λαούς και περιοχές, αλλά με τις δυσκολίες μετακίνησης της εποχής εκείνης.

Ειδικότερα, κατά την διάρκεια του Μεσαίωνα, επικρατούν δύο μορφές τουρισμού:

1. Ο πανεπιστημιακός τουρισμός, ο οποίος εμφανίζεται ιδιαίτερα αναπτυγμένος γύρω από τα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης, όπως το Παρίσι, το Μονπελιέ, την Οξφόρδη, το Κέιμπριτζ κλπ.
2. Ο τουρισμός μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων και εορτών. Στα τέλη του Μεσαίωνα η ελβετική και γερμανική «ξενοδοχειακή» εξυπηρέτηση, είχε αποκτήσει μεγάλη φήμη, ενώ η Γαλλία εξειδικεύεται στη γαστρονομία, η οποία συμβάλλει στην περαιτέρω εξειδίκευση του ξενοδοχειακού προϊόντος.

Κατά την διάρκεια της Αναγέννησης, ο τουρισμός εμπλουτίζεται με νέα κίνητρα. Οι άνθρωποι ταξιδεύουν με κύριο σκοπό την ευχαρίστηση, όπως και από «διανοουμενίστικη περιέργεια».

Στα πλαίσια των εκπαιδευτικών μετακινήσεων των Άγγλων ευγενών, δημιουργούνται στην Γαλλία δύο ειδών περιηγήσεις: η «μικρή περιήγηση», που περιελάμβανε το Παρίσι και τη Νοτιοδυτική Γαλλία και τη «μεγάλη περιήγηση», που περιελάμβανε τα παραπάνω και την Βουργουνδία, τη Νότια και Νοτιοανατολική Γαλλία.

Μεταξύ του 1840 και 1860, τα χαρακτηριστικά του τουρισμού και η κινητικότητα των τουριστών μεταβάλλονται με την ανακάλυψη και την εξάπλωση του σιδηροδρόμου, του πρώτου μέσου μαζικής μεταφοράς. Το 1839 εκδίδονται οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί του «Beadecker», οι οποίοι αναφέρονται στα στοιχεία που αφορούν για ένα ταξίδι στον Ρήνο. Την ίδια περίοδο, ο J. Murray εκδίδει στην Αγγλία το «εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία».

Σε ένα χρονικό διάστημα μικρότερο από μισό αιώνα, σε όλη την Ευρώπη αρχίζει η εξάπλωση του σιδηροδρόμου, με πολλά σιδηροδρομικά δίκτυα και τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών οδηγών. Το 1841 ο Thomas Cook στην Αγγλία, οργάνωσε το πρώτο ταξίδι με οδηγούς και το 1845 δημιουργεί στο Leicester το γραφείο ταξιδιών «Thomas Cook & Son» και στην συνέχεια θα δημιουργήσει υποκαταστήματα σε 68 χώρες του κόσμου.

Παράλληλα στα τέλη του αιώνα, παρατηρείται μία ραγδαία ανάπτυξη των ξενοδοχείων πολυτελείας Grand Hotel στην Ρώμη το έτος 1893, το Ritz του Παρισιού το έτος 1898, το Carlton του Λονδίνου το έτος 1898 κλπ.

Στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Σε αυτό συμβάλλουν οι εξής λόγοι:

- Η οικονομική συγκυρία της περιόδου 1905-1914.
- Ο Α΄ Παγκόσμιος πόλεμος (1914-1918), όπου ουσιαστικά εξαφανίζονται οι αριστοκράτες και οι μονάρχες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

- Οι πληθωριστικές τάσεις που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες, που αποτελούσαν την *touristy society* του 19<sup>ου</sup> αιώνα.
- Η οικονομική κρίση του 1929, που καταστρέφει οριστικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19<sup>ου</sup> αιώνα.

Ο 19<sup>ος</sup> αιώνας αποτελεί τη χρονική περίοδο σταθμό για τη μεταγενέστερη εξέλιξη του φαινομένου που ονομάζεται «τουρισμός». Οι θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές ανακατατάξεις που επιτελούνται στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης, προσδιορίζουν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του τουρισμού, αλλά συμβάλλουν και στην εξαφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης και της εμπορικότητάς του.

Σύμφωνα με όλες τις προβλέψεις και μέχρι σήμερα στην ανατολή του 21<sup>ου</sup> αιώνα, οι μεγάλες και συνεχώς αναπτυσσόμενες βιομηχανίες και παραγωγικές διαδικασίες, σε παγκόσμιο επίπεδο, θα είναι ο τουρισμός, οι μεταφορές, η πληροφορική και η βιοτεχνολογία. Όπως διαφαίνεται ο τουρισμός θα παίζει σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη των οικονομιών πολλών περιοχών του κόσμου, με την προϋπόθεση ότι τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα βοηθούν για την ανάπτυξη αυτή.

Η χώρα μας διαθέτει ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν το οποίο στηρίζεται αναμφισβήτητα στα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα, διαθέτοντας μια μοναδική αρχαιολογική, πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά, μοναδικές φυσικές ομορφιές και έναν τρόπο ζωής ιδιαίτερα επιθυμητό προς τους επισκέπτες μας.

Το 1995, η ετήσια αύξηση του τουρισμού στην Ελλάδα ήταν 12,2%. (Ακριβός & Σαλεσιώτης, 2007, σελ.11). Ο τουρισμός θεωρείται ότι συνεισφέρει σημαντικά στην Ελληνική οικονομία, συνεισφέρει στο ισοζύγιο πληρωμών και μπορεί να είναι ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην γενική ευρωπαϊκή ανακατανομή εργασίας στην Ευρώπη. Ο τουρισμός στην Ελλάδα το 2007 αποτελούσε το 17,2% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (Α.Ε.Π.) με έσοδα 11,3 δισεκατομμύρια ευρώ από την τουριστική δραστηριότητα.

## 1.5 ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και μέχρι τα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας, το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθούνταν στην Ελλάδα, ήταν το μοντέλο του συμβατικού τουρισμού. (Ηγουμενάκης, 2007, σελ. 46). Στα πρώτα χρόνια της εφαρμογής του μοντέλου αυτού ενισχύθηκε η εθνική και τοπική οικονομία και δημιουργήθηκαν υποδομές και εγκαταστάσεις για την εξυπηρέτηση του τουρίστα. Στη συνέχεια και στις περισσότερες περιπτώσεις, η κατάσταση έγινε ανεξέλεγκτη με αποτέλεσμα να μην έχουμε τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

Σε άλλες περιπτώσεις, όπως τα νησιά των Κυκλάδων, αυτό το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης έδωσε ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη των περιοχών και κράτησε τους κατοίκους ώστε να μην μεταναστεύσουν. Από την άλλη όμως οι κάτοικοι των περιοχών αυτών εξαρτώνται από τις διεκδικήσεις των μεγάλων tour operators και των πολυεθνικών εταιριών, που πιέζουν για χαμηλότερες τιμές, όταν η ποιότητα των τουριστών είναι τέτοια που δεν μπορεί να στηρίξει την τοπική οικονομία. Ακόμη και το περιβάλλον κάθε προορισμού δέχεται αλλοιώσεις (υπέμετρα δόμηση, αλλαγή του τοπικού χαρακτήρα κλπ.), που μπορεί να είναι μη αναστρέψιμες, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. (Σωτηριάδης & Φαρσάρης, 2009).

Ο μαζικός τουρισμός επιτρέπει την διακίνηση μεγάλου αριθμού τουριστών με αποτέλεσμα και την οικονομική ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας. Όμως, κατά κανόνα ο μαζικός τουρισμός καλύπτει περιόδους μεγάλης ζήτησης και κατά τις περιόδους που δεν υπάρχει τουριστική κίνηση, παρατηρείται το φαινόμενο να συντηρείται η τοπική αγορά από τους ντόπιους κατοίκους με χαμηλή δραστηριότητα και κέρδη (φθινοπωρινούς και χειμερινούς μήνες).

Για αρκετά χρόνια δεν υπήρχε κεντρικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας. Κατά τους Σωτηριάδη και Φαρσάρη (2009), η ιδιωτική πρωτοβουλία και ο περιορισμένος έλεγχος κάθε δραστηριότητας, ανεξάρτητα αν αυτή έφτανε και ξεπερνούσε τα όρια της αυθαιρεσίας, δημιούργησαν ένα πολύπλοκο και άτυπο καθεστώς, το οποίο δυσκόλευε κάθε συντονισμένη προσπάθεια αλλαγής.

Παρ' όλα αυτά και σε συνδυασμό με τα κονδύλια για την ανάπτυξη της περιφέρειας τα οποία διατέθηκαν και διατίθενται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, έγιναν σημαντικές προσπάθειες για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης, με όρους μακροχρόνιας

βιωσιμότητας και με σεβασμό στο περιβάλλον και στα τοπικά χαρακτηριστικά μιας περιοχής. Τα τελευταία 10 χρόνια έχουν δημιουργηθεί νέες μορφές τουρισμού, όπως ο εναλλακτικός τουρισμός, με στόχο την αλλαγή του τουριστικού χάρτη της Ελλάδας και των μικρών προορισμών.

Προσπάθειες γίνονται και από τους αρμόδιους φορείς (Ε.Ο.Τ., Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης), οι οποίοι με την κατάλληλη ενημέρωση να δραστηριοποιηθούν ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς. (Βενετσανοπούλου, 2006, σελ. 53).

### **1.5.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Με τον όρο «μαζικός τουρισμός», αναφερόμαστε στη μετακίνηση μεγάλου αριθμού ανθρώπων μέσα από τυποποιημένα πακέτα διακοπών σε περιοχές (τουριστικά θέρετρα) που έχουν σχεδιαστεί ή προσαρμοστεί έτσι ώστε να εξυπηρετούν την καλή διαμονή των τουριστών. (Σωτηριάδης & Φαρσάρης, 2009).

Ο τουρισμός αυτός συνδέεται με μεγάλο όγκο τουριστών που απολαμβάνουν το τουριστικό προϊόν σε χαμηλές τιμές. Αντίθετα ο εναλλακτικός τουρισμός έχει να κάνει με μικρότερο αριθμό επισκεπτών με υψηλότερες τιμές για την παροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών που τους παρέχονται.

Τα βασικά χαρακτηριστικά της ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού είναι (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001, σελ. 126).

- Οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει σε μεγάλη κλίμακα (μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες).
- Η καθοριστική σημασία του προτύπου του μαζικού τουρισμού στην παραγωγική δομή μιας περιοχής - προορισμού, που έχει σαν αποτέλεσμα το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων να εξαρτώνται από τον τουρισμό (οικονομία).
- Οι δυσάρεστες επιπτώσεις της ανάπτυξης στην τοπική κοινωνία, το περιβάλλον, την οικονομία, ανάλογα με την τοποθέτηση του προορισμού στον κύκλο ζωής του.
- Μεγάλο μέρος της τουριστικής ζήτησης καλύπτεται με οργανωμένα τουριστικά πακέτα, τα οποία προωθούν οι tour operators. Οι tour operators δεν καλύπτουν μόνο τις ανάγκες των τουριστών, αλλά δημιουργούν και νέες με στόχο την προώθηση πακέτων και προορισμών με μεγάλο κέρδος. Αν στον προορισμό δεν υπάρχει σχέδιο ανάπτυξης που να διαφυλάσσει τα συμφέροντα των ντόπιων επιχειρηματιών, τότε οι

tour operators μπορούν να διαπραγματευτούν εις βάρος των συμφερόντων του προορισμού.

- Οι περισσότερες περιοχές που ακολουθούν το μαζικό μοντέλο ανάπτυξης τουρισμού, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα εποχικότητας της ζήτησης (π.χ. περιοχές με μεγάλη ζήτηση το καλοκαίρι και μηδενική το χειμώνα).
- Για δεκαετίες οι εθνικές στρατηγικές στα θέματα τουριστικής ανάπτυξης των χωρών με πλούσιους περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους, βασίστηκαν στο μαζικό τουρισμό, που τον προωθούν μέσω στρατηγικών marketing σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Στην Ελλάδα η στρατηγική της προβολής του τουρισμού είχε επικεντρωθεί στην ηλιοφάνεια και τις παραλίες. Τα τελευταία χρόνια, λόγω διεθνούς ανταγωνισμού, ξεκίνησε η προβολή και άλλων ιδιαίτερων χαρακτηριστικών όπως η πολιτιστική μας και καλλιτεχνική μας κληρονομιά.

Ο μαζικός τουρισμός είχε μια ραγδαία ανάπτυξη μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, με οργανωμένο χαρακτήρα. Τα χαρακτηριστικά που συνέβαλλαν στον μαζικό τουρισμό είναι τα εξής:

- Η βελτίωση της αμοιβής των εργαζομένων και των όρων εργασίας.
- Η οικονομική ανάπτυξη των δυτικών χωρών.
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων σε συνδυασμό με τον θεσμό της άδειας μετ' αποδοχών.
- Η εξέλιξη των μέσων μαζικής μεταφοράς (π.χ. αεροπλάνο).
- Η αποφασιστική δραστηριοποίηση των tour operators και των ταξιδιωτικών πρακτόρων.
- Η οργάνωση ταξιδιών με το σύστημα των ναυλωμένων πτήσεων (charter flights) σε συνδυασμό με την εξάπλωση των τουριστικών πακέτων.
- Η ανάδειξη των νέων τουριστικών αγορών - προορισμών (π.χ. Νοτιανατολική Ασία).
- Η εξάπλωση των νέων τεχνολογικών εφαρμογών και η εξέλιξη της τεχνολογίας της πληροφόρησης (χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων, διαδίκτυο κλπ.).
- Η παραγωγή, προώθηση, διαφήμιση και κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος σε μεγάλη κλίμακα (με μαζικούς όρους μέσα από την τηλεόραση, το ραδιόφωνο κλπ.).
- Η απελευθέρωση των περιορισμών στις αερομεταφορές.

Από τα παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι ο μαζικός τουρισμός εξαρτάται από την οικονομική ανάπτυξη και την υποβάθμιση τουριστικών προορισμών, που αρκετές φορές μπορεί να συμβάλλει στην υποβάθμιση των προορισμών από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.

### **1.5.2 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Περίπου 40 χρόνια διήρκησε το μοντέλο ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού στην παγκόσμια αγορά, με κύριο όγκο αποστολής τουριστών τις δυτικές αναπτυγμένες χώρες. Ο μαζικός τουρισμός και η ραγδαία αύξησή του σε αρκετές περιπτώσεις οδήγησε στην ποιοτική υποβάθμιση των περιοχών που κατευθύνθηκε. Η εφαρμογή του μοντέλου όπως ίσχυε παλιά, οδήγησε στην υπεράντληση και υπερεκμετάλλευση των πόρων του τουριστικού προορισμού και μέσα σε μερικές δεκαετίες εξαντλεί τα τοπικά χαρακτηριστικά και υποβαθμίζει την περιοχή για τους ντόπιους κατοίκους (π.χ. σε ορισμένα νησιά σε περίοδο έξαρσης του μαζικού τουρισμού η οπτική εικόνα είναι διαφορετική ενώ το χειμώνα επικρατεί ερήμωση της περιοχής).

Οι επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού δεν είναι μια αόριστη έννοια που αφορά έναν προορισμό. Αποτυπώνονται στην λειτουργία συγκεκριμένων τμημάτων και φορέων της τοπικής τουριστικής αγοράς. Οι συνέπειες καλές ή κακές έχουν επίπτωση πρώτα στους επιχειρηματίες της περιοχής (ιδιοκτήτες καταλυμάτων, εστιατορίων και κέντρων εστίασης γενικώς, τουριστικά γραφεία κλπ.).

Στην Ελλάδα οι επιπτώσεις των συνεπειών του μαζικού τουρισμού, άρχισαν να γίνονται αισθητές από την αρχή της δεκαετίας του 1990. Αρκετές περιοχές, κυρίως της νησιωτικής Ελλάδας, με χαρακτήρα παραδοσιακό, αντιμετώπισαν προβλήματα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά, τα οποία δεν έχουν ακόμη καταφέρει να τα επιλύσουν. Συνέπεια όλων αυτών είναι η υποβάθμιση της ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος και το επίπεδο της ανταγωνιστικής τους θέσης.

Δεν θα πρέπει όμως να θεωρηθεί ότι η τουριστική ανάπτυξη και δραστηριότητα προκαλεί περισσότερες δυσμενείς επιπτώσεις παρά οφέλη για έναν τουριστικό προορισμό. Το αποτέλεσμα είναι θετικό γιατί με την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής δίνεται ώθηση στην εθνική και την τοπική οικονομία. Υπάρχουν περιοχές, όπως τα νησιά, που δεν υπάρχουν δραστηριότητες που να μπορούν να δραστηριοποιηθούν οι ντόπιοι επιχειρηματίες πλην των τουριστικών δραστηριοτήτων. Οι όροι της ανάπτυξης είναι αυτοί που θα καθορίσουν την βιωσιμότητα και την αειφορία της.



## 1.6 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κύριος σκοπός της τουριστικής μετακίνησης είναι η ψυχαγωγία και η αναψυχή. Είναι η κλασική μορφή που καθορίζει την τουριστική μετακίνηση που για τον περισσότερο κόσμο αφορά τις διακοπές. Σε κάθε άλλη περίπτωση η μετακίνηση τουριστών αφορά εναλλακτικό τουρισμό ή ειδικές ή ήπιες μορφές τουρισμού. Σε αυτές τις μορφές τουρισμού στηρίζουν οι αρμόδιοι την επανάσταση στον τουρισμό, με προσπάθεια για προώθηση στο τουριστικό καταναλωτικό κοινό, έτσι ώστε να υπάρξει μία ροή τουριστών σε τουριστικές περιοχές και να εξομαλυνθεί το πρόβλημα της εποχικότητας.

Κύριο χαρακτηριστικό των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, είναι η αντίθεσή τους προς τον κλασικό τουρισμό και κύριος στόχος τους είναι η διαφύλαξη του περιβάλλοντος, της πολιτιστικής κληρονομιάς και η ανάπτυξη νέων θεματικών τρόπων προσέλκυσης τουριστών, δημιουργία νέων τουριστικών πόλων και τουριστικών ρευμάτων. Συγκεκριμένο πρόγραμμα ανάπτυξης δεν υπάρχει σε καμία χώρα ώστε να λειτουργήσει πιλοτικά και για τις υπόλοιπες. (Βενετσανοπούλου, 2006, σελ. 22).

Ο προγραμματισμός ξεκινά συνήθως από το τοπικό επίπεδο με ιδιωτικές εταιρείες και τοπικούς επιχειρηματίες για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Σε πολλές περιπτώσεις μπορεί η προώθηση και τα ενδιαφέροντα των πελατών να μετατραπούν σε μορφή μαζικού τουρισμού.

Χώρες που στήριξαν την τουριστική τους ανάπτυξη στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού, άργησαν να αναπτύξουν τις εναλλακτικές μορφές.

Σε αυτές τις χώρες η ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού συνδέθηκε με τον κορεσμό της κλασικής μορφής του τουρισμού, με επίπτωση στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και την αρνητική επιρροή στις τοπικές κοινωνίες.

Στην Ελλάδα οι ειδικές μορφές τουρισμού άρχισαν να γίνονται αντικείμενο μελέτης στα μέσα της δεκαετίας του 1970. (Βενετσανοπούλου, 2006, σελ. 20). Αποτέλεσμα αυτής της μελέτης ήταν ένα πρόγραμμα ανάπτυξης για ορισμένες μορφές, που επιλέχτηκαν σύμφωνα με τις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες της εποχής.

Στη χώρα μας οι μορφές αυτές διακρίνονται σε:

- Ειδικές μορφές τουρισμού που λειτουργούν σαν συμπλήρωμα του κλασικού μαζικού τουρισμού, όπως ο θαλάσσιος και ο υπαίθριος τουρισμός.

- Ειδικές μορφές τουρισμού που έχουν παράδοση παρουσίας αιώνων, όπως ο θρησκευτικός τουρισμός και ο πολιτιστικός τουρισμός λόγω του πολιτιστικού και ιστορικού πλούτου της χώρας.

## 1.7 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που υπάρχουν και έχουν αναπτυχθεί ή συγκεντρώνουν τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη είναι οι εξής (Ηγουμενάκης, 1999).

- **Φυσιολατρικός ή φυσιογνωστικός τουρισμός.** Ο τουρισμός της μορφής αυτής έχει σαν σκοπό την απόλαυση και τη γνώση της φύσης, με απώτερο όφελος τη ψυχική και φυσική ευεξία του ατόμου από τις καλύτερες συνθήκες ζωής κοντά στο φυσικό περιβάλλον, μακριά από την καθημερινότητα των αστικών κέντρων και την επιβάρυνση του περιβάλλοντός τους.
- **Μορφωτικός ή γνωστικός τουρισμός.** Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Αυτό το είδος τουρισμού περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων, αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας καθώς και συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλολογίας, ψυχολογίας και κοινωνιολογίας.
- **Τουρισμός εκθέσεων.** Ο τουρισμός εκθέσεων πρόκειται ουσιαστικά για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο. Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις, που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης και μορφωτικό τουρισμό.
- **Τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός.** Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού. Λόγοι υγείας, οδηγούν στην ανάπτυξη αυτού του είδους. Με τον όρο αυτό δεν εννοούμε ταξίδια που πραγματοποιούνται για νοσοκομειακή και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, αλλά και τη μετάβαση και διαμονή σε μέρη όπου οι κλιματολογικές συνθήκες είναι καλύτερες και που είναι απαραίτητη η αλλαγή αυτή για κάποια άτομα. Σε αυτό το είδος

τουρισμού περιλαμβάνονται και ταξίδια σε λουτροπόλεις, ιαματικές πηγές και στα πολύ γνωστά και ραγδαίως αναπτυσσόμενα «spa».

- **Συνεδριακός τουρισμός.** Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο αριθμό συμμετοχών, σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, συνήθως δύο έως τέσσερις ημέρες, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως τον τουρισμό πόλης ή το μορφωτικό τουρισμό.
- **Οικογενειακός τουρισμός.** Η ύπαρξη παιδιών στην οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου διάρκειάς τους. Οι tour operators γνωρίζουν ότι όταν τα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν στην τουριστική αγορά είναι προσιτά στις οικογένειες, τότε αυτές ταξιδεύουν συνήθως με τα παιδιά τους. Επίσης, προσφέρουν διάφορες εκπτώσεις στα παιδιά των οικογενειών που κάνουν μαζικό ή ατομικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα στα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν για την μετακίνησή τους.
- **Τουρισμός τρίτης ηλικίας.** Η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια, επηρέασε και την τρίτη ηλικία που συνήθως διαθέτει τον ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, πάνω απ' όλα όμως διαθέτει την επιθυμία για ταξίδια και γενικότερα τουρισμό. Η τρίτη ηλικία αποτελεί σημαντικό τμήμα του τουριστικού δυναμικού της χώρας που κινείται συνήθως τουριστικά στο εσωτερικό της ή σε χώρες κοντινές, κυρίως σε αυτές που συνορεύουν με την χώρα της μόνιμης διαμονής τους.
- **Χειμερινός τουρισμός.** Ο τουρισμός για χειμερινά σπορ είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού, που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους να διαφοροποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών, κυρίως υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Ο τουρισμός αυτός καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων που διεξάγονται στην διάρκεια του χειμώνα. Καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες που εκδηλώνονται σε ορισμένο γεωγραφικό χώρο και για την ακρίβεια, συνήθως σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως χαμηλές θερμοκρασίες ή χιόνι.

- **Ορεινός τουρισμός.** Ο ορεινός τουρισμός, αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό για χειμερινά σπορ, δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα,

δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθρια αναψυχής και τουρισμού, που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτή τη μορφή τουρισμού.

- **Θαλάσσιος τουρισμός.** Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Χωρίς αμφιβολία ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια από τις δυναμικότερες και επιλεκτικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού. Η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τις φυσικές προϋποθέσεις και τις οικονομικές δυνατότητες να τον αναπτύξουν και να τον υποστηρίξουν, είναι μεγάλη.

Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρος δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι αυτή της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλοων σκαφών κλπ. Η πελατεία που απευθύνεται σ' αυτό το είδος τουρισμού είναι υψηλής οικονομικής στάθμης.

Άλλη αξιόλογη συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι και αυτή του θαλάσσιου τουρισμού με κρουαζιέρες, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς μεγάλη αύξηση. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, γιατί εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους, οι οποίοι αποτελούνται από άτομα υψηλής οικονομικής στάθμης.

- **Θρησκευτικός τουρισμός.** Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά σε μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται στη χώρα μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη, είτε για λόγους λατρείας, είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές, είτε για κάποιο «τάμα» που έχουν κάνει κλπ.

Η μορφή αυτού του τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας. Τα τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι φθηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού, επειδή είναι λιγότερα και τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους και για τις οικονομίες των χωρών των οποίων βρίσκονται, είναι σημαντικά.

- **Κοσμοπολίτικος τουρισμός.** Η πελατεία του κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι κυρίως άτομα της αριστοκρατίας, μεγιστάνες του πλούτου με συχνές μετακινήσεις σε κοσμοπολίτικα μέρη του κόσμου. Το κόστος γι' αυτές τις μετακινήσεις είναι αρκετά υψηλό, καθώς και το κόστος της διαμονής τους με τις οποίες απαιτήσεις συνεπάγεται. Τα άτομα που κάνουν κοσμοπολίτικο τουρισμό, μετακινούνται με ιδιότητα

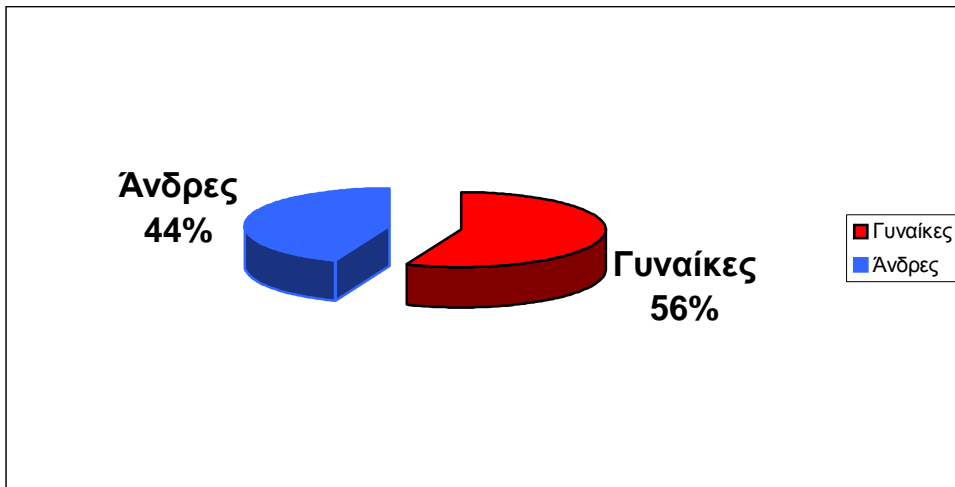
μεταφορικά μέσα (αεροπλάνα, θαλαμηγούς κ.α.). Κατά τη διαμονή τους επισκέπτονται πολυτελή ξενοδοχεία, πολυτελείς επαύλεις ή θαλαμηγούς.

- **Λαϊκός τουρισμός.** Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα ότι αποτελείται από άτομα που είναι ως επί το πλείστον, χαμηλής εισοδηματικής στάθμης. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα (αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες, τροχόσπιτα). Τα οικονομικά οφέλη από αυτό το είδος τουρισμού δεν είναι σημαντικά. Παρ' όλα αυτά οι χώρες υποδοχής αυτού του είδους τουριστών έχουν αναπτύξει την απαραίτητη υποδομή, έτσι ώστε να εξυπηρετείται και αυτή η κατηγορία τουριστών. Συγκεκριμένα έχουν κατασκευαστεί κάμπινγκ σε οδικούς άξονες, σε τουριστικές τοποθεσίες και στις παρυφές πόλεων, που προσφέρουν στα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό, υπηρεσίες που κάνουν τη διαμονή τους πιο άνετη.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η διαμονή σε κάμπινγκ είναι αρκετά φθηνότερη σε σχέση με τα άλλα τουριστικά καταλύματα. Αυτό το γεγονός εκτιμάται από τους τουρίστες του λαϊκού τουρισμού και κυρίως από εκείνους τους τουρίστες που έχουν πολυμελή οικογένεια.

- **Αγροτουρισμός.** Αυτό το είδος τουρισμού αναφέρεται σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής που αναπτύσσεται στον αγροτικό χώρο και εντάσσεται στα πλαίσια του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά σε τουριστικό χώρο και περιλαμβάνει τουριστικές δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο.
- **Τουρισμός περιπέτειας.** Αυτό το είδος τουρισμού χαρακτηρίζεται από την περιπέτεια, τη γνωριμία με το άγνωστο.

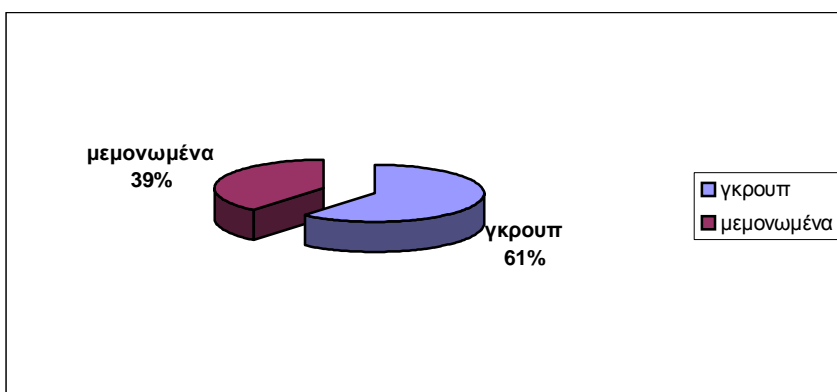
**Γράφημα 1.1: Δείγμα με βάση το φύλο.**



Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε., 2008.

Στο παραπάνω γράφημα φαίνεται ότι το 44% των ατόμων τρίτης ηλικίας που επιλέγουν τουρισμό είναι άνδρες και το 56% είναι γυναίκες.

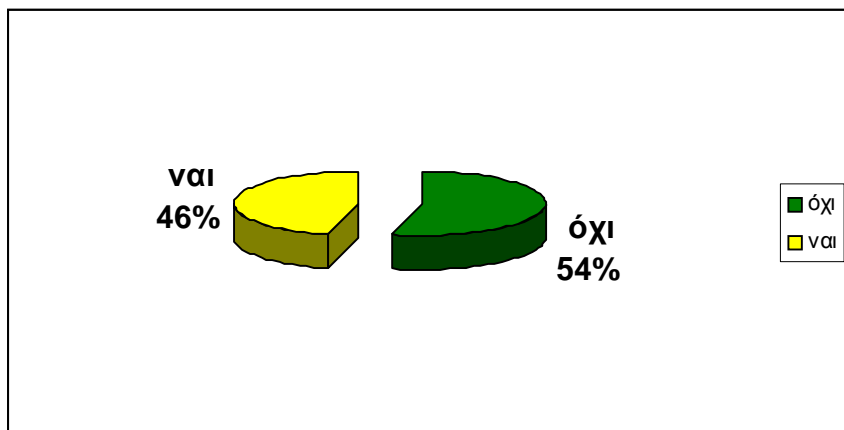
**Γράφημα 1.2: Δείγμα τουριστών Γ' ηλικίας που ταξιδεύουν μεμονωμένα ή με γκρουπ.**



Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε., 2008.

Στο γράφημα βλέπουμε ότι το 61% των ατόμων Γ' ηλικίας προτιμούν να ταξιδεύουν με γκρουπ, σε αντίθεση με το 39% που προτιμά να ταξιδεύει μεμονωμένα.

**Γράφημα 1.3: Δείγμα τουριστών Γ' ηλικίας που ταξιδεύουν και εκτός Ελλάδας.**



*Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε., 2008.*

Αυτό το γράφημα μας δείχνει τα ποσοστά των ατόμων Γ' ηλικίας που ταξιδεύουν και εκτός Ελλάδας. Βλέπουμε, λοιπόν, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, το 54% δηλαδή, δεν προτιμά τα ταξίδια εκτός Ελλάδας, ενώ το 46% κάνει ταξίδια εκτός Ελλάδας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ**





## 2.1 ΓΕΝΙΚΑ

Ο πληθυσμός ολόκληρου του πλανήτη γηράσκει. Με την πάροδο του χρόνου το ποσοστό των ατόμων που υπερβαίνουν το 55<sup>ο</sup> έτος, βαίνει συνεχώς αυξανόμενο. Αυτό οφείλεται στη μείωση του ρυθμού των γεννήσεων, στην καταπολέμηση των ασθενειών και στο υψηλότερο επίπεδο ευημερίας συγκριτικά με τις παλαιότερες γενεές.

Ο σχετικός ρυθμός μεταβολής αυξάνεται με την πάροδο του χρόνου. Το 1950 υπήρχαν στον πλανήτη 296,5 εκατομμύρια άτομα άνω των 55 ετών. Το 2000 ανήλθαν σε 816,1 εκατομμύρια άτομα και το 2020 αναμένεται, βάσει των προβλέψεων των Ηνωμένων Εθνών, η αύξηση να είναι 1,4 δισεκατομμύρια άτομα. Με την προβλεπόμενη αύξηση του πληθυσμού των ατόμων της τρίτης ηλικίας κατά τα έτη 2000 – 2020 η οποία θα είναι ίση με 590,2 εκατομμύρια άτομα, αναμένεται ότι η μέση ετήσια αύξηση θα είναι 2,75%. Αξιοσημείωτο είναι ότι κατά την ίδια χρονική περίοδο το ποσοστό αύξησης του παγκόσμιου πληθυσμού αναμένεται να είναι 1,13% ετησίως. ([www.disabled.gr](http://www.disabled.gr)).

Ο ευρωπαϊκός πληθυσμός γηράσκει με ταχύτερο ρυθμό του παγκοσμίου. Η Ευρώπη, μετά την Ιαπωνία, είναι η περιοχή που παρουσίασε κατά το παρελθόν και θα παρουσιάζει και στο μέλλον, σχετικά μεγάλη τάση γήρανσης. Το φαινόμενο θα είναι εντονότερο στις 10 ευρωπαϊκές χώρες από όπου προέρχεται μέχρι σήμερα το μεγαλύτερο μέρος του αλλοδαπού τουρισμού για τη χώρα μας. (Κάτσος, 2004, σελ. 48).

Αν και η τάση γήρανσης είναι στην Ευρώπη μεγαλύτερη από την παγκόσμια, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης του αριθμού των ηλικιωμένων στην Ήπειρο, λόγω σχετικής υπογεννητικότητας, είναι χαμηλότερο του παγκοσμίου. Στην Ευρώπη αναμένεται ότι θα υπάρχουν 253,6 εκατομμύρια άτομα άνω των 55 ετών κατά το έτος 2020, έναντι 184 εκατομμυρίων που μετρήθηκαν το 2000. Σε ό,τι αφορά την Ελλάδα, οι εκτιμήσεις αναφέρουν ότι ενώ ο συνολικός πληθυσμός των 10 ευρωπαϊκών χωρών, απ' όπου η χώρα μας αντλεί το 75% περίπου του αλλοδαπού τουρισμού της, θα αυξάνεται με πολύ μικρό ρυθμό της τάξεως του 0,04% κατά την δεκαετία 2000 – 2010, αντίθετα ο πληθυσμός των ηλικιωμένων ατόμων θα αυξάνεται με ρυθμό 1,3% ετησίως. Τα ταξίδια όμως των ηλικιωμένων, σε αντίθεση με τις πληθυσμιακές εξελίξεις, θα αυξάνονται με ρυθμό 4,8% ετησίως. Παρόμοιες είναι περίπου οι εξελίξεις για την περίοδο 2010 – 2020. Η αντίθεση όμως είναι πιο έντονη αυτή τη δεκαετία. Αναμένεται ότι ο συνολικός πληθυσμός θα μειωθεί, ενώ

τα ταξίδια που απευθύνονται σε άτομα τρίτης ηλικίας θα αυξηθούν σημαντικά. ([www.disabled.gr](http://www.disabled.gr)).

Οι προτιμήσεις των Ευρωπαίων τουριστών τρίτης ηλικίας, έχει διαπιστωθεί από σχετικές έρευνες, ότι επιθυμούν:

- Γεύμα σε καλό εστιατόριο (86%).
- Ψώνια και περιηγήσεις (67%).
- Επίσκεψη σε ιστορική τοποθεσία (67%).
- Επίσκεψη σε αξιοθέατα της πόλης (52%).
- Περιήγηση στην εξοχή (47%).
- Επίσκεψη σε γκαλερί τέχνης ή μουσείο (40%).
- Επίσκεψη σε μέρος με πολιτισμικό ενδιαφέρον (38%).

Μικρότερα είναι τα ποσοστά προτίμησης (10 – 20%) σε δραστηριότητες όπως tour με οδηγό, επίσκεψη σε εθνικό πάρκο ή πάρκο διασκέδασης. Κάτω του 10% είναι οι δραστηριότητες όπως επίσκεψη σε καζίνο, tour με κρουαζιερόπλοιο, άθληση στο σκι, ψάρεμα, κυνήγι, οικολογική εκδρομή κ.λ.π. Τα στοιχεία στα οποία δείχνουν τα άτομα τρίτης ηλικίας προτίμηση, προτιμώνται και από τα άλλα ηλικιακά στρώματα και αφού αποτελούν πόλο έλξης και νεότερων ατόμων, πρέπει να επιβληθεί η προώθηση της γιατί έτσι θα τονωθεί το συνολικό τουριστικό ρεύμα στη χώρα μας. Για να γίνει ο ελληνικός τουρισμός ανταγωνιστικότερος παγκοσμίως θα πρέπει να εμπλουτιστεί και με εναρμονισμένα μεταξύ τους πολιτισμικά στοιχεία (μνημεία, μουσεία, θεματικά πάρκα, εκδηλώσεις κ.λ.π.).

Γενικότερα, η επίδραση των νέων τεχνολογιών και η εμφάνιση του ενημερωμένου τουρίστα σε συνδυασμό με τις νέες συνθήκες που επικρατούν στην ξενοδοχειακή και τουριστική βιομηχανία, έχουν συντελέσει στην αλλαγή του τουριστικού τοπίου. Αν συγκρίνουμε τον παλιό με το νέο τουρίστα, θα διαπιστώσουμε ότι σήμερα ο τουρίστας έχει περισσότερες εμπειρίες και είναι πιο ώριμος.

Σήμερα ο τουρίστας επιδιώκει νέες εμπειρίες στα ταξίδια του, όπως τέχνες, πολιτισμό, περιβάλλον και ότι μπορεί να συμβάλει στη ψυχική ανανέωση και την ικανοποίηση για μάθηση και κατανόηση.

Λόγω της αύξησης του μέσου όρου ζωής, της σμίκρυνσης της οικογένειας και της αύξησης του πληθυσμού από ανώτερα ηλικιακά στρώματα, δημιουργήθηκε η νέα αγορά τουρισμού που απευθύνεται σε αυτή την κατηγορία ατόμων.

Ο τουρισμός Γ' ηλικίας αφορά τουρίστες που έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλή οικονομική επιφάνεια ή καλή αποταμίευση, λόγω του τρόπου ζωής. Η επιθυμία για ταξίδια και γνωριμία με το «νέο», συντελεί στην ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας.

## **2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ – ΓΕΝΙΚΑ**

Η αύξηση ορίου ηλικίας στις ανεπτυγμένες χώρες, η δημογραφική μετατόπιση προς μεγαλύτερες ηλικίες, δημιούργησε ένα νέο τουρίστα, αυτόν της Γ' ηλικίας. Οι τουρίστες αυτοί είναι άτομα που κατά τη νεαρή τους ηλικία υπήρχε η διάθεση για ταξίδια και η διάθεση αυτή συνεχίζεται διατηρώντας αναλλοίωτα τα ενδιαφέροντα των διακοπών.

Η επιβεβαίωση του Παγκοσμίου Οργανισμού Τουρισμού (WTO 2000) είναι η τάση γήρανσης του πληθυσμού παγκοσμίως. Δεν είναι ένα παροδικό φαινόμενο αλλά σε βάθος χρόνου είναι ένα σημαντικό φαινόμενο με πολλές επιπτώσεις. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το έτος 1950 το 11,2% του παγκοσμίου πληθυσμού ήταν ηλικιωμένοι, δηλαδή 281,20 εκατομμύρια άνθρωποι. Το έτος 2000 ποσοστό ανέρχεται σε 12,3%, δηλαδή 746,8 εκατομμύρια ανθρώπους και αναμένεται ότι το ποσοστό την επόμενη δεκαετία θα αυξηθεί σε ποσοστό 16,7% δηλαδή 1270,70 εκατομμύρια ανθρώπους.

Σήμερα οι άνθρωποι των 60 ετών είναι άτομα που δεν χαρακτηρίζονται ηλικιωμένοι, όπως παλαιότερα. Έτσι εδώ και 40 χρόνια τα τουριστικά μηνύματα της τουριστικής βιομηχανίας απευθύνονται σε αυτούς. Οι σημερινοί 60άρηδες ταξιδεύουν πολύ και έχουν δίψα για γνώση και νέες εμπειρίες.

Με τις σημερινές συνθήκες διαβίωσης τα άτομα τρίτης ηλικίας δεν θυμίζουν ηλικιωμένους. Η σωστή διατροφή, η άθληση, η εξέλιξη της ιατρικής βοηθούν ώστε οι άνθρωποι αυτοί να έχουν καλή υγεία, ευεξία και θέληση για γνωριμία με το «νέο». Με τα πιο πάνω δεδομένα έχουμε νέες ταξιδιωτικές συνήθειες απ' ότι όταν ήταν σε νεότερες ηλικίες. Από υπάρχοντα στατιστικά στοιχεία (στατιστικές έρευνες) που έγιναν στην Αμερική, οι άνθρωποι της Γ' ηλικίας δαπανούν πάνω από 5 τρις δολάρια ανά έτος. Επίσης 30% των ατόμων αυτών έχουν πτυχίο πανεπιστημίου, 70% εργάζεται πλήρες ωράριο και πάνω από το 70% των νοικοκυριών διαθέτει δύο εισοδήματα, 20% είναι τακτικά μέλη σε γυμναστήρια και health club. Η στατιστική έρευνα αναφέρει ακόμη ότι το 80% των ατόμων δηλώνει ότι δεν

σκοπεύει να συνταξιοδοτηθεί και αυτό γιατί αυτοί οι άνθρωποι έχουν ζήσει και έχουν οργανώσει όλη τη ζωή τους ως εργαζόμενοι. Η ζωή του συνταξιούχου έχει μικρότερες αποδοχές, μεγαλύτερα χρέη και μικρή έως μηδαμινή αποταμίευση, χωρίς αξιόλογη ιατροφαρμακευτική περίθαλψη. (Κάτσος, 2004, σελ. 66).

### **2.2.1. ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΑΤΟΜΑ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ**

Με την πάροδο του χρόνου, ο πληθυσμός του πλανήτη γηράσκει και τα άτομα που υπερβαίνουν τα 55 έτη αυξάνονται συνεχώς. Είναι αποτέλεσμα της μείωσης των γεννήσεων στην εξέλιξη της ιατρικής για καλύτερη αντιμετώπιση των ασθενειών και καλύτερο τρόπο διαβίωσης απ' ότι παλαιότερα. Αξιοσημείωτο είναι ότι μετά από σχετική έρευνα που έγινε, ο παγκόσμιος πληθυσμός κατά την περίοδο 2000 – 2020 αναμένεται να αυξηθεί με ποσοστό 1,13%. ([www.idrasis.gr](http://www.idrasis.gr)).

Ο ευρωπαϊκός πληθυσμός γηράσκει με τον ταχύτερο ρυθμό παγκοσμίως. Η Ιαπωνία είναι η περιοχή του πλανήτη που είχε μεγάλη τάση γήρανσης παγκοσμίως και θα εξακολουθήσει και στο μέλλον. Η χώρα μας στηρίζεται τουριστικά από 10 ευρωπαϊκά κράτη στα οποία θα είναι εντονότερα το φαινόμενο γήρανσης του πληθυσμού. Στην Ευρώπη αναμένεται ότι το έτος 2020 θα υπάρχουν 253,6 εκατομμύρια ατόμων άνω των 55 ετών σε σχέση με το 2000 που ήταν 184 εκατομμύρια. Στην Ελλάδα το 75% του συνολικού αλλοδαπού τουρισμού προέρχεται από 10 ευρωπαϊκά κράτη. Μετρήσεις αναφέρουν ότι το ποσοστό αύξησης κατά τη 10ετία 2000 – 2010 ήταν 0,04%, σε αντίθεση με την αύξηση του ποσοστού ηλικιωμένων σε 1,3% ετησίως. Σε αντίθεση όμως με τις πληθυσμιακές εξελίξεις, η αύξηση του ποσοστού ταξιδιών ηλικιωμένων ατόμων ήταν 4,8% ετησίως. Η ίδια αύξηση προβλέπεται και για τη 10ετία 2010 – 2020. Οι 10 ευρωπαϊκές χώρες, από τις οποίες αντλεί τουρίστες η χώρα μας, είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Ολλανδία, η Ιταλία, η Σουηδία, η Δανία, η Φινλανδία, η Αυστρία και το Βέλγιο. Το έτος 2000 επισκέφθηκαν την Ελλάδα 3 εκατομμύρια τουρίστες ηλικίας άνω των 55 ετών. ([www.idrasis.gr](http://www.idrasis.gr)).

Σύμφωνα με στοιχεία του Ι.Τ.Ε.Π. (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων) κατά την 50ετία 1950 – 2000, έχει παρατηρηθεί η μεταβολή της ηλικιακής διάρθρωσης του πληθυσμού σε όλο τον πλανήτη, με αποτέλεσμα τη συγκέντρωση του

πληθυσμού στα ανώτερα ηλικιακά στρώματα. Έτσι οι νέοι τουρίστες είναι έμπειροι, «πολυταξιδεμένοι» και με απαιτήσεις για ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Λόγω της ηλικίας αυτοί οι τουρίστες προτιμούν να συμμετέχουν σε ταξίδια που παρέχουν ασφάλεια και αποτελούνται από οργανωμένες ομάδες. Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας έχουν συγκεκριμένο προϋπολογισμό για το ταξίδι που πρόκειται να πραγματοποιήσουν. (Κάτσος, 2004, σελ. 42).

### 2.2.1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ

Στον πιο κάτω πίνακα αναφέρονται κάποια στατιστικά στοιχεία για τα ηλικιακά στρώματα που έχουν ταξιδέψει:

**Πίνακας 1:** Μερικές στατιστικές όσον αφορά πόσοι άνθρωποι αυτών των ηλικιών ταξίδεψαν γενικά:

Κλίμακα των ηλικιών	1990	2000	Ύψος της αλλαγής: 1990/00%	2010
55 - 59	0,6	1,0	5,2	1,66
60 - 64	0,5	0,9	6,1	1,63
65 - 69	0,4	0,8	7,2	1,60
70 - 74	0,4	0,7	5,8	1,23
75 +	0,3	0,6	7,2	1,27
<b>Μέση (55+)</b>	<b>0,5 (50%)</b>	<b>0,8 (80%)</b>	<b>4,8</b>	<b>1,44</b>

Πηγή: Κάτσος (2004:46).

Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας μπορούν να ταξιδεύουν συχνότερα από άλλους νεότερους. Τα ταξίδια τους συνήθως δεν έχουν μεγάλη διάρκεια. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν υπάρχουν οικογενειακές και επαγγελματικές υποχρεώσεις και έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο. Στα ταξίδια τους επισκέπτονται μουσεία, μνημεία, εκθέσεις κ.λπ. Λόγω του προκαθορισμένου προϋπολογισμού τους, υπάρχει μέτρο στις δαπάνες του ταξιδιού. Έχει παρατηρηθεί ότι σε μεγαλύτερες ηλικίες (55 – 80 ετών) οι άνθρωποι τείνουν να αποδείξουν ότι δεν έχουν γεράσει. Επίσης αρκετά ταξίδια πραγματοποιούνται σε νεκρές περιόδους και σε

οργανωμένες ομάδες για την αντιμετώπιση της μοναξιάς και της συναναστροφής με άλλους ανθρώπους ( WTO 1997 ). Έχει παρατηρηθεί ότι η πλειοψηφία των τουριστών Γ' ηλικίας είναι γυναίκες. Στους τουριστικούς τους προορισμούς τους ενδιαφέρονται για αγορές και ψώνια. Είναι το είδος του τουρίστα που θα επιστρέψει στον τόπο καταγωγής του και θα έχει αγοράσει αναμνηστικά, δώρα και τοπικά προϊόντα για μέλη της οικογένειάς τους και φίλους. Γι' αυτό και πολλοί προορισμοί επιλέγονται λόγω της καλής οργάνωσης της αγοράς τους. Ο WTO ( 1997 ) έχει κατατάξει σε κατηγορίες την αγορά Γ' ηλικίας σε δύο μορφές, ανάλογα με τις ηλικίες:

### **Πίνακας 2: Ηλικίες**

**Η πρώτη περιλαμβάνει τις ηλικίες μεταξύ πενήντα πέντε (55) και εβδομήντα εννέα (79) έτη, αυτό είναι βασισμένο στη ζήτηση του τουρισμού εκείνων των ηλικιών, λόγω του ότι αυτοί οι άνθρωποι έχουν μια μεγαλύτερη μετακίνηση, μια καλύτερη κατάσταση υγείας και μια διαφορετική τάση στον τουρισμό, ειδικά στον ξένο τουρισμό.**

**Η δεύτερη κλίμακα περιλαμβάνει τους ηλικιωμένους, συνήθως ογδόντα – συν (80+), επειδή οι ανάγκες τους είναι διαφορετικές έναντι πριν, έχουν μια συμπεριφορά λόγω του λόγου της βραδύτητας και της εύθραυστης υγείας. Για αυτόν το λόγο κάνουν συνήθως εσωτερικό τουρισμό και όχι περισσότερο μακριά από την περιοχή εστίασής τους.**

*Πηγή: Κάτσος (2004:42).*

Οι τουρίστες με επίπεδο μόρφωσης έχουν περισσότερες απαιτήσεις και είναι αυτοί που μπορούν να δώσουν περισσότερες πληροφορίες για τον προορισμό που έχουν επισκεφθεί, με τέτοιο τρόπο ώστε να παροτρύνουν και άλλους να πραγματοποιήσουν το ταξίδι. Ένα μεγάλο ποσοστό ευκατάστατων τουριστών τρίτης ηλικίας προτιμά τουρισμό με κρουαζιερόπλοια. Είναι ένα είδος τουρισμού που τους παρέχει άνεση και εμπειρίες χωρίς ιδιαίτερες μετακινήσεις.

Ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών τρίτης ηλικίας, αν όχι το μεγαλύτερο, προτιμά προορισμούς που έχουν σχέση με την υγεία. Με αυτό τον τρόπο συνδυάζουν την υγεία με τις διακοπές. Πολλοί τουρίστες, πριν προγραμματίσουν το ταξίδι, συμβουλευονται τον γιατρό τους. Το επικείμενο ταξίδι θα πρέπει να είναι ασφαλές για την υγεία τους και την ιατρική τους περίθαλψη, αν προκύψει οποιαδήποτε ανάγκη κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους. Για

τους λόγους αυτούς τα ταξίδια των ατόμων τρίτης ηλικίας δεν είναι μεγάλης διάρκειας, γιατί μπορεί να τους προκαλέσει κούραση και δυσφορία. Με κριτήριο την ασφάλειά τους κατά την διάρκεια ενός ταξιδιού γίνεται και η επιλογή του προορισμού.

Οι περισσότεροι τουρίστες επηρεάζονται από την γαστρονομία, τον πολιτισμό και την ιστορία του τουριστικού προορισμού. Αρκετά μικρό ποσοστό είναι εκείνοι που προτιμούν την άσκηση ή δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με την επαφή τους με το περιβάλλον (αλιεία κλπ.).

Συνήθως, οι δραστηριότητες των τουριστών τρίτης ηλικίας που γίνονται κατά την διάρκεια των διακοπών τους είναι οι εξής:

- Επαφή με την φύση.
- Δραστηριότητες με την οικογένεια και τους φίλους.
- Δραστηριότητες στον ήλιο.
- Δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με κάτι νέο και διαφορετικό.
- Χαλάρωση και απόλαυση.
- Δραστηριότητες που έχουν ως στόχο την βελτίωση της υγείας.
- Επισκέψεις σε αξιοθέατα.

Αυτά είναι κάποια από τα κριτήρια για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και την γνωριμία με έναν νέο προορισμό.

Επίσης οι τουρίστες τρίτης ηλικίας αναζητούν την ποιότητα και τις χαμηλές τιμές. Αυτό συνεπάγεται από την ωριμότητα αυτού του τουρίστα για καλές διακοπές στα πλαίσια της λογικής τιμής.

Βάσει στατιστικών στοιχείων οι προτιμήσεις των Ευρωπαϊών τουριστών τρίτης ηλικίας έχουν ως εξής ([www.disabled.gr](http://www.disabled.gr)):

- Γεύμα σε καλό εστιατόριο (86%).
- Ψώνια στον τόπο προορισμού τους (67%).
- Επίσκεψη σε κάποια ιστορική τοποθεσία (67%).
- Επίσκεψη σε κάποια μικρή πόλη (54%).
- Επίσκεψη σε αξιοθέατα της πόλης (52%).
- Περιήγηση στην εξοχή (47%).
- Επίσκεψη σε γκαλερί ή μουσείο (40%).
- Επίσκεψη σε μέρος με πολιτισμικό ενδιαφέρον (38%).

Σε μικρότερα ποσοστά βρίσκονται οι προτιμήσεις για tour με οδηγό, επισκέψεις σε εθνικά πάρκα κλπ.(10%-20%).

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προκύπτουν, οι μελλοντικοί τουρίστες Γ' ηλικίας θα έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις για τις διακοπές τους. Το γεγονός ότι θα υπάρξει αύξηση των ταξιδιών στα επόμενα χρόνια για τους ανθρώπους που θα είναι συνταξιούχοι, σημαίνει ότι θα υπάρξει και αύξηση αυτού του είδους τουρισμού. Η ταξιδιωτική εμπειρία, οι οικονομικές δυνατότητες, η καλή κατάσταση υγείας, είναι παράγοντες που θα συντελέσουν στις απαιτήσεις των ατόμων τρίτης ηλικίας, με πολύ σαφή εικόνα για το πώς θέλουν να είναι οι διακοπές τους.

Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας θέλουν να ταξιδεύουν συχνά, αλλά οι διακοπές τους να μην έχουν μεγάλη διάρκεια. Υπολογίζουν το κόστος και τα έξοδα που θα προκύψουν από το εισερχόμενο ταξίδι και συνήθως ταξιδεύουν εκτός τουριστικής περιόδου για λόγους ασφάλειας. Ένα παράδειγμα που επιβεβαιώνει τις προτιμήσεις των τουριστών Γ' ηλικίας είναι αυτό που ακολουθεί και αφορά Γερμανούς τουρίστες:

### Πίνακας 3: Γερμανοί τουρίστες

<b>Κίνητρα για τουρισμό.</b>	<b>Ποσοστό %</b>
<b>Επαφή με τη φύση.</b>	<b>57</b>
<b>Να απολαύσουν ένα ωραίο φαγητό.</b>	<b>55,1</b>
<b>Να βρεθούν μαζί με την οικογένεια, τους φίλους και τις παρέες τους.</b>	<b>54,7</b>
<b>Καινούριες εμπειρίες που ενθουσιάζουν.</b>	<b>47,8</b>
<b>Ήλιος – αποφυγή του άσχημου καιρού.</b>	<b>47,7</b>
<b>Νέες και διαφορετικές εμπειρίες.</b>	<b>46,1</b>
<b>Απραξία και relax.</b>	<b>45,1,</b>
<b>Απόλαυση, κυνηγητό της ηδονής.</b>	<b>43,7</b>
<b>Να κινείται, να οδηγεί συνεχώς.</b>	<b>33,5</b>
<b>Μόρφωση, διεύρυνση του πνεύματος.</b>	<b>31</b>
<b>Βελτίωση ομορφιάς, μαύρισμα.</b>	<b>30,2</b>
<b>Βελτίωση υγείας.</b>	<b>27</b>
<b>Συνάντηση συγγενών και φίλων.</b>	<b>25,9</b>
<b>Εκγύμναση.</b>	<b>18</b>
<b>Να φλερτάρει.</b>	<b>11</b>

*Πηγή: Κάτσος (2004:76 – 77).*



Συμπερασματικά θα πρέπει να αναφέρουμε ότι όσοι ασχολούνται με τον τουρισμό, σχεδιάζουν μία νέα αγορά που απευθύνεται σε τουρίστες Γ' ηλικίας. Οι τρόποι προσέγγισης αυτών των τουριστών θα γίνει με την προσφορά νέων προϊόντων που θα απευθύνονται σ' αυτά την κατηγορία των τουριστών.

## **2.3 ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ**

Είναι φανερό ότι οι τουρίστες τρίτης ηλικίας έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις από την προσφορά του τουριστικού προϊόντος. Αυτό δηλώνει ότι οι τουριστικοί προορισμοί θα πρέπει να έχουν την ανάλογη υποδομή και προσφορά προϊόντων που θα απευθύνεται και σ' αυτό το είδος τουρίστα. Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουν προκύψει, οι επαγγελματίες του τουρισμού και όχι μόνο, θα πρέπει να προσφέρουν υπηρεσίες και προϊόντα που θα απευθύνονται στους τουρίστες Γ' ηλικίας. Αυτό μπορεί να είναι γαστρονομία, θεραπευτικός τουρισμός, θρησκεία, πολιτισμός κ.λ.π.

Η Ελλάδα είναι μία χώρα που εκτός από τον ήλιο, τη θάλασσα, τις φυσικές ομορφιές και τα νησιά της, έχει να προσφέρει στον επισκέπτη της πλούσια ιστορία και πολιτισμό. Οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στα πλαίσια του πολιτιστικού χαρακτήρα, είναι ικανά να προσελκύσουν τουρίστες απ' όλο τον κόσμο για να βιώσουν αυτή την εμπειρία. Αυτή η πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας προβάλλεται, αλλά τι γίνεται με τα άτομα που θέλουν να συμμετέχουν σε αυτό το είδος τουρισμού; Η ανάπτυξη των κατάλληλων υποδομών θα είναι εκείνη που θα ωθήσει στην προσέλευση τουριστών Γ' ηλικίας.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία αύξηση των ατόμων τρίτης ηλικίας προς την Ελλάδα. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) έχει θέσει σε εφαρμογή το πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» και απευθύνεται σε άτομα Γ' ηλικίας. Σκοπός του προγράμματος αυτού είναι η προώθηση του τουρισμού για άτομα τρίτης ηλικίας με σκοπό την ανάπτυξη κάποιων περιοχών και τη δημιουργία κατάλληλων υποδομών που θα εξυπηρετούν αυτούς τους τουρίστες.

Άλλωστε σύμφωνα με μελέτη που έχει εκπονηθεί από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.), τα άτομα Γ' ηλικίας προσπορίζουν στη χώρα προορισμού, αν συγκριθούν με τις νεότερες ηλικίες τουριστών, περισσότερα οφέλη, αφού αρέσκονται στην κατανάλωση ντόπιων προϊόντων και φαγητών. Στις χώρες προορισμού τους

προκαλούν από ελάχιστες ως μηδενικές αρνητικές επιπτώσεις, δεν έρχονται σε προστριβές με τους ντόπιους κατοίκους και δεν δημιουργούν προβλήματα. Αντιθέτως αναπτύσσουν φιλικές σχέσεις με τους ντόπιους κατοίκους και συμμετέχουν στα ήθη και έθιμά τους, ενδιαφέρονται για τα πολιτιστικά στοιχεία ενός τόπου και με αυτό τον τρόπο ωθούν τις αρμόδιες αρχές στη συντήρηση και αναβάθμιση αυτών των στοιχείων της χώρας.

Από τη μελέτη εξήχθησαν συμπεράσματα που αφορούν:

1. Τις ιδιαιτερότητες του τουρισμού ατόμων Γ' ηλικίας.
2. Τη σημαντικότητά του για την οικονομία.
3. Την αναγκαία πολιτική που πρέπει να εφαρμόσουν, τόσο ο δημόσιος όσο και ο ιδιωτικός τομέας για να προωθηθεί αποτελεσματικά ο σχετικός τουρισμός.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο ευρύτερος δημόσιος και ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να συνεργάζονται με συνείδηση του γεγονότος ότι ο τουρισμός αποτελεί σήμερα τομέα «ηγέτη» (leader) της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας μας. Η συνεργασία αυτή πρέπει να είναι συνεπής και συνεχής και να μην επιδέχεται καμία παρεμβολή από την εκάστοτε κυβερνητική κατάσταση για να μπορεί να είναι αποτελεσματική και αποδοτική σε βάθος χρόνου.

Προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί στη διαφήμιση των παροχών και την προώθηση του ελληνικού προϊόντος στο εξωτερικό. Επίσης τρία θέματα που έχουν απήχηση στα άτομα τρίτης ηλικίας είναι: η ασφάλεια, η υγεία και η ποιότητα, συμπεριλαμβανομένου ότι τα άτομα Γ' ηλικίας επιδιώκουν και την αποφυγή της ταλαιπωρίας στα αεροδρόμια, λιμάνια κ.λ.π. σε σημαντικά μεγαλύτερο βαθμό από όσο τα νεότερα άτομα. Για τους λόγους αυτούς οι ελληνικές επιχειρήσεις για να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους στο Μεσογειακό χώρο, πρέπει να είναι πρωτοπόρες στο θέμα της ποιότητας και αυτό θα το επιτύχουν αν αναπτύξουν ριζοσπαστικές καινοτομίες και αρχίσουν να χρησιμοποιούν τη σχετική σύγχρονη τεχνολογία, πετυχαίνοντας όχι μόνο τη βελτίωση της ποιότητας, αλλά και τη δημιουργία νέων υπηρεσιών, που θα συμβάλλουν στη διαφοροποίηση του προϊόντος και στην καλύτερη εξυπηρέτηση του τουρίστα. Έτσι, θα αυξάνουν την ανταγωνιστικότητά τους και θα εξασφαλίζουν την επικράτησή τους στην αγορά.

Το κράτος και γενικότερα ο ευρύτερος δημόσιος τομέας, καλείται να συνδράμει στην προσπάθεια των επιχειρήσεων που σκοπό έχει τη βελτίωση της προσφερόμενης υπηρεσίας, εμπλουτίζοντάς την με στοιχεία που θα την κάνουν αρεστή στα άτομα τρίτης ηλικίας. Σημαντικές, συνεπώς, θεωρούνται παρεμβάσεις του δημόσιου τομέα της Υγείας για να δημιουργηθεί στις νησιώτικες κυρίως τουριστικές περιοχές, υποδομή για την προσφορά αντίστοιχων υπηρεσιών. Αναγκαία, επίσης, θεωρείται ίσως και η δημιουργία υποδομών, που θα εγγυώνται στους τουρίστες, την ασφάλεια και την ιατρική τους περίθαλψη.

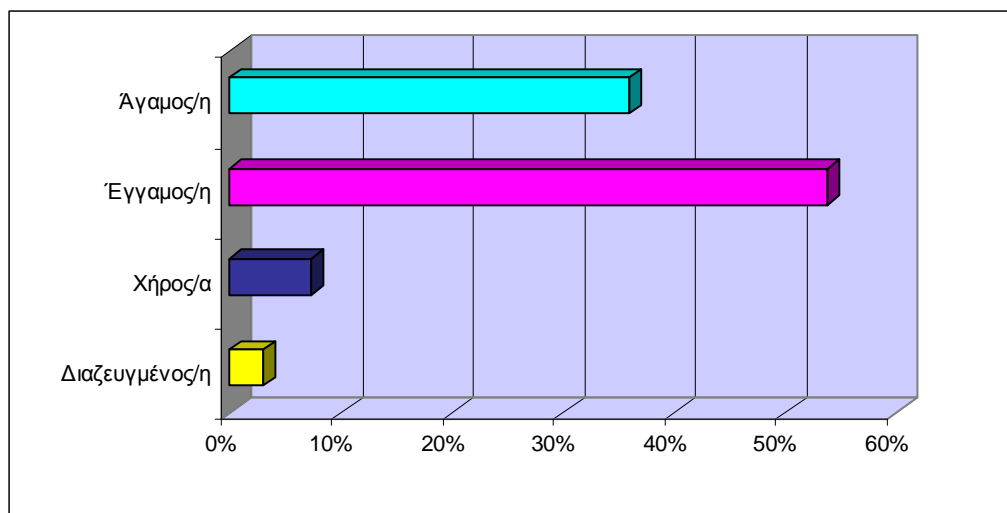
Θα ήταν σημαντική και η ενεργοποίηση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, η οποία σήμερα κατά το πλείστον αδρανει, ώστε να προωθηθεί και η λεγόμενη «έξω – ξενοδοχειακή» ποιότητα του τουριστικού προϊόντος στην οποία τα άτομα τρίτης ηλικίας αποδίδουν μεγάλη σημασία. (Ι.Τ.Ε.Π., 2009).

Ακόμη, μία αποτελεσματική κίνηση θεωρήθηκε ότι θα ήταν η εισαγωγή του πολιτισμικού στοιχείου στο παραδοσιακό προϊόν «ήλιος – θάλασσα – αμμουδιές» και γι' αυτό το λόγο το Υπουργείο Τουρισμού σε συνεργασία με το Υπουργείο Πολιτισμού και την Τοπική Αυτοδιοίκηση, ανέλαβαν να προωθήσουν την αναβάθμιση του ελληνικού μουσειακού χώρου και να επιμεληθούν τη διασύνδεση των ιστορικών χώρων και των Μουσείων με Εκδηλώσεις ποικίλου περιεχομένου.

Η σπουδαιότητα της ύπαρξης «Τράπεζας Τουριστικών Πληροφοριών» για τους τουρίστες και ιδιαίτερα τα άτομα της τρίτης ηλικίας, να αντλούν πληροφόρηση τουλάχιστον για διαθέσιμα καταλύματα, τιμές, δρομολόγια μεταφορικών μέσων και διαθέσιμες σε ώρα ανάγκης, ιατρικές – νοσηλευτικές υπηρεσίες, τα διαθέσιμα αρχαιολογικά και λοιπά πολιτισμικά στοιχεία και εκδηλώσεις κάθε περιοχής.

Τέλος, επισημαίνεται ότι ο τουρισμός των ατόμων Γ' ηλικίας υπόκειται σε «απειλές» από γεγονότα, όπως είναι εντεινόμενη διεθνής τρομοκρατία και η σχεδιαζόμενη και προσδοκώμενη (σε ευρωπαϊκό τουλάχιστον επίπεδο) επιμήκυνση του εργασιακού χρόνου των εργαζομένων με επακόλουθο τη μείωσή της μετά τη συνταξιοδότηση προσδόκιμης ζωής των ατόμων τρίτης ηλικίας και άρα και την ελάττωση των ταξιδιών εκ μέρους αυτών των ατόμων.

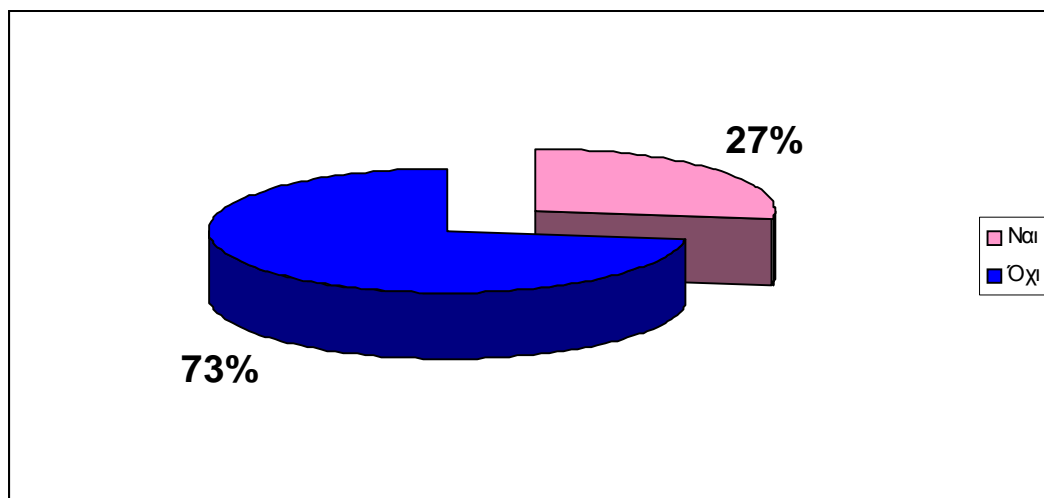
**Γράφημα 2.1: Δείγμα με βάση την οικογενειακή κατάσταση.**



Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε., 2008.

Το γράφημα μας δείχνει τα ποσοστά οικογενειακής κατάστασης των ατόμων Γ' ηλικίας. Το 53,7% είναι έγγαμοι, το 36% είναι άγαμοι, το 7,3% είναι χήροι και το 3% διαζευγμένοι.

**Γράφημα 2.2: Δείγμα ερώτησης για το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει η εκπαιδευτική μόρφωση στην απόφαση κάποιου να ταξιδέψει.**



Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε., 2008.

Στο δείγμα βλέπουμε τα ποσοστά στις απαντήσεις των ερωτηθέντων για το αν η εκπαιδευτική μόρφωση του τουρίστα παίζει ρόλο στην απόφασή του να ταξιδέψει. Το μεγαλύτερο ποσοστό έχει απαντήσει πως παίζει σημαντικό ρόλο και αγγίζει το 73%, ενώ το 27% απάντησε πως δεν παίζει ρόλο.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:**  
**ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ**  
**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**  
**ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ**



### **3.1 ΓΕΝΙΚΑ**

Ο όρος «εναλλακτικός τουρισμός», ορίζει το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση , ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μιας περιοχής.

Κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών, ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά της εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς με σκοπό να προσελκύσει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα.

Η περίπτωση του εναλλακτικού τουρισμού έχει απήχηση σε άτομα τρίτης ηλικίας, για συγκεκριμένες περιπτώσεις αυτού του τουρισμού. Είναι η μορφή του τουρισμού εκείνου που εξυπηρετεί ανάγκες τουριστών με ειδικές απαιτήσεις, συγκεκριμένο προϋπολογισμό και προκαθορισμένο χρονικό διάστημα διαμονής (όχι μεγάλο).

### **3.2 ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

«Είναι μια συνέπεια της ιατρικής θεραπείας κάθε είδους, τα αποτελέσματα των οποίων κρίνονται για να είναι σκόπιμη και ωφέλιμη. Αυτό ισχύει είτε το αποτέλεσμα είναι αναμενόμενο, απροσδόκητο, ή ακόμη και μια ακούσια συνέπεια της θεραπείας» (Wikipedia).

Έτσι οποιαδήποτε επεξεργασία που έχει ένα επιθυμητό αποτέλεσμα, λέγεται ότι είναι μια θεραπευτική αξία. Είναι αποδεδειγμένο ότι λουτρά μεταλλικού νερού και συναφείς θεραπείες, όπως φυσιοθεραπεία, είναι πόλοι έλξης για ανθρώπους που αναζητούν θεραπευτικά αποτελέσματα. Αποτέλεσμα αυτής της μετακίνησης είναι η δημιουργία του «θεραπευτικού τουρισμού».

Ο θεραπευτικός τουρισμός, παρά τη σχετικά νέα εμφάνισή του, έχει γνωρίσει ιδιαίτερη ανάπτυξη και επέκταση. Ο θεραπευτικός τουρισμός παρέχει σωματική και συναισθηματική θεραπεία μαζί. Αυτό το είδος τουρισμού δεν εξαρτάται από τα λουτρά μεταλλικού νερού σε φυσικές θεραπευτικές περιοχές. Εξαρτάται και από την ύπαρξη νοσοκομείου, ανάπτυξη της υγειονομικής περίθαλψης με σύγχρονες υπηρεσίες. Αυτή η ανάπτυξη παραπέμπει και στον όρο «ιατρικός τουρισμός». Ο απόλυτος ορισμός του όρου «ιατρικός τουρισμός» είναι όταν ένας ασθενής ταξιδεύει στο εξωτερικό είτε για επείγουσα ή κατ' επιλογήν ιατρικές διαδικασίες. Εξελίσσεται σε μία παγκόσμια βιομηχανία τουρισμού, αξίας πολλών δισεκατομμυρίων. Μελέτες έχουν υπολογίσει ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 5 – 10% του θεραπευτικού παγκόσμιου τουρισμού.

Η σχέση μεταξύ θεραπευτικού και ιατρικού τουρισμού δεν είναι σαφώς προσδιορισμένη ακόμα, αλλά μπορούμε να συμπεράνουμε ότι στη γενική ιατρική ο τουρισμός είναι ένας κλάδος του ιαματικού τουρισμού. Από τα νοσοκομεία και τις νέες τεχνολογίες στην ιατρική έχουμε και τις θεραπείες των ασθενών που γενικά ορίζεται ως «θεραπευτικό αποτέλεσμα». Η σχέση αυτή σε αρκετές περιπτώσεις ονομάζεται «θεραπευτικό αποτέλεσμα» και μπορεί να θεωρηθεί ως ένα. Μερικές φορές, ωστόσο, οι όροι ιατρικού τουρισμού και θεραπευτικού τουρισμού χρησιμοποιούνται εναλλακτικά.

Ιατρικοί τουρίστες προέρχονται κυρίως από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, τον Καναδά, τη Μεγάλη Βρετανία, τη Δυτική Ευρώπη και την Αυστραλία. Οι χώρες που προωθούν αυτόν τον τουρισμό είναι η Κούβα, η Κόστα Ρίκα, η Ουγγαρία, η Ινδία, η Ιορδανία, Μαλαισία, η Ταϊλάνδη, το Βέλγιο, η Πολωνία και πρόσφατα η Σιγκαπούρη.

Οι τουρίστες του θεραπευτικού – ιατρικού τουρισμού είναι συνήθως άτομα τρίτης ηλικίας, που συνδυάζουν τις διακοπές τους με κάποια θεραπεία. Οι τουρίστες ταξιδεύουν για θεραπεία για τους εξής λόγους:

- Αναζητούν μία εναλλακτική φυσική θεραπεία που δεν υπάρχει στη χώρα προέλευσής τους ή κοντά στον τόπο διαμονής τους (εσωτερικός τουρισμός).
- Θεραπεία με φθηνότερο κόστος από την πατρίδα. Οι ασθενείς που προέρχονται από τις αναπτυσσόμενες χώρες, έχουν υψηλό ατομικό εισόδημα και επομένως η θεραπεία στον τόπο διαμονής τους είναι πολύ δαπανηρή.
- Μεγάλες λίστες αναμονής στη χώρα καταγωγής. Ως εκ τούτου αναζητούν θεραπεία στο εξωτερικό.

- Συνδυασμός θεραπείας με διακοπές. Κάποιοι άνθρωποι ταξιδεύουν για θεραπεία ενός απλού ιατρικού προβλήματος (οδοντιατρικό ή πλαστική χειρουργική επέμβαση) και συνδυάζουν και τις διακοπές τους στον τόπο μετάβασής τους. Στον πίνακα που ακολουθεί αναφέρονται μερικές ιατρικές θεραπείες και το κόστος τους στην Ινδία σε αναπτυγμένες χώρες. Φαίνεται ξεκάθαρα η διαφορά κόστους και χρόνου αναμονής:

**Πίνακας 4: Διαφορά κόστους – χρόνου αναμονής ιατρικών θεραπειών.**

<b>Είδος της Επεξεργασίας.</b>	<b>Προσέγγιση κόστος σε Ινδία (\$).</b>	<b>Κόστος σε άλλες μεγάλες. Προορισμός υγείας (\$).</b>	<b>Κατά προσέγγιση περιόδους αναμονής σε ΗΠΑ / Ηνωμένο Βασίλειο (σε μήνες).</b>
<b>Εγχείρηση ανοικτής καρδιάς.</b>	<b>4500</b>	<b>18000</b>	<b>9 - 11</b>
<b>Κρανιομετωπική Χειρουργική και της βάσης του κρανίου.</b>	<b>4300</b>	<b>13000</b>	<b>6 - 8</b>
<b>Νευροχειρουργική επέμβαση με υποθερμία.</b>	<b>6500</b>	<b>21000</b>	<b>12 - 14</b>
<b>Συγκρότημα χειρουργική της σπονδυλικής στήλης με εμφυτεύματα.</b>	<b>4300</b>	<b>13000</b>	<b>9 - 11</b>
<b>Απλή χειρουργική της σπονδυλικής στήλης.</b>	<b>2100</b>	<b>6500</b>	<b>9 - 11</b>
<b>Απλή όγκων του εγκεφάλου.</b>	<b>1000</b>	<b>4300</b>	<b>6 - 8</b>
<b>Βιοψία. Χειρουργική. Πάρκινσον.</b>	<b>4300</b>	<b>10000</b>	
<b>Βλάβη.</b>	<b>2100</b>	<b>6500</b>	<b>9 - 11</b>
<b>DBS</b>	<b>17000</b>	<b>26000</b>	
<b>Ισχίου.</b>	<b>4300</b>	<b>13000</b>	<b>9 - 11</b>

Ειδικότερα στην Ελλάδα η μορφή του θεραπευτικού τουρισμού άρχισε τα τελευταία χρόνια να έχει μία ραγδαία ανάπτυξη και εξέλιξη. Εκτός από τα σπάνια τοπία και τις



ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές, η φύση “χάρισε” στην Ελλάδα και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες ήταν γνωστές ήδη από τους αρχαίους χρόνους. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά είναι εμπλουτισμένα με συστατικά που προσφέρουν υγεία και ευεξία.

Οι πόλεις στις οποίες βρίσκονται τα λουτρά – ιαματικές πηγές λέγονται λουτροπόλεις και έχουν ανάπτυξη και υποδομή, ώστε να γίνει σωστή εκμετάλλευση των φυσικών πόρων. Μία λουτρόπολη πρέπει να έχει μία κατάλληλα χωροθετημένη έκταση, εξοπλισμένη με τα αναγκαία δίκτυα υποδομής και τις απαραίτητες υπηρεσίες (θεραπευτικές, εξυπηρέτησεως κ.λ.π.). Παράδειγμα τέτοιας πόλης αποτελεί η Αιδηψός, η οποία είναι γνωστή από την αρχαιότητα, η Ικαρία, το Σμόκοβο κ.λ.π.

### 3.2.1 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

#### Α) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΗΛΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΣΤΗ ΛΥΔΙΑ ΚΑΒΑΛΑΣ



Οι λουτροπόλεις στον Ελλαδικό χώρο είναι γνωστές για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά παγκοσμίως. Αυτό που τις κάνει ιδιαίτερες είναι ο φυσικός πλούτος των πηγών από χημικά συστατικά και θερμοκρασία τέτοια που είναι ωφέλιμη για τον ανθρώπινο οργανισμό και τη θεραπεία παθήσεων.

Μία περίπτωση άξια λόγου, είναι η Λυδία Καβάλας. Είναι μία αναπτυσσόμενη λουτρόπολη και οι εκπληκτικές ιδιότητες των λασπόλουτρων είναι γνωστές στην περιοχή

τουλάχιστον από τα τέλη του περασμένου αιώνα. Τα λασπόλουτρα βρίσκονται στο Νομό Καβάλας, σε απόσταση 3 χιλιομέτρων δυτικά του οικισμού των Κρηνίδων και αποτελούν τη μοναδική ελληνική παρουσία στο χώρο της συστηματικής πηλοθεραπείας. Το 1996 ανακηρύχθηκε από την Ολομέλεια του Κεντρικού Συμβουλίου, ο πηλός και το νερό της πηγής ως ιαματικά και κατατάσσεται στην κατηγορία ιαματικών πηγών τοπικής σημασίας.

Πρόκειται για λασπόλουτρα που είναι εμπλουτισμένα, κυρίως, με θείο και έχει ευεργετικές ιδιότητες σε άτομα Γ' ηλικίας που πάσχουν από παθήσεις που επιβαρύνουν τα ηλικιωμένα άτομα (π.χ. κινητικά προβλήματα, προβλήματα στις αρθρώσεις και τη μέση, δερματολογικές παθήσεις κ.λ.π.). Η πηλοθεραπεία βασίζεται στη «χρήση ώριμου πηλού». Η θεραπευτική δράση του πηλού είναι διπλή: εξασκεί δράση τοπική (στην επιφάνεια του δέρματος) και γενική (σε διάφορες λειτουργίες, χάρη σε ουσίες που διεισδύουν μέσα στον οργανισμό). Η δράση της πηλοθεραπείας οφείλεται κυρίως σε τρεις παράγοντες: μηχανικό, θερμικό και χημικό. Η θερμοκρασία των λουτρών είναι σταθερή στους 37 βαθμούς Κελσίου και η διάρκεια παραμονής στον πηλό είναι 30, 40 ή και 45 λεπτά ανάλογα με την πάθηση.

Η θεραπευτική δράση του πηλού ενδείκνυται για:

- Ρευματολογικές διαταραχές (τραυματολογικές διαταραχές, φλεγμονώδεις αρθροπάθειες, νευραλγίες).
- Μετατραυματική αγωγή (σε διαστρέμματα, μώλωπες, αιματώματα, κατάγματα).
- Γυναικολογικές παθήσεις.
- Καρδιοαγγειακές παθήσεις.
- Δερματικές παθήσεις.
- Παθήσεις νευρικού συστήματος.
- Στην αισθητική σαν καλλυντικό.

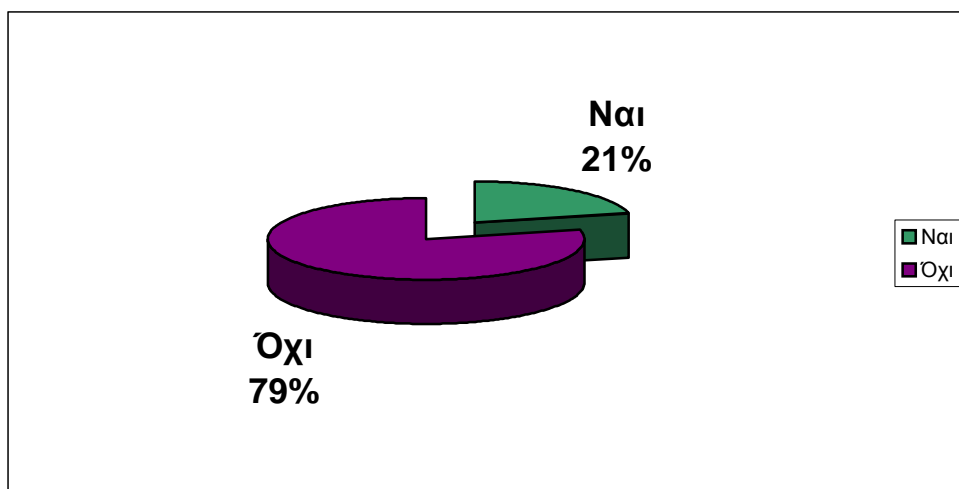
Τα τελευταία χρόνια, μόλις, άρχισε να γίνεται γνωστή πανελλαδικά και να έχει μία αυξανόμενη προσέλευση ατόμων, κατά βάση τρίτης ηλικίας για θεραπεία. Η αύξηση που παρατηρείται ετησίως είναι της τάξεως του 15 – 20%. Επειδή οι θεραπευτικές ιδιότητες της συγκεκριμένης λουτροπόλεως γίνονται γνωστές και εκτός Ελλάδος, υπάρχει προσέλευση τουρισμού από την Αυστραλία, τον Καναδά και την Κύπρο. Λόγω της θέσης της η περιοχής μπορεί να ικανοποιήσει την ανάγκη για αναψυχή σε συνδυασμό με τη θεραπεία. Το κλίμα και το τοπίο είναι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιλογή της λουτρόπολης.

Η συνεχώς αυξανόμενη προσέλευση ατόμων που χρήζουν θεραπείας, επιβάλλει και την ανάπτυξη υποδομής στην περιοχή. Ήδη εντός της έκτασης που βρίσκονται οι εγκαταστάσεις

των λουτρών, εκτός από τα κτήρια εξυπηρέτησης του κοινού, έχουν εγκαταστήσει και χώρους φιλοξενίας για τους επισκέπτες με χαμηλό κόστος ημερησίως, όπως και στην ευρύτερη περιοχή κατασκευάζονται καταλύματα για ενοικίαση. Ειδικότερα στο χώρο του πηλοθεραπευτηρίου λειτουργεί camping με ενοικιαζόμενα τροχόσπιτα στην τιμή των 25€ ενοικιαζόμενα δωμάτια στην τιμή των 25€ έως 40€ και ενοικίαση λειωμένων στην τιμή των 25€ για την καλύτερη εξυπηρέτηση των ατόμων τρίτης ηλικίας.

Παρακάτω έχουμε κάποια γραφήματα με στατιστικά στοιχεία που δόθηκαν από τη Διεύθυνση των λουτρών Λυδίας, η οποία διατηρεί βιβλία επισκεπτών.

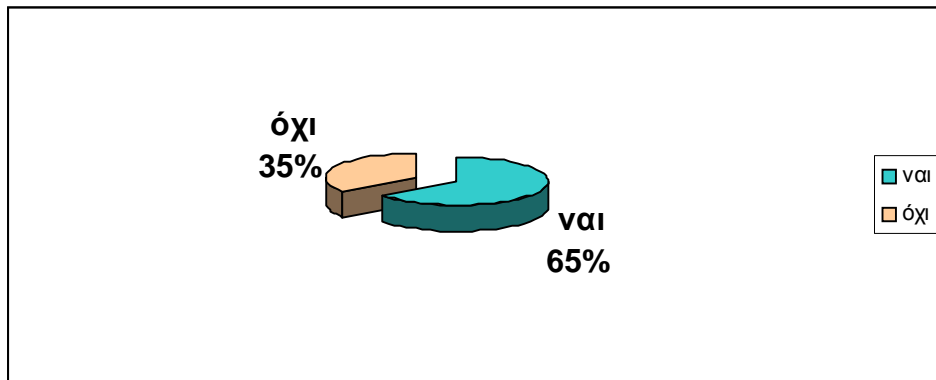
**Γράφημα 3.1: Κατανομή δείγματος με βάση το αν είναι η πρώτη φορά επίσκεψης στα λουτρά της Λυδίας Καβάλας.**



*Πηγή: Διεύθυνση Λουτρών Λυδίας Καβάλας.*

Το 21% των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι η πρώτη φορά που επισκέπτονται τα λουτρά ενώ το 79% έχει επισκεφθεί ξανά τη συγκεκριμένη λουτρόπολη.

**Γράφημα 3.2: Κατανομή δείγματος με βάση το αν θα επαναλάβουν επίσκεψη στα λουτρά της Λυδίας Καβάλας.**



*Πηγή: Διεύθυνση Λουτρών Λυδίας Καβάλας.*

Στο δείγμα βλέπουμε ότι το 65% απάντησε ότι θα επισκεπτόταν πάλι τα λουτρά της Λυδίας Καβάλας, ενώ το 35% ήταν αρνητικό.

## **Β) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΛΟΥΤΡΩΝ ΣΤΟ ΣΜΟΚΟΒΟ**

Ακόμη μία περίπτωση που μπορεί να αναφερθεί στις προτιμήσεις των τουριστών Γ' ηλικίας είναι τα λουτρά Σμοκόβου. Τα συγκεκριμένα λουτρά είναι άξια λόγου διότι οι θεραπευτικές τους ιδιότητες είναι γνωστές από την αρχαιότητα. Το Σμόκοβο ανήκει στο τοπικό διαμέρισμα της Λουτροπηγής του δήμου Μενελαΐδας του Νομού Καρδίτσας. Οι ιαματικές πηγές βρίσκονται 35 χιλιόμετρα από την πόλη της Καρδίτσας στον ορεινό όγκο των Αγράφων και σε υψόμετρο 350 μέτρων. Στη νοτιοανατολική πλευρά του Νομού Καρδίτσας δημιουργούνται 5 κύριες τοποθεσίες που γίνεται χρήση υπηρεσιών ιαματικού τουρισμού: τα λουτρά Σμοκόβου, Σουλαντά, Απιδιάς, Καΐτσας και Εκκάρας.

Το 1662, λέγεται ότι οι κτίστηκαν από τους μοναχούς Μόσχο και Φράγκο οι πρώτες πρόχειρες εγκαταστάσεις λουτήρων και διαμονής. Από τους επισκέπτες των λουτρών ήταν ο Αλή Πασάς των Ιωαννίνων και ο Μαχμούτ Πασάς από τους οποίους πήραν τα ονόματά τους δύο πηγές. Το 1882, με την προσάρτηση της Θεσσαλίας, οι πηγές περιήλθαν στο Ελληνικό Δημόσιο που άρχισε να τις εκμισθώνει σε ιδιώτες για την εκμετάλλευσή τους. Το 1903 οι πηγές παραχωρήθηκαν στον πολιτευτή Τερτίπη, για 20 χρόνια περίπου, ο οποίος κατασκεύασε τα πρώτα ξενοδοχεία. Το 1923 την εκμετάλλευση των πηγών ανέλαβε για μια 25ετία η εταιρία Γενικών Επιχειρήσεων Καρδίτσας, η οποία πραγματοποίησε την υδρομάστευση των υδάτων και την ανέγερση σύγχρονου για την εποχή υδροθεραπευτηρίου.

Στα χρόνια της κατοχής όμως η λειτουργία των λουτρών διακόπηκε και οι εγκαταστάσεις καταστράφηκαν από τους Γερμανούς. Το 1952 παραχωρήθηκαν στον ιδιώτη Ν.Παπαδημητρίου, ύστερα από διαγωνισμό, με στόχο την ανοικοδόμησή τους. Τέλος, με σύμβαση που υπογράφηκε η εκμετάλλευση των πηγών παραχωρήθηκε στη κοινότητα Λουτροπηγής.

Σήμερα, τα λουτρά Σμοκόβου είναι από τα πιο δημοφιλή στην Ελλάδα. Ανήκουν στην κατηγορία των αλκαλικών θειούχων και οι θερμοκρασίες των πηγών κυμαίνονται στους 30 – 40 βαθμούς Κελσίου. Οι ευεργετικές και θεραπευτικές τους ιδιότητες συνέβαλαν στην αξιοποίηση των πηγών και την ανάπτυξη αρκετών εγκαταστάσεων. Στην περιοχή υπάρχει ένα σύγχρονο spa που δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να χαλαρώσουν και να αναζωογονηθούν. Διαθέτει πισίνα, γυμναστήριο, αίθουσες ατομικών και ομαδικών εισπνοών, λουτροθεραπεία, αίθουσα μασάζ και ρινοπλύσεων.

Τα νερά των φυσικών ιαματικών πηγών Σμοκόβου συνιστώνται για:

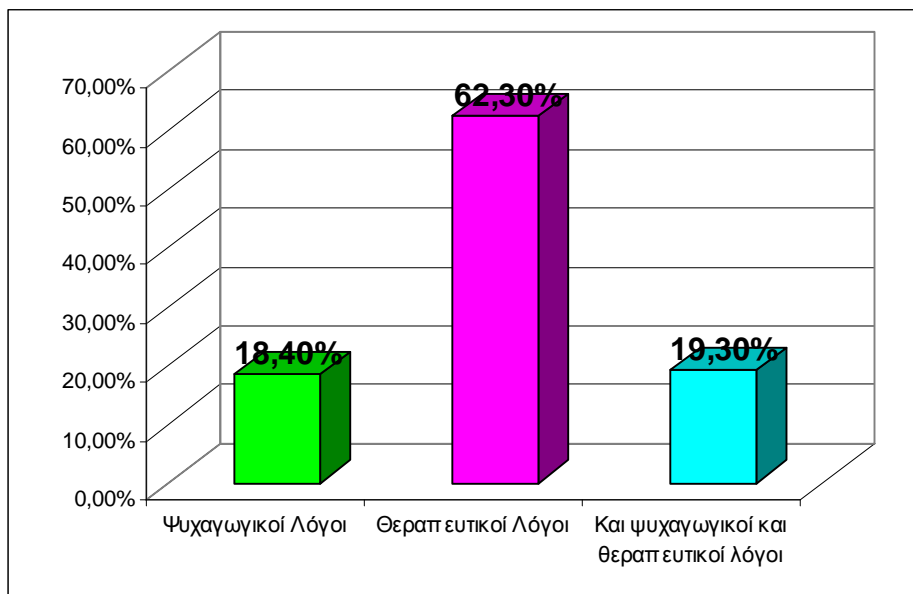
- Χρόνιες ρευματοπάθειες – αρθροπάθειες.
- Παθήσεις αναπνευστικού συστήματος.
- Παθήσεις πεπτικού συστήματος.
- Παθήσεις δέρματος.
- Ενδοκρινείς ανεπάρκειες.
- Γυναικολογικές παθήσεις.
- Χαλάρωση – αναζωογόνηση – ευεξία.

Τα λουτρά Σμοκόβου λειτουργούν 4,5 μήνες το χρόνο, από 1 Ιουνίου έως 15 Οκτωβρίου. Πρόσφατα έχει επιμηκυνθεί η περίοδος λειτουργίας των ξενοδοχείων για γκρουπ, περιηγητές κ.λ.π. Αξίζει να αναφερθεί ότι υπάρχουν αξιόλογοι ιστορικοί και θρησκευτικοί προορισμοί στην περιοχή για τους τουρίστες και συγκεκριμένα για τα άτομα τρίτης ηλικίας. Κάποιοι από αυτούς είναι το Μοναστήρι της Ρεντίνας, το Μοναστήρι στους Δομιανούς και η Μονή Προυσού. Επίσης μπορούν να επισκεφθούν τη λίμνη Πλαστήρα, τα Μετέωρα, τα Μοναστήρια της Πελεκιτής και της Κορώνας και να γευθούν τις αυθεντικές γεύσεις στα γύρω χωριά.



Στη συνέχεια έχουμε κάποια στατιστικά στοιχεία που απεικονίζονται με τη μορφή γραφημάτων, τα οποία δόθηκαν από τον Διευθυντή των Λουτρών Σμοκόβου.

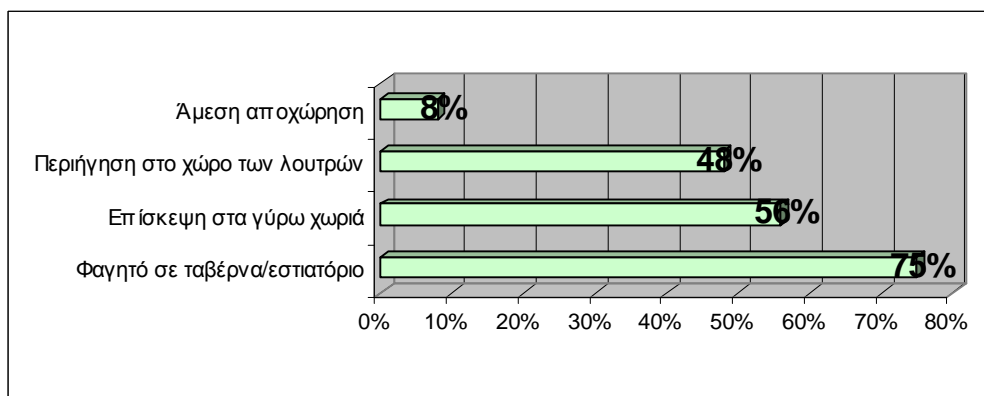
**Γράφημα 3.3: Δείγμα με βάση το λόγο επίσκεψης στα λουτρά Σμοκόβου.**



Πηγή: Διεύθυνση Λουτρών Σμοκόβου Καρδίτσας.

Στο γράφημα βλέπουμε τα δείγματα των λόγων επίσκεψης στα λουτρά Σμοκόβου. Το 62,3% επισκέπτεται τα λουτρά, αμιγώς, για θεραπευτικούς λόγους. Το 19,3% συνδυάζει τη θεραπεία με τη ψυχαγωγία, ενώ το 18,4% του δείγματος επισκέπτεται τα λουτρά για ψυχαγωγικούς λόγους.

**Γράφημα 3.4: Δείγμα με βάση τις δραστηριότητες μετά την επίσκεψη στα λουτρά Σμοκόβου.**



Πηγή: Διεύθυνση Λουτρών Σμοκόβου Καρδίτσας.

Στο γράφημα έχουμε τα ποσοστά βάση των δραστηριοτήτων που επιθυμούν να κάνουν οι τουρίστες Γ' ηλικίας, μετά την επίσκεψή τους στο χώρο των λουτρών. Το 75% επισκέπτεται κάποιο εστιατόριο ή ταβέρνα και το 56% προτιμά να περιηγηθεί στα γύρω χωριά. Το 48% των ατόμων Γ' ηλικίας επισκέπτεται το χώρο των λουτρών, ενώ το 8% αποχωρεί αμέσως μετά τη λουτροθεραπεία.

### 3.3 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ελλάδα υπήρξε από τους πρώτους δέκτες του Χριστιανισμού και τα μνημεία της ελληνικής Ορθοδοξίας αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της εθνικής κληρονομιάς, αποτελώντας αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο.

Σύμφωνα με έναν αρχικό ορισμό, τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή ξένων επισκεπτών σε κάποιο μέρος, με την προϋπόθεση ότι δεν πρόκειται για μόνιμη εγκατάσταση και εκτέλεση οικονομικών δραστηριοτήτων.

Όπως έχει αναφερθεί, βασική παράμετρο των νέων τουριστικών απαιτήσεων αποτελεί η μεγάλη αύξηση των τουριστών τρίτης ηλικίας. Τα άτομα της Γ' ηλικίας αποτελούν ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο κομμάτι της τουριστικής αγοράς, η ζήτηση του οποίου αυξάνει όχι μόνο σε διεθνές επίπεδο αλλά και στον ελλαδικό χώρο. ([www.moraros.gr](http://www.moraros.gr)).

Κυρίως τα άτομα τρίτης ηλικίας είναι αυτά που ως επί το πλείστον επιδιώκουν την επίσκεψη σε χώρους θρησκευτικούς – προσκυνηματικούς. Το είδος αυτού του τουρισμού είναι μια πολύ παλιά αφορμή προσωρινής μετακίνησης του ανθρώπου, ιδιαίτερα σε ιερούς τόπους κάθε θρησκείας. Είναι συνήθως μικρής χρονικής διάρκειας (1 – 3 ημέρες) και αποτελεί μία μορφή τουρισμού που απευθύνεται σε άτομα που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται είτε στη χώρα τους είτε σε κάποια άλλη χώρα, για λόγους θρησκευτικής πίστης (συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές, τάματα κ.λ.π.). Σήμερα θα λέγαμε σε εθνικό επίπεδο ότι αποτελεί μία μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

Ως «τουριστικά πακέτα», ο θρησκευτικός τουρισμός είναι και θα πρέπει να είναι σχετικά φθηνός, διότι δεν είναι τουρισμός πολυτελείας, δεν απαιτεί την ανάπτυξη ιδιαίτερης υποδομής, γιατί υπάρχουν ήδη οι θρησκευτικοί τόποι και τα μνημεία και απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικά στρώματα. Κατ' επέκταση, τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους και για τις οικονομίες των τόπων στις οποίες βρίσκονται αυτοί, είναι σημαντικά. Ο



θρησκευτικός τουρισμός είναι δυνατόν να αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, παρουσιάζει όμως ιδιαίτερες κορυφώσεις σε συγκεκριμένες ημερομηνίες που συνδέονται με γεγονότα ιδιαίτερης θρησκευτικής σημασίας.

Ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης παρουσιάζει ο θρησκευτικός τουρισμός, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), σε αντίθεση με τον τουρισμό αναψυχής που θεωρείται πολυτέλεια. Ο τζίρος της εξειδικευμένης αυτής μορφής τουρισμού υπολογίζεται σε 15 δις ευρώ σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς περίπου 300 εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν κάθε χρόνο σε θρησκευτικούς τόπους. Παράλληλα το 35% των ταξιδιωτικών γραφείων προσφέρει πλέον και τουριστικά προϊόντα θρησκευτικού ενδιαφέροντος, ενώ τα βασικά χαρακτηριστικά των προσκυνητών που μετακινούνται από μέρος σε μέρος παραμένουν ίδια, με ομαδικές μετακινήσεις και συνδυασμό με άλλες μορφές τουρισμού. (Πουτέτση Χ., 2010). Οι σημαντικότεροι προορισμοί προσκυνήματος στην Ελλάδα είναι το Άγιον Όρος, τα Μετέωρα, το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο, ο Ιερός Ναός της Μεγαλόχαρης στην Τήνο, η Παναγία Σουμελά στη Βέροια, η Μονή Αρκαδίου στο Ρέθυμνο κ.α.

Τα μνημεία της ελληνικής Ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής μας κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια με την αξιόλογη αγιογράφηση τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία.

Τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης έχει τελικώς ο προσκυνηματικός τουρισμός στη χώρα μας. Σύμφωνα με στοιχεία του Συνδέσμου των τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων της Ελλάδας, υποστηρίζει ότι ο τζίρος που πραγματοποιείται από τη συγκεκριμένη τουριστική δραστηριότητα στη χώρα μας φτάνει στα 15 εκατομμύρια ευρώ ετησίως. ([www.news.kathimerini.gr](http://www.news.kathimerini.gr)).

Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου, ως ξεχωριστό είδος – target group στη γλώσσα του μάρκετινγκ – οι προσκυνητές, αλλά και όλοι οι «θρησκευόμενοι πελάτες», προσεγγίζονται μέσω μιας ειδικής γλώσσας και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, όλου του φάσματος, γνωρίζουν πολύ καλά τους σχετικούς κώδικες. ([www.news.kathimerini.gr/4dcgi/w\\_articles\\_economy\\_2\\_20/04/2008](http://www.news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_economy_2_20/04/2008)).

Σε ό,τι αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό, επειδή οι προσκυνητές προέρχονται από χώρες όπως αυτές της πρώην Ε.Σ.Σ.Δ., το σοβαρότερο πρόβλημα έχει να κάνει με τις διαδικασίες έκδοσης VISA. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις όμορες χώρες της Ελλάδας, όπως Βουλγαρία και Σερβία, δεν έχει προβληθεί ο προσκυνηματικός τουρισμός. Κατά συνέπεια η Ελλάδα, λόγω

και της μεγαλύτερης προβολής των προσκυνηματικών της μνημείων, έχει μεγαλύτερη κίνηση.

Στα πλαίσια ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού και της ανάγκης , η Εκκλησία να συνεργαστεί με τα τουριστικά γραφεία για τη σωστή ανάπτυξη και προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού ως τουριστικού προϊόντος, συστάθηκε στο Σύνδεσμο των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Επιτροπής Θρησκευτικού Τουρισμού. Σκοπός της είναι η περιγραφή του θρησκευτικού τουρισμού και η κατάθεση στους αρμόδιους φορείς της πολιτείας απόψεων και προτάσεων για την ανάδειξη και προβολή του στην Ελλάδα. Διαφάνηκε η ανάγκη ο θρησκευτικός τουρισμός να αντιμετωπιστεί σαν πολιτιστικός τουρισμός, να υποστηριχθούν δράσεις ανάπτυξής του μέσα από το ΚΠΣ, να ξεφύγει από τα στενά όρια της Ορθοδοξίας και να γίνει επέκταση του προϊόντος, ώστε να προσεγγίσουμε και άλλες αγορές. ([www.news.kathimerini.gr](http://www.news.kathimerini.gr)).

Υπολογίζεται ότι ετησίως περίπου 50.000 Έλληνες ταξιδεύουν στη χώρα μας οργανωμένα για καθαρά θρησκευτικούς λόγους και περίπου 10.000 στο εξωτερικό, ως επί το πλείστον άτομα τρίτης ηλικίας. Αυτά του είδους τα ταξίδια τα προτιμούν άτομα της τρίτης ηλικίας γιατί είναι μικρής διάρκειας και εκπληρώνουν κάποιο τάμα. Με την επίσκεψή τους στην περιοχή όπου βρίσκεται το θρησκευτικό μνημείο ενισχύουν και την τοπική αγορά αγοράζοντας ενθύμια ή τοπικά προϊόντα για το σπίτι τους ή για συγγενικά πρόσωπα. Με αυτό τον τρόπο εκτός από την οικονομική ενδυνάμωση της περιοχής, γίνεται και διαφήμιση του τόπου με σκοπό την παρότρυνση για επίσκεψη από νέους τουρίστες.

Έτσι, με σωστό προγραμματισμό και σωστή προώθηση του θρησκευτικού τουρισμού διατηρείται η διαχρονικότητα και συνεχίζει να υπάρχει και ο χώρος και τα πλεονεκτήματα που προσφέρονται από αυτή τη μορφή τουρισμού. Δεν επιβαρύνει το ευρύτερο περιβάλλον, δεδομένου ότι είναι μικρής διάρκειας τουρισμός χωρίς ιδιαίτερες υποδομές για την υποδοχή των τουριστών και δεν επηρεάζει τη θρησκευτικότητα και τη ζωή των ανθρώπων που εντρυφούν μέσα στους χώρους των μοναστηριών.

### 3.3.1 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

#### Α) Η ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΜΟΝΗΣ ΑΓΙΟΥ ΕΦΡΑΙΜ ΣΤΗ ΝΕΑ ΜΑΚΡΗ ΑΤΤΙΚΗΣ.



Περίπτωση άξια λόγου, που εντάσσεται στη μορφή του θρησκευτικού εναλλακτικού τουρισμού είναι η περίπτωση της Μονής του Αγίου Εφραίμ στη Νέα Μάκρη Αττικής. Αναφερόμαστε σε ένα μοναστήρι που την τελευταία δεκαετία έχει ίσως τη μεγαλύτερη ανάπτυξη θρησκευτικού τουρισμού πανελλαδικά.

Σύμφωνα με τα ιστορικά γεγονότα της περιοχής, ο Εφραίμ ήρθε στην περιοχή για να ασκητέψει στο όρος Αμώμων, στους πρόποδες του όρους Πεντέλης, στις αρχές του 5<sup>ου</sup> μ.Χ. αιώνα. Στη σύγχρονη εποχή, στο σημείο που βρέθηκαν τα οστά και η κάρα του, υπήρχε το μοναστήρι της Αγίας Παρασκευής. Ήταν ησυχαστήριο γυναικών μοναχών. Η Ηγουμένη έβλεπε στον ύπνο της τον Άγιο ο οποίος της υπέδειξε τον τόπο ταφής του. Μετά την ανακάλυψη αυτή ανεγέρθη μεγαλοπρεπής ναός εις μνήμη του Αγίου που το 2011 αναγνωρίστηκε επίσημα ως Άγιος από την Εκκλησία. Η προσέλευση των προσκυνητών απ' όλη την Ελλάδα είναι μεγάλη και καθημερινά καταφθάνουν πούλμαν πιστών που αναζητούν τη γαλήνη ή που θέλουν να παρακαλέσουν και να προσκυνήσουν, προσδοκώντας ένα θαύμα ή για την υγεία κάποιου συγγενικού τους προσώπου.

Η περιοχή είναι εξαιρετικού φυσικού κάλλους, κοντά στην Αθήνα και το λιμάνι της Ραφήνας. Έτσι, είναι εύκολη η προσέλευση των πιστών, στην πλειοψηφία τους άτομα τρίτης ηλικίας, που συνδυάζουν τη ψυχική τους ανάταση, το προσκύνημα και την επίσκεψη σε πόλη θέρετρο του Νομού Αττικής.

Πανελλαδικά όλα τα τουριστικά γραφεία έχουν ως σημαντικότερο θρησκευτικό τουριστικό προορισμό την επίσκεψη στο Μοναστήρι του Αγίου Εφραίμ. Η τουριστική

προσέλευση έχει αυξητικά νούμερα. Οι επισκέπτες συνδυάζουν και διαμονή σε ιστορικό χώρο εκτός από ιερό, λόγω της γειτνίασης με το Μαραθώνα. Παρακάτω υπάρχουν στοιχεία τα οποία ελήφθησαν από τη Γραμματεία της Μονής και από το γραφείο του Δήμου Νέας Μάκρης.

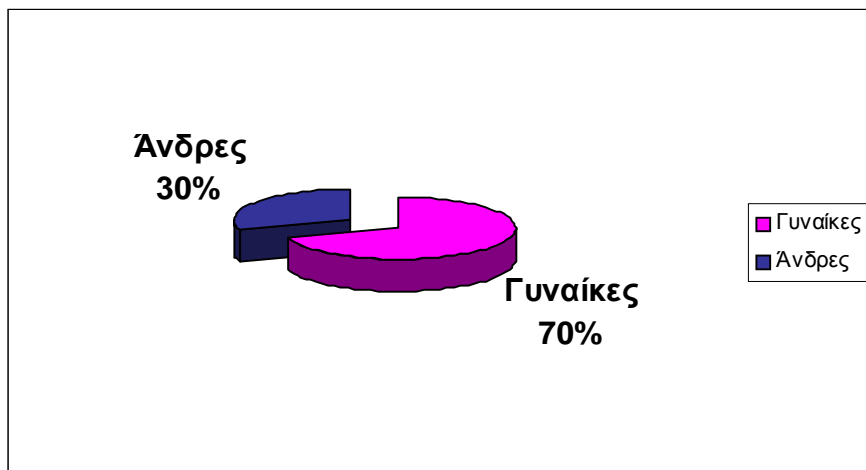
**Πίνακας 5: Ηλικίες προσκυνητών.**

15 - 25	26 – 40	41 - 55	56 – 80+
5%	12%	27%	56%

Πηγή: Μονή Αγίου Εφραίμ.

Ο πίνακας μας δείχνει τα ποσοστά σε σχέση με τις ηλικίες των προσκυνητών που επισκέπτονται τη Μονή Αγίου Εφραίμ. Μόλις το 5% ανήκει στις ηλικίες 15 – 25 ετών. Το 12% στις ηλικίες 26 – 40 ετών, το 27% στα άτομα 41 – 55 ετών και το μεγαλύτερο ποσοστό το έχουν, όπως βλέπουμε από τον πίνακα, τα άτομα Γ' ηλικίας 56 – 80+ που φτάνουν το 56%.

**Γράφημα 3.5: Δείγμα με βάση το φύλο.**



Πηγή: Μονή Αγίου Εφραίμ.

Το γράφημα μας δείχνει τα ποσοστά επίσκεψης ανδρών και γυναικών στη Μονή Αγίου Εφραίμ. Οι γυναίκες έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό που αγγίζει το 70%, ενώ οι άνδρες έχουν 30%.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΚΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**



## **4.1 ΓΕΝΙΚΑ**

Ο παγκόσμιος τουρισμός άρχισε να παρουσιάζει μείωση του ρυθμού ανάπτυξης του έτους 2009 της τάξεως -2% - 0% (Π.Ο.Τ., 2009). Η κρίση του τουρισμού διαφέρει, διότι ο τουρίστας αντιμετωπίζει οικονομικό πρόβλημα για να χρηματοδοτήσει τις διακοπές του, ενώ σε άλλες περιπτώσεις τον απασχολούσε η ακεραιότητά του. Με την οικονομική κρίση να διευρύνεται, ο τουρίστας επιλέγει κοντινούς προορισμούς από τον τόπο διαμονής του και μικρή διάρκεια. Βασικός παράγοντας είναι η επιλογή του προορισμού με καλή σχέση ποιότητας – τιμής.

Για την καλύτερη αντιμετώπιση της κρίσης και των επιπτώσεών της στον τουρισμό, προτείνεται η εισαγωγή του τουρισμού στα κυβερνητικά πακέτα κινήτρων, η αναστολή πληρωμής των φόρων, η συνεργασία του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, η οικονομική στήριξη του κλάδου από την τραπεζική και οικονομική κοινότητα, η συνεχής στατιστική παρακολούθηση των μεγεθών που περιγράφουν τον κλάδο, η εντατική και στοχευμένη διαφήμιση, η αύξηση της ποιότητας του προϊόντος με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στον κλάδο και εισαγωγή καινοτόμων μεθόδων με την ενίσχυση του branding.

Οι μορφές τουρισμού που θα επηρεαστούν λιγότερο από την κρίση είναι ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας και ο τουρισμός υγείας. Μεγάλο πλήγμα από την κρίση αναμένεται να δεχθούν ο θρησκευτικός τουρισμός και ο τουρισμός τρίτης ηλικίας.

## **4.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Τα τελευταία χρόνια πολλά και δυσμενή γεγονότα είχαν επίδραση στην τουριστική κίνηση της χώρας μας. Γενικά η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα εξαρτάται από το μέγεθος του κινδύνου που μπορεί να ανεχθεί ο δυνητικός τουρίστας. Όσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος, τόσο αυξάνεται η ανασφάλεια, η αβεβαιότητα, με αποτέλεσμα τη μείωση της ζήτησης. Η τουριστική κίνηση μιας χώρας εξαρτάται από τα μέτρα ασφάλειας που λαμβάνει η κάθε χώρα, έτσι ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει την ασφάλεια ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες χώρες.

Πρόσφατο παράδειγμα είναι τα γεγονότα στις χώρες της Β.Αφρικής (Αίγυπτο, Τυνησία) και της Ασίας (Τουρκία, Συρία), που είχαν σαν αποτέλεσμα πολλοί τουρίστες να επιλέξουν τη

χώρα μας ως χώρα προορισμού των διακοπών τους. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η Ελλάδα να έχει ως εισόδημα για τη θερινή περίοδο του 2011, 15 εκατομμύρια ευρώ περίπου, σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Ξενοδόχων Ελλάδος.

Στην Ελλάδα, πριν την εμφάνιση της κρίσης, υπήρξε μία τουριστική κίνηση αυξητική σε σχέση με άλλα ευρωπαϊκά κράτη. Η αύξηση αυτή κατά τα έτη 2000 – 2007 ήταν 3% το χρόνο, παγκοσμίως. Από πλευράς ανταγωνιστικότητας, η Ελλάδα εμφανίστηκε σε χειρότερη κατάσταση το 2007. Ειδικότερα, από πλευράς ανταγωνιστικότητας τιμών, παρόλο που κατατάσσεται στην 114<sup>η</sup> θέση από 133 χώρες, κατέχει μία από τις κατώτερες θέσεις στην έναρξη της οικονομικής κρίσης. Το 2009 η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας μειώθηκε κατά 4,24%, ενώ η μείωση της τουριστικής κίνησης από τις παραδοσιακές αγορές ήταν – 4,58%. Η συρρίκνωση της τουριστικής δραστηριότητας έχει αρνητική επίδραση στον τομέα της απασχόλησης. Μείωση των αφίξεων κατά 5%, 10% ή 15%, οδηγεί σε απώλεια θέσεων εργασίας για ολόκληρη την οικονομία της τάξης των 69.000, 96.000 και 144.000 θέσεων εργασίας αντίστοιχα (Ι.Τ.Ε.Π.).

Ένας παράγοντας που εκτιμάται ότι θα βοηθήσει στην ανάσχεση της δραματικής πτώσης της τουριστικής κίνησης, είναι η ανεκτικότητα που έχει επιδείξει και στο παρελθόν ο κλάδος, η μεταπήδηση των διακοπών από το επίπεδο της πολυτέλειας σε αυτό της ανάγκης, οι τάσεις αποπληθωρισμού που σημειώνονται σε πολλές χώρες εξαιτίας της κρίσης και η συγκράτηση του κόστους και οι προσφορές στις οποίες αναμένεται να προβούν οι επιχειρηματίες του κλάδου.

Οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές της Ελλάδας έχουν πληγεί από την κρίση (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία). Γι' αυτό η Ελλάδα θα πρέπει να στραφεί και σε άλλες αγορές όπως σε κράτη της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, όπως και στον εσωτερικό τουρισμό.

Ο εσωτερικός τουρισμός επηρεάζεται άμεσα και έμμεσα από τη διεθνή οικονομική κρίση. Άμεσα, λόγω της μείωσης του εισοδήματος των Ελλήνων, αλλά και των περιορισμένων κεφαλαίων που θα μπορέσουν να έχουν με τη μορφή δανείων. Έμμεσα, λόγω της μείωσης των εισοδημάτων εκείνων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουριστικό κλάδο. Η αξιοποίηση του εσωτερικού τουρισμού, ακόμα κι αν δεν λειτουργήσει ως υποκατάστατο του αλλοδαπού τουρισμού, είναι επωφελής, τόσο σε θέματα αναπτυξιακά όσο και από περιφερειακή άποψη. Η πορεία αυτού του είδους τουρισμού τείνει να έχει κάποια αύξηση σε σχέση με στοιχεία που υπάρχουν για το 2009. Αυτό δίνει την ευκαιρία στους τουριστικούς φορείς της χώρας μας να αναγνωρίσουν την αξία του εσωτερικού τουρισμού και να του αποδώσουν την ανάλογη σημασία.

Για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, εν μέσω αυτών των δυσμενών συνθηκών, απαιτείται δε επίπεδο κεντρικής και τοπικής κυβέρνησης η λήψη μέτρων για τη διασφάλιση της απασχόλησης, την αναπλήρωση μέρους τουλάχιστον του χαμένου εισοδήματος των ανέργων, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, την προώθησή του και τη στήριξη της ρευστότητας και βιωσιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων.

Η τουριστική κοινότητα της χώρας, αντιλαμβανόμενη το φαινόμενο της οικονομικής κρίσης και τις επιπτώσεις του στην Ελλάδα. Η πολιτική που προτείνεται να ακολουθηθεί αφορά στον επαναπροσδιορισμό των επιχειρηματικών στόχων, του τύπου δανεισμού, των επενδύσεων και της στρατηγικής marketing, τον περιορισμό των λειτουργικών εξόδων, την αναβάθμιση της προσφερόμενης ποιότητας, την επανεξέταση της τιμολογιακής πολιτικής και την εστίαση στο ανθρώπινο δυναμικό.

### **4.3 MARKETING ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Γ' ΗΛΙΚΙΑΣ**

Η προώθηση του τουρισμού αυτού του είδους, προϋποθέτει τη σωστή τμηματοποίηση της αγοράς και σαφή καθορισμό των χαρακτηριστικών της και των αναγκών της.

Οι Morgan και Pritchard (2000), αναφέρουν ότι δεν έχει δοθεί η απαιτούμενη σημασία σε αυτό που ονομάζουν senior tourism, δηλαδή στον τουρισμό τρίτης ηλικίας. Αναφέρουν ότι οι τουρίστες τρίτης ηλικίας δεν πείθονται εύκολα από διαφημίσεις, αν και υπάρχει πληθώρα διαφημίσεων. Τα άτομα Γ' ηλικίας δεν θεωρούν τον εαυτό τους ηλικιωμένο και θέλουν να τους αντιμετωπίζουν ως άτομα που είναι ενεργά, έχουν θέληση για ζωή και μπορούν να κάνουν ότι και οι νεότεροι.

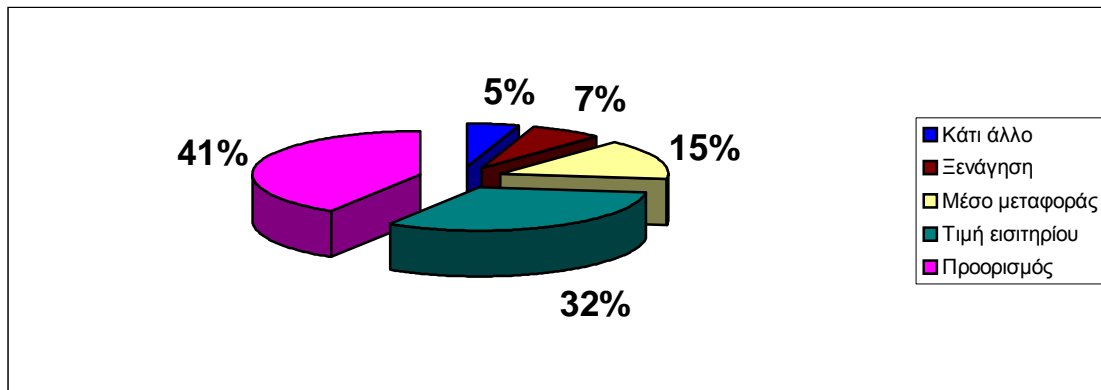
Σύμφωνα με υπάρχοντα στοιχεία, τα άτομα τρίτης ηλικίας προτιμώνται και από άλλα ηλικιακά στρώματα. Αποτελούν πόλο έλξης για νέα άτομα λόγω των εμπειριών που έχουν να παρουσιάσουν.

Η ζήτηση της αγοράς τουρισμού από άτομα Γ' ηλικίας επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως είναι το εισόδημά τους, η διάρκεια ταξιδιού και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε αυτού του είδους τους τουρίστες. Η ασφάλεια είναι βασικός παράγοντας καθώς και ο πολιτιστικός χαρακτήρας. Η Ελλάδα ενδύκνεται για τουρισμό που απευθύνεται σε άτομα τρίτης ηλικίας, γιατί μπορεί να παρέχει προϊόντα που απευθύνονται στους τουρίστες όπως αυτοί της τρίτης ηλικίας (πολιτισμός, θρησκεία, θεραπευτικός τουρισμός).



Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε και σε άτομα Γ' ηλικίας και σε τουριστικά γραφεία, δίνονται κάποια στοιχεία για τα χαρακτηριστικά των τουριστών αυτής της ηλικίας και αν σε αυτούς τους τουρίστες παρέχονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που απαιτούνται. Τέλος, γίνεται μια μικρή έρευνα για τις προοπτικές ανάπτυξης αυτής της μορφής τουρισμού.

**Γράφημα 4.1: Δείγμα των παραγόντων για έναν τουρίστα Γ' ηλικίας.**



Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε., 2008.

Στο γράφημα απεικονίζονται οι παράγοντες που παίζουν ρόλο στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σύμφωνα με τα άτομα Γ' ηλικίας. Το 41% αφορά τον προορισμό του ταξιδιού ενώ το 32% αφορά την τιμή εισιτηρίου. Μικρότερα είναι τα ποσοστά όσον αφορά το μέσο μεταφοράς, που αγγίζει το 15%, η ξενάγηση το 7% και κάτι άλλο το 5%.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:**

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**



## 5.1 ΓΕΝΙΚΑ

Σύμφωνα με όσα έχουν αναπτυχθεί πιο πάνω, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο τουρίστας τρίτης ηλικίας σήμερα διαφέρει από τον παλιό τουρίστα. Ο τουρίστας σήμερα είναι ενημερωμένος και επιθυμεί οι διακοπές του να μπορούν να του προσφέρουν άνεση και ποιότητα.

Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας έχουν ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, γιατί οι περισσότεροι είναι συνταξιούχοι. Από το εισόδημα τους θέλουν να διαθέσουν κάποιο ποσό για την πραγματοποίηση ταξιδιών. Κυρίως οι προορισμοί επιλογής τους είναι κοντινοί και κυρίως εντός της χώρας. Λίγοι είναι εκείνοι που επιλέγουν μακρινούς προορισμούς και πάντα μέσω ταξιδιωτικών γραφείων και σε οργανωμένα γκρουπ. Αν και ανήκουν στα άτομα τρίτης ηλικίας δεν νιώθουν έτσι και επιδιώκουν δραστηριότητες που θα έκαναν νεότεροί τους. Οι προτιμήσεις τους για τον τόπο προορισμού τους έχει να κάνει με επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία αρχιτεκτονικής, ιαματικά λουτρά. Έτσι, συνδυάζουν την αναψυχή με την υγεία.

Οι δαπάνες είναι προγραμματισμένες, χωρίς όμως να στερούνται και να πειραματίζονται για μια νέα εμπειρία.

Τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός Γ' ηλικίας έχει μια σταθερή ανάπτυξη και μπορεί να συνεισφέρει στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας. Οι φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό, συμφωνούν ότι η σωστή ανάπτυξη και υποδομή για την πλήρη παροχή υπηρεσιών σε άτομα τρίτης ηλικίας, είναι εκείνη που θα θεμελιώσει τη ραγδαία ανάπτυξη της εναλλακτικής μορφής του τουρισμού τρίτης ηλικίας.

Οι περιοχές μελέτης εναλλακτικού τουρισμού για τις οποίες αναφέρθηκαν, είναι περιοχές που έχουν αυξητικές τάσεις τουριστών τρίτης ηλικίας. Με την πάροδο του χρόνου γίνονται γνωστές και προτιμώνται από τουρίστες τρίτης ηλικίας, επειδή συνδυάζουν την προσφορά υπηρεσιών υγείας σ' ένα φυσικό περιβάλλον για ξεκούραση και ψυχική ανάταση.

## 5.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

1. Η πολιτεία, τα ξενοδοχεία, τα Μ.Μ.Μ. και γενικότερα όσοι εμπλέκονται στη βιομηχανία του τουρισμού, θα πρέπει να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Οι κατάλληλες εγκαταστάσεις των τουριστικών καταλυμάτων με υποδομές που να μπορούν να καλύψουν την όποια ανάγκη του τουρίστα Γ' ηλικίας.
2. Μέριμνα της πολιτείας για ένα σταθερό εισόδημα (σύνταξη) χωρίς περικοπές, για να μπορούν οι τουρίστες τρίτης ηλικίας να αισθάνονται ασφαλείς και να μπορούν να προγραμματίσουν ταξίδια. Αυτό βέβαια στις μέρες μας είναι δύσκολο λόγω των οικονομικών μέτρων που ισχύουν.
3. Η ενεργοποίηση του προγράμματος «Τουρισμός για όλους». Τα ασφαλιστικά ταμεία με οργάνωση και πρόγραμμα για την παροχή οικονομικών πακέτων στους ασφαλισμένους του, θα δώσουν το έναυσμα για την κίνηση περισσότερων ατόμων σε προορισμούς της αρεσκείας τους και με την ενίσχυση των τοπικών κοινωνιών του τόπου προορισμού.
4. Με τη δημιουργία υπηρεσιών που να εξασφαλίζουν την ασφαλή διαμονή των τουριστών τρίτης ηλικίας (οργανωμένα ιατρεία, κέντρα υγείας).
5. Οργάνωση της διαφήμισης για ανάδειξη των τουριστικών προορισμών της Ελλάδας αλλά και τουριστικών προορισμών στο εξωτερικό. Θα έχουμε ως αποτέλεσμα την προσέλκυση τουριστών Γ' ηλικίας και από το εξωτερικό.
6. Μοντέλο Ισπανίας. Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, το οποίο πρώτοι εμπνεύστηκαν και εφάρμοσαν οι Ισπανοί, προτείνεται η μετακίνηση τουριστών, κυρίως της τρίτης ηλικίας, σε προορισμούς κατά τις νεκρές περιόδους του έτους. Με αυτό τον τρόπο ενισχύεται κυρίως ο εσωτερικός τουρισμός και η αγορά των τόπων προορισμών.
7. Τα πακέτα των τουριστικών καταλυμάτων να προσφέρουν δραστηριότητες και διαμονή που να είναι πιο προσιτή στους τουρίστες τρίτης ηλικίας.
8. Άμεση απορρόφηση των προγραμμάτων Ε.Σ.Π.Α., για την καλύτερη αναβάθμιση των καταλυμάτων και κατασκευή έργων υποδομής που έχουν να κάνουν με την βιομηχανία τουρισμού της τρίτης ηλικίας.
9. Συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου φορέα για την προώθηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος εντός και εκτός Ελλάδος.

10. Δημιουργία Τράπεζας Τουριστικών Πληροφοριών για άτομα τρίτης ηλικίας. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούν να ενημερωθούν για τους τόπους προορισμού, ανάλογα με το προσφερόμενο προϊόν, τα δρομολόγια, τα διαθέσιμα καταλύματα, τις τιμές, τις ιατρικές και νοσηλευτικές υπηρεσίες, τα διαθέσιμα πολιτιστικά στοιχεία, τις εκδηλώσεις.

Παρακάτω ακολουθεί ένας πίνακας με κάποιες προτάσεις – αλλαγές όσον αφορά την ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας και την αύξηση της ζήτησης στο μέλλον.

**Πίνακας 6: Προτάσεις – Αλλαγές.**

<b>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - ΑΛΛΑΓΕΣ</b>
<b>Καλύτερες παροχές υπηρεσιών απέναντι σε πελάτες Γ' ηλικίας.</b>
<b>Οικονομική κατάσταση.</b>
<b>Οικονομικότερα πακέτα.</b>
<b>Μεγαλύτερες συντάξεις.</b>
<b>Παροχές.</b>
<b>Καλύτερα Μ.Μ.Μ. – Άνετα ταξίδια.</b>
<b>Υπηρεσίες ξενοδοχείων.</b>
<b>Εγκαταστάσεις ξενοδοχείων.</b>
<b>Καλύτερος εξοπλισμός των ξενοδοχείων.</b>
<b>Καλύτερες τιμές.</b>
<b>Ποιότητα και καλές τιμές.</b>
<b>Οικονομία του τόπου.</b>
<b>Υποδομές περιήλασης.</b>
<b>Δραστηριότητες στα καταλύματα διαμονής.</b>

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Ηγουμενάκης Ν. – Κραβαρίτης Κ., 2004, «Τουρισμός Βασικές Έννοιες», Αθήνα, Interbooks.
- Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π., 2001, «Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον.», Αθήνα, Κριτική.
- Ηγουμενάκης Ν., 1999, «Τουριστικό Marketing», Αθήνα, Interbooks.
- Ηγουμενάκης Ν., 2007, «Τουρισμός και Οικονομία», Αθήνα, Σταμούλης.
- Ακριβός Χ. – Σαλεσιώτης Μ., 2007, «Τουρισμός εισαγωγικές έννοιες, Τουριστική συνείδηση, Τουριστική συμπεριφορά», Αθήνα, Interbooks.
- Σωτηριάδης Μ. – Φαρσάρη Ι., 2009, «Εναλλακτικές και ειδικές μορφές Τουρισμού», Αθήνα, Interbooks.
- Κάτσος Γ., 2004, «Τουρισμός ατόμων Τρίτης Ηλικίας», Αθήνα, Ι.Τ.Ε.Π.
- Βενετσανοπούλου Μ., 2006, «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», 1<sup>η</sup> έκδοση, Αθήνα, Interbooks.
- Morgan N. and Pritchard A., 2000, “Advertising in tourism and leisure”, Oxford, Butterworth – Heinemann.
- Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων & Επιτροπής Θρησκευτικού Τουρισμού.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.).
- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.).
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.).

- Διεύθυνση Λουτρών Λυδίας του Νομού Καβάλας.
- Σύνδεσμος Ξενοδόχων Ελλάδας.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).
- Διεύθυνση Λουτρών Σμοκόβου στο Νομό Καρδίτσας.
- Ιερά Μονή Αγίου Εφραίμ Νέας Μάκρης Αττικής.

### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Πουτέτση Χ., 2010, «Ο Θρησκευτικός τουρισμός δεν χάνει τους...πιστούς του.», Εφημερίδα «Το Βήμα».
- Πουτέτση Χ., 2010, «Ελληνικός τουρισμός: Ωρα μηδέν», Εφημερίδα «Το Βήμα».
- Κουσούνης Σ., 2009, «Σε δοκιμασία ο τουρισμός στην Ελλάδα το 2010», Εφημερίδα «Καθημερινή».

## **ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ**

- <http://www.statistics.gr>
- <http://www.alternativegreece.gr>
- <http://www.wttc.org>
- <http://www.moraros.gr>
- <http://www.itep.gr>
- <http://www.disabled.gr>
- <http://www.iama.gr>
- <http://www.idrasis.gr>
- <http://www.news.kathimerini.gr>