

# **Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών  
*Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)***

**Μεταπτυχιακή Διατριβή**



**Εξελίξεις στον Παγκόσμιο Τουριστικό Κλάδο**

**Κωνσταντίνος Χριστοφόρου**

**Επιβλέπων Καθηγητής  
Χρήστος Αλεξάκης**

**Απρίλιος 2020**

# **Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

**Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών**

***Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)***

## **Μεταπτυχιακή Διατριβή**

**Εξελίξεις στον Παγκόσμιο Τουριστικό Κλάδο**

**Κωνσταντίνος Χριστοφόρου**

**Επιβλέπων Καθηγητής  
Χρήστος Αλεξάκης**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

**Απρίλιος 2020**



## Περίληψη

Η παρούσα διατριβή έχει σαν στόχο να ανάδειξη τις παγκόσμιες εξελίξεις που επικρατούν στον τουρισμό, παρουσιάζει τις θετικές και τις αρνητικές επιπτώσεις του, αλλά και τις τάσεις που επικρατούν σήμερα. Η διατριβή αυτή εργασία αποτελείτε από τέσσερα κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο προβαίνουμε σε μια ιστορικά αναδρομή του τουρισμού, τα είδη του τουρισμού, οι μορφές του τουρισμού καθώς και οι παράγοντες που επηρεάζουν την εξέλιξη του τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο διεθνής τουρισμός ως δραστηριότητα, οι διεθνείς τουριστικοί οργανισμοί καθώς και οι επιπτώσεις του διεθνούς τουρισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναπτύσσονται οι τάσεις του διεθνούς τουρισμού και οι τουριστικές αφίξεις σε διάφορες χώρες παγκοσμίως.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζει τα προβλήματα που προκύπτουν από τον διεθνή τουρισμό.

Στο τέλος της διατριβής παρουσιάζεται ο επίλογος.

## **Summary**

The present dissertation aims to highlight the global developments that prevail in tourism, it points out its positive and negative effects and also, the current trends.

The dissertation consists of four chapters.

In the first chapter we take a historical look back at tourism, the types of tourism, the forms of tourism as well as the factors that affect the evolution of tourism.

The second chapter refers to international tourism as an activity, international tourism organizations as well as the effects of international tourism.

The third chapter develops the trends of international tourism and tourist arrivals in various countries worldwide.

The fourth chapter indicates the problems arising from international tourism.

The epilogue will be presented at the end of the dissertation.

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στην οικογένεια μου για την συμπαράσταση και την υποστήριξη που μου πρόσφεραν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

Επιπλέον, ευχαριστίες θα ήθελα να απονέμω και στον καθηγητή μου για την υποστήριξη και τις εποικοδομητικές υποδείξεις που μου έδειξε στην προσπάθεια αυτή καθώς επίσης και σε όλους τους καθηγητές για τις γνώσεις που μου μετέδωσαν όλα αυτά τα χρόνια.

# Περιεχόμενα

|  |           |
|--|-----------|
| Εισαγωγή.....  | 1         |
| <b>1 Τουρισμός .....</b>                                     | <b>3</b>  |
| 1.1 Ορισμοί.....   | 3         |
| 1.2 Ιστορική αναδρομή του Τουρισμού .....                    | 4         |
| 1.3 Τα Είδη του Τουρισμού .....                              | 5         |
| 1.3.1 Μαζικός Τουρισμός .....                                | 5         |
| 1.3.2 Ατομικός τουρισμός.....                                | 6         |
| 1.3.3 Εγχώριος Τουρισμός.....                                | 7         |
| 1.3.4 Εξωτερικός Τουρισμός.....                              | 7         |
| 1.3.5 Εποχιακός Τουρισμός.....                               | 7         |
| 1.3.6 Γενικός Τουρισμός.....                                 | 7         |
| 1.4 Μορφές του Εναλλακτικού Τουρισμού .....                  | 8         |
| 1.4.1 Χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού.....         | 9         |
| 1.4.1.1 Τα κίνητρα του τουρίστα .....                        | 9         |
| 1.4.1.2 Ο τουρίστας του εναλλακτικού τουρισμού.....          | 10        |
| 1.4.1.3 Τουριστικός προορισμός.....                          | 10        |
| 1.4.1.4 Το μέγεθος των Τουριστικών Επιχειρήσεων .....        | 11        |
| 1.4.2 Αγροτουρισμός .....                                    | 11        |
| 1.4.3 Αθλητικός Τουρισμός.....                               | 12        |
| 1.4.4 Πολιτιστικός Τουρισμός.....                            | 13        |
| 1.4.5 Συνεδριακός Τουρισμός .....                            | 13        |
| 1.4.6 Τουρισμός εκθέσεων .....                               | 14        |
| 1.4.7 Τουρισμός πόλης.....                                   | 14        |
| 1.4.8 Τουρισμός περιπέτειας.....                             | 14        |
| 1.4.9 Τουρισμός Υγείας.....                                  | 15        |
| 1.4.10 Θρησκευτικός Τουρισμός.....                           | 16        |
| 1.4.11 Τουρισμός Χειμερινών Σπορ .....                       | 17        |
| 1.4.12 Γαστρονομικός Τουρισμός .....                         | 17        |
| 1.4.13 Θαλάσσιος τουρισμός.....                              | 18        |
| 1.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την εξέλιξη του Τουρισμού..... | 19        |
| 1.5.1 Ελεύθερος χρόνος .....                                 | 19        |
| 1.5.2 Ευημερία ή Πλούτος.....                                | 19        |
| 1.5.3 Μετακίνηση .....                                       | 20        |
| <b>2 Ο Διεθνής Τουρισμός .....</b>                           | <b>21</b> |

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| 2.1      | Η Διεθνής Δραστηριότητα του Τουρισμού.....                | 21        |
| 2.2      | Διεθνείς Τουριστικοί Οργανισμοί.....                      | 21        |
| 2.3      | Επιπτώσεις του Διεθνούς Τουρισμού.....                    | 22        |
| 2.3.1    | Οικονομικές επιπτώσεις.....                               | 23        |
| 2.3.1.1  | Τουρισμός και συναλλαγματικά έσοδα.....                   | 24        |
| 2.3.1.2  | Διαρροές.....   | 25        |
| 2.3.1.3  | Συμβολή του τουρισμού στα κρατικά έσοδα.....              | 25        |
| 2.3.1.4  | Απασχόληση.....   | 26        |
| 2.3.1.5  | Περιφερειακή Ανάπτυξη.....                                | 27        |
| 2.3.2    | Κοινωνικές και Πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού..... | 27        |
| 2.3.3    | Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού.....             | 28        |
| <b>3</b> | <b>Τάσεις Διεθνούς Τουρισμού.....</b>                     | <b>31</b> |
| 3.1      | Τουριστικές Τάσεις.....                                   | 31        |
| 3.1.1    | Τουριστικές Τάσεις σήμερα.....                            | 32        |
| 3.1.2    | Τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως.....                       | 33        |
| 3.2      | Μελλοντικές Τάσεις.....                                   | 40        |
| <b>4</b> | <b>Προβλήματα του Διεθνούς Τουρισμού.....</b>             | <b>42</b> |
| 4.1      | Οικονομική κρίση.....                                     | 42        |
| 4.2      | Τουρισμός και Τρομοκρατία.....                            | 43        |
| 4.3      | Τουρισμός και Covid – 19.....                             | 44        |
| 4.4      | Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό.....         | 45        |
|          | <b>Επίλογος.....</b>                                      | <b>47</b> |
|          | <b>Βιβλιογραφία.....</b>                                  | <b>49</b> |



# Εισαγωγή

Η μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου όπως χαρακτηρίζεται η βιομηχανία του τουρισμού, απέδειξε τα τελευταία χρόνια την τεράστια σημασία της τόσο για τις ανεπτυγμένες χώρες όσο και για τις αναπτυσσόμενες. Είναι γεγονός ότι όλοι οι τουριστικοί προορισμοί προσπαθούν να προσελκύσουν ένα μεγάλο μερίδιο τουρισμού αποκτώντας έτσι μια θέση στον τουριστικό χάρτη.

Ο τουρισμός σήμερα είναι ένα φαινόμενο το οποίο γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη, που με το συνδυασμό δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και τουριστικών επιχειρήσεων προσφέρει μια ταξιδιωτική και έτσι συμβάλει στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού κάθε τουριστικού προορισμού, ανοίγει νέες θέσεις εργασίας, αυξάνει τις επενδύσεις και μεγεθύνει την παγκόσμια οικονομία. Οι χώρες επιδιώκουν την τουριστική ανάπτυξη μέσω διαφόρων προσεγγίσεων, προσπαθώντας να εξασφαλίσουν την μέγιστη ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των τουριστών, εμπλουτίζοντας συνεχώς το τουριστικό τους προϊόν με νέα στοιχεία. Ως η μεγαλύτερη παγκόσμια βιομηχανία αφού αντιπροσωπεύει το 10% με 12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος, σε αρκετές χώρες ανά τον κόσμο είναι η κύρια πηγή της οικονομίας τους.

Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού είχε αρχίσει να διαφαίνεται από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου και έπειτα, με αποτέλεσμα σήμερα να αποτελεί την μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο συμβάλλοντας έτσι στην μεγέθυνση των οικονομιών πολλών χωρών. Ο τουρισμός, ως ένας εξελισσόμενος κλάδος συναντά προκλήσεις και εμπόδια τα οποία δεν μπορούν να περάσουν απαρατήρητα. Εκτός των οικονομικών επιδράσεων που προκαλεί ο τουρισμός σε ένα τόπο, ασκούνται και άλλες επιδράσεις οι οποίες είναι κοινωνικές, πολιτιστικές αλλά και περιβαλλοντικές. Με το πέρασμα του χρόνου συνεχώς δημιουργούνται νέες μορφές τουρισμού προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα διάφορα προβλήματα, αφού μέσω της ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού, μεγιστοποιούνται τα ωφέλη αλλά και αναπτύσσονται οι χώρες τουριστικοί προορισμοί.

Ως μια οικονομική δραστηριότητα ο τουρισμός είναι ικανός να αποφέρει σημαντικά ωφέλει τόσο στις ανεπτυγμένες χώρες αλλά κυρίως στις αναπτυσσόμενες. Ωστόσο την εξέλιξη του τουρισμού, την κίνηση των τουριστικών ροών διεθνώς και την επιρροή και εξέλιξη των τουριστικών μεγεθών δημιουργούν κατά κύριο λόγο οι ανεπτυγμένες χώρες.

Οι άνθρωποι ή οι τουρίστες σήμερα ταξιδεύουν σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και έχουν διαφορετικό σκοπό από εκείνο που χαρακτηρίζει την μόνιμη διαμονή τους. Έτσι στον διεθνή τουρισμό εμφανίζονται οι τουριστικές τάσεις οι οποίες επηρεάζουν την λειτουργία της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας και αλλάζουν τις ισορροπίες της τουριστικής αγοράς.

# Κεφάλαιο 1

## Τουρισμός

### 1.1 Ορισμοί

Ο τουρισμός είναι ο πιο διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας ιδιαίτερα στον Δυτικό κόσμο. Αποτελεί μια τεράστια βιομηχανία ενώ παράλληλα είναι μεγάλη πηγή εσόδων για τις περισσότερες τουριστικές χώρες ανάμεσα τους και η Κύπρος.

Γενικά ο τουρισμός θα μπορούσε να ορισθεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε κάποιον άλλο προσωρινά με σκοπό να ικανοποιήσουν κάποιες τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες τους, η διαμονή τους πρέπει να είναι τουλάχιστον επί ένα 24ώρο (<https://el.wikipedia.org/wiki/>).

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιού (World Travel & Tourism Council [WTTC]) (2015), ο τουρισμός είναι η πιο μεγάλη βιομηχανία στον κόσμο και προβλέπεται να αυξάνεται συνεχώς μέσα στον 21ο αιώνα. Η λέξη τουρισμός προέρχεται από την γαλλική λέξη *tour* που σημαίνει μετακίνηση ατόμων ή ομάδες ανθρώπων από την περιοχή στην οποία κατοικούν σε μια άλλη, με σκοπό την ψυχαγωγία, την υγεία αλλά και για επαγγελματικούς σκοπούς.

Έτσι ο τουρισμός είναι ένα πολύπλοκο φαινόμενο, το οποίο μπορεί να προσδιορισθεί με διάφορες ερμηνείες. Αν δούμε τον τουρισμό από την πλευρά του τουρίστα, τότε θεωρούμε ότι είναι μια ευκαιρία για ξεκούραση και ψυχαγωγία. Αν δούμε τον τουρισμό από επιχειρηματικής πλευράς, τότε θεωρούμε ότι είναι μια δραστηριότητα η οποία θα προσφέρει ευκαιρία για κέρδος. Αν τον δούμε από κοινωνιολογική πλευρά τότε θεωρούμε ότι είναι η δραστηριότητα η οποία εξυπηρετεί την επικοινωνία μεταξύ των διαφόρων λαών. Υπάρχουν πολλές αντιληπτικές γωνίες που μπορεί κάποιος να εξετάσει το φαινόμενο του τουρισμού. Το σίγουρο είναι ότι ο τουρισμός είναι μια συνεχώς αναπτυσσόμενη ανθρώπινη δραστηριότητα. (Λαλούμης, Δ. Ρούπας, Β., 1998).

## 1.2 Ιστορική αναδρομή του Τουρισμού

Για να προσδιορίσουμε χρονικά την έναρξη του τουρισμού θα πρέπει να ανατρέξουμε κυρίως στον 19<sup>ον</sup> αιώνα. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν επιστήμονες και έμποροι που συνδύαζαν το ταξίδι με το επάγγελμα τους. Οι αρχαίοι Έλληνες όσο και Ρωμαίοι ταξίδευαν για εμπορικούς αλλά και για ιδιωτικούς σκοπούς. Ωστόσο ο τουρισμός σχετιζόταν πάντοτε με τον ελεύθερο χρόνο. Η εξάπλωση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας αποτέλεσε στην βελτίωση του οδικού δικτύου, στην ασφάλεια των μεταφορών αλλά και στην εξειδίκευση των τουριστικών ταξιδιών. Πολλές περιοχές όπως η Ελλάδα αλλά και η Αίγυπτος γίνονται πόλος έλξης τουριστών τόσο για θρησκευτικούς όσο και για πολιτιστικούς λόγους (Τσάρτας, 1996).

Περνώντας στον Μεσαίωνα οι μετακινήσεις γίνονταν κυρίως για θρησκευτικούς λόγους, γιορτές και ιαματικές θεραπείες. Από την εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας οι ιαματικές πηγές ήταν πολύ δημοφιλείς, ωστόσο αργότερα κατά την Αναγέννηση έγιναν κέντρα αναψυχής και διασκέδασης. (Βιτουλαδίτη, 2000).

Για την περίοδο της Αναγέννησης οι ταξιδιώτες ταξίδευαν προς την Ευρώπη για να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες. Τα ταξίδια αυτά ονομάστηκαν “Grand Tour”. Η ανάπτυξη των συγκεκριμένων ταξιδιών οδήγησε στην δημιουργία «τουριστικών πακέτων». Παράλληλα με την δημιουργία των συγκεκριμένων ταξιδιών άρχισαν και οι εξερευνήσεις της Αμερικής, Αφρικής, Ασίας, Αυστραλίας και Ωκεανίας. Έτσι οι λαοί της Ευρώπης μετά την ανακάλυψη των νέων χωρών διαπιστώνουν ότι ο ορίζοντας των ταξιδιών επεκτείνεται. Πολλοί ιεραπόστολοι αλλά και έμποροι πηγαίνουν προς τους νέους προορισμούς μεταφέροντας την ιστορία, τις ιδέες αλλά και τον πολιτισμό των χωρών τους. (Τσάρτας, 1996).

Ωστόσο η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού ήρθε τον 19<sup>ον</sup> αιώνα. Η δημιουργία του σιδηρόδρομου αλλά και η ναυπήγηση ατμόπλοιου επέφερε τη μείωση του κόστους στις μεταφορές αλλά και η μετακίνηση έγινε πιο γρήγορη και ασφαλής. Έτσι με την άνθηση του τουρισμού δημιουργήθηκε και το πρώτο τουριστικό γραφείο (tour operator) από τον Τόμας Κουκ στην Αγγλία (1841), το οποίο οργάνωνε δύσκολα ταξίδια προς την Αμερική και την Ευρώπη. Τον Τόμας Κουκ μιμήθηκαν και άλλοι επιχειρηματίες της εποχής κυρίως από την Ευρώπη και την Αμερική, με αποτέλεσμα τα οργανωμένα ταξίδια να γίνουν δημοφιλή στην μεσαία τάξη της εποχής.

Ο 20<sup>ος</sup> αιώνας φέρνει αλλαγές στον τομέα του τουρισμού. Μετά το τέλος του Α΄ Παγκοσμίου πολέμου αλλάζουν οι τρόποι πραγματοποίησης του ταξιδιού, με την είσοδο του αυτοκίνητου αλλά κυρίως του αεροπλάνου φθίνοντας έτσι την σιδηροδρομική και ατμοπλοϊκή μετακίνηση (Βιτουλαδίτη, 2000). Ο μαζικός τουρισμός πλέον στηρίζεται κυρίως στις αερομεταφορές. Στις πρώτες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα αναπτύσσονται οι ξενοδοχειακές αλυσίδες και τα μεγάλα τουριστικά πρακτορεία, και έτσι ο τουρισμός έγινε οικονομική δραστηριότητα η οποία παρήγαγε εισόδημα και άνοιγε νέες θέσεις εργασίας παγκόσμια. Τα μεγάλα ανεπτυγμένα κράτη προωθούν το τουρισμό ως μια από τις κύριες οικονομικές δραστηριότητες της οικονομίας τους, με θετικά αποτελέσματα. Από το 1950 και μετά η ανάπτυξη του τουρισμού είναι τεράστια και οφείλεται στους πιο κάτω παράγοντες (Τσάρτας, 1996):

1. Πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις ανεπτυγμένες χώρες
2. Αύξηση του ελεύθερου χρόνου
3. Δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες
4. Ανάπτυξη των μαζικών μεταφορών μέσω των
5. Η μετατροπή του τουρισμού σε καταναλωτικό προϊόν
6. Ο τουρισμός σαν κοινωνικό αγαθό
7. Προώθηση του τουρισμού μέσω των κρατών και των εταιρειών του τουρισμού

## **1.3 Τα Είδη του Τουρισμού**

Η βιομηχανία του τουρισμού είναι ένα μεγάλο φάσμα το οποίο δεν μπορεί να περιοριστεί γι' αυτό και χωρίζεται σε διάφορες μορφές ανάλογα με τα κριτήρια που τίθενται κάθε φορά. Οι δημοφιλέστερες μορφές τουρισμού είναι:

### **1.3.1 Μαζικός Τουρισμός**

Ο μαζικός τουρισμός είναι η ομαδοποίηση των τουριστών, και η συγκέντρωση τους στους τόπους διαμονής της χώρας υποδοχής και φιλοξενίας όπου θα επισκεφθούν. Η οργάνωση του συγκεκριμένου τρόπου ταξιδιού γίνεται μέσω των τουριστικών πακέτων από τους Tour Operators. Ο κάθε τουρίστας εντάσσεται σε ομάδα, όπου οι άνθρωποι που αποτελούν την συγκεκριμένη ομάδα έχουν τις ίδιες τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες, συμβιβάζονται ανάλογα με τις συμπεριφορά των υπολοίπων τουριστών και έτσι εξασφαλίζεται η ικανοποίηση της τουριστικής αυτής ανάγκης μέσω της οργάνωσης και εκτέλεσης του ταξιδιού (Ηγουμενάκης Ν., & Κραβαρίτης Κ., 2004).

Η μεγάλη ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ήρθε μέσω των Tour Operator με την δημιουργία πακέτων διακοπών. Τα πακέτα αυτά προσφέρουν: 1) το τόπο προορισμού, 2) τις μεταφορές από και προς το αεροδρόμιο, 3) το κατάλυμα, 4) τις μεταφορές από και προς το κατάλυμα, 5) αεροπορικά εισιτήρια από και προς το τόπο προορισμού. Τα πακέτα αυτά έχουν δημιουργηθεί και δημιουργούνται ακόμα λόγω της ανάπτυξης πολλών χωρών/περιοχών ανά τον κόσμο ως μεγάλοι τουριστικοί προορισμοί.

Ωστόσο σημαντικό στοιχείο στην δημιουργία και εκτέλεση των τουριστικών πακέτων παίζει και το κόστος, αλλά και η απόσταση από την χώρα προέλευσης προς την χώρα υποδοχής. Άλλο στοιχείο είναι οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μνημεία, ο πολιτισμός αλλά και οι φυσικοί πόροι της κάθε χώρας όπως ο ήλιος και η θάλασσα. Αυτοί είναι από τους πιο βασικούς παράγοντες που θέλει ένας τουρίστας – ταξιδιώτης για να επιλέξει πακέτο διακοπών και κατ' επέκταση την χώρα προορισμού που θα κάνει τις διακοπές του (Βαρβαρέσος Σ., 2010).

### **1.3.2 Ατομικός τουρισμός**

Ο Ατομικός τουρισμός είναι από τα πιο σύγχρονα φαινόμενα του τουρισμού και εντάσσεται στην κατηγορία του περιηγητικού τουρισμού αφού οργανώνεται και εκτελείτε ατομικά από τον κάθε τουρίστα. Η κυρίως μετακίνηση γίνεται με ιδιωτικά μέσα όπως αυτοκίνητα, τροχόσπιτα, σκάφη κ.τ.λ. Σε αυτό το είδος τουρισμού οι τουρίστες επιλέγουν πώς θα μετακινηθούν προς τον προορισμό που θέλουν αλλά και την διάρκεια παραμονής τους (<https://www.paskedi.gr/article>).

Υπάρχουν και σε αυτό το είδος τουρισμού παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική μετακίνηση. Οι παράγοντες αυτοί είναι: 1) η απόσταση από την χώρα διαμονής προς την χώρα φιλοξενίας, 2) η ανάπτυξη των συγκοινωνιακών δικτύων ανάμεσα στην χώρα διαμονής και στην χώρα φιλοξενίας, 3) οι κατάλληλες υπηρεσίες, τόσο ποσοτικές όσο και ποιοτικές που διευκολύνουν τις περιηγήσεις των τουριστών.

Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια βασίζεται κυρίως στο διαδίκτυο, αφού εκεί μπορείς να δημιουργήσεις το ταξίδι σου εύκολα μέσω διαφόρων ιστοσελίδων που προσφέρουν αεροπορικά εισιτήρια και διαμονή, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό που δημιουργείτε μέσω των τουριστικών πακέτων από τους Tour Operators.

### **1.3.3 Εγχώριος Τουρισμός**

Ο Εγχώριος η Εσωτερικός τουρισμός όπως ονομάζεται πραγματοποιείται κυρίως από τους μόνιμους ή ντόπιους κατοίκους μιας χώρας, που μετακινούνται μέσα στα όρια της χώρας τους. Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού χαρακτηρίζεται από την μη εκροή συναλλάγματος και την συγκράτηση των χρημάτων στην χώρα, λόγω της μη μετακίνησης του ντόπιου κατοίκων στο εξωτερικό (Τσάρτας Π., 2006).

Η ανάπτυξη του εγχώριου τουρισμού προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλων και οικονομικών καταλυμάτων έτσι ώστε να μην απευθύνονται μόνο για τους ξένους αλλά και για τους ντόπιους ,βελτίωση και ανάπτυξη του οδικού δικτύου αλλά και την δημιουργία πακέτων διακοπών από τους διάφορους τουριστικούς φορείς.

### **1.3.4 Εξωτερικός Τουρισμός**

Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός όπως ονομάζεται εννοούμε τα άτομα που πραγματοποιούν ταξίδια σε μια άλλη χώρα εκτός της μόνιμης κατοικίας τους κυρίως για τουριστικούς λόγους. Οι περιπτώσεις του εξωτερικού τουρισμού είναι: 1) Ο διεθνής εισερχόμενος τουρισμός που είναι ο τουρισμός των αλλοδαπών, οι οποίοι ταξιδεύουν σε οποιαδήποτε χώρα και 2) Ο διεθνής εξερχόμενος τουρισμός που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια άλλη για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του (<https://www.paskedi.gr/article>).

### **1.3.5 Εποχιακός Τουρισμός**

Ο εποχιακός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την διάρκεια της τουριστικής περιόδου, όπου είναι συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, δηλαδή δεν διαρκεί όλους τους μήνες του χρόνου αλλά μερικούς.

Αυτό το είδος του τουρισμού διακρίνεται σε συνεχή τουρισμό όπου οι κλιματολογικές συνθήκες δεν επηρεάζουν τις δραστηριότητες του (π.χ. Συνεδριακός τουρισμός), και εποχιακό τουρισμό όπου οι δραστηριότητες επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στις χώρες προορισμού (π.χ. Τουρισμός Χειμερινών Σπορ).

### **1.3.6 Γενικός Τουρισμός**

Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου των ανθρώπων που έχουν ανάγκη ξεκούρασης, ηρεμίας και αναψυχής. Το είδος αυτό του τουρισμού διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες. Πρώτη κατηγορία είναι ο τουρισμός περιήγησης. Η περίπτωση αυτή είναι όταν ο τουρίστας κατά την διάρκεια των διακοπών

του μετακινητέ από χώρα σε χώρα και δεν παραμένει σταθερός. Δεύτερη κατηγορία είναι ο τουρισμός διαμονής. Ο τουρίστας παραμένει στον ίδιο τόπο για όλη την διάρκεια των διακοπών του. Η τρίτη περίπτωση είναι η κατηγορία του μικτού τουρισμού η οποία κατηγορία συνδυάζει και τις δυο παραπάνω κατηγορίες μαζί, δηλαδή τον τουρισμό περιήγησης και τον τουρισμό διαμονής (Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., & Γκρίμπα Ε., 2011).

Ο γενικός τουρισμός για να αναπτυχθεί θα πρέπει να έχει κατάλληλες υποδομές όπως τουριστικά καταλύματα για όλες τις προτιμήσεις, καλά μέσα συγκοινωνίας, κέντρα διασκέδασης και ψυχαγωγίας, εμπορικά καταστήματα αλλά και εξειδικευμένο προσωπικό για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών – τουριστών.

## **1.4 Μορφές του Εναλλακτικού Τουρισμού**

Μετά από τα είδη του τουρισμού, περνούμε στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες δημιουργήθηκαν κυρίως από τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που επέφερε ο μαζικός τουρισμός. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού επιφέρουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στις χώρες υποδοχής τουριστών, αλλά χωρίς να μειώνουν τα οικονομικά αποτελέσματα της χώρας (Butler, 1990).

Οι διάφορες μορφές του τουρισμού έχουν κάποια στοιχεία που διαφοροποιούνται από τον μαζικό τουρισμό ο οποίος γίνεται αποκλειστικά για λόγους αναψυχής. Η μαζική μετακίνηση γίνεται με σκοπό να ικανοποιηθούν κάποιες ανάγκες των τουριστών, όπως η ανάγκη τους να είναι κοντά στη θάλασσα. Όμως πολλοί από αυτούς εκμεταλλευόμενοι την ευκαιρία που τους δίνεται παίρνουν πακέτα διακοπών, τελείως διαφορετικά από τα συνηθισμένα. Αν χαρακτηρίσουμε τον εναλλακτικό τύπο τουρισμού λέμε ότι είναι το αντίθετο στις μέχρι τώρα μορφές του μαζικού τουρισμού.

Ο Inskoop είχε χαρακτηριστικά αναφέρει ότι «ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης καθώς και κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ευαίσθητος και γεμάτος σεβασμό, σε αντίθεση με το συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα» (Inskoop, E. 1991 σ.166 ).

Έτσι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι η διαδικασία η οποία προωθεί μια συγκεκριμένη μορφή ταξιδιού, φιλική προς το περιβάλλον φέρνοντας θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ διαφορετικών κοινωνιών.

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι οποιαδήποτε άλλη μορφή τουρισμού, και όχι μαζικού που σκοπό έχει την αναψυχή. Υπάρχουν πάρα πολλές



μορφές τουρισμού, οι οποίες συμπληρώνουν τον μαζικό τουρισμό και έτσι συμβάλλουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των διαφόρων περιοχών.

#### **1.4.1 Χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού**

Τα τελευταία χρόνια γίνεται όλο και πιο μεγάλη η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως είναι ο συνεδριακός, ο θρησκευτικός, ο πολιτιστικός, ο αγροτουρισμός, ο θεραπευτικός / ιαματικός, αθλητικός τουρισμός και διαφόρων άλλων μορφών (Ηγουμενάκης, 2004).

Με το τρόπο αυτό η κάθε χώρα προσπαθεί να δημιουργήσει εναλλακτικές διακοπές για τον κάθε τουρίστα και όχι μόνο διακοπές κλασσικού τύπου (ξεκούραση, ήλιος και θάλασσα).

Τα πιο βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι τα κίνητρα του τουρίστα, ο τουρίστας του εναλλακτικού τουρισμού, ο τουριστικός προορισμός και το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων.

##### **1.4.1.1 Τα κίνητρα του τουρίστα**

Το βασικότερο χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι ποια κίνητρα έχει ο τουρίστας, ώστε να τον οδηγήσουν να επιλέξει κάποιο ταξίδι. Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικά κίνητρα από ένα τουρίστα ο οποίος ταξιδεύει για λόγους αναψυχής, τα οποία αντιστοιχούν στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Ανδριώτης, 2003).

Το κυρίως κίνητρο που γεννιέται από τον τουρίστα είναι η ύπαρξη της ανάγκης. Έτσι το κίνητρο αποτελεί την κινητήρια δύναμη που ωθεί τον τουρίστα στο να εκπληρώσει την συγκεκριμένη ανάγκη.

Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικά κίνητρα από αυτού του μαζικού τουρισμού, όπως η εξερεύνηση, η περιπέτεια αλλά και η συναναστροφή με άλλους λαούς για την ανακάλυψη καινούργιων πολιτισμών.

Έτσι ο τουρίστας επιλέγει να κάνει εναλλακτικές διακοπές ώστε το ταξίδι του να αποκτήσει κάποιο νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, εκπαιδευτικές αλλά και περιβαλλοντικές προεκτάσεις.

### **1.4.1.2 Ο τουρίστας του εναλλακτικού τουρισμού**

Ο τουρίστας του εναλλακτικού τουρισμού δεν θεωρείτε πελάτης ή καταναλωτής αφού διαφέρει πολύ από τα γνωστά πρότυπα του μαζικού τουρισμού. Είναι γεγονός ότι ο συγκεκριμένος τουρισμός προσφέρει μια αλλαγή στον καθιερωμένο τρόπο ζωής.

Ο τουρίστας του εναλλακτικού τουρισμού έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τον ωθούν σε δραστηριότητες αλλά και μετακίνηση κατά την διάρκεια των διακοπών του.

Τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα είναι:

1. Δεν χρειάζεται την ύπαρξη τουριστικής υποδομής
2. Διεγείρετε με το αίσθημα της περιήγησης
3. Έχει περισσότερα έσοδα από τον μέσο όρο
4. Συνήθως έχει καλύτερη μόρφωση, είναι συνειδητοποιημένος πολιτιστικά, πιο ευαίσθητος σε θέματα περιβάλλοντος, πιο περίεργος και πιο αναλυτικός
5. Προσπαθεί να αποφύγει τους σύγχρονους ρυθμούς των μεγάλων πόλεων
6. Θέλει να επισκέπτεται τοπία που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι
7. Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες
8. Συνήθως παραμένει πιο πολλές μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα
9. Δημιουργεί κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό. (Laarman & Durst, 1987).

### **1.4.1.3 Τουριστικός προορισμός**

Ο τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζεται ως ο τόπος που δέχεται και φιλοξενεί τους τουρίστες κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Ο προορισμός πάντα για να επιλεγεί από τουρίστες πρέπει να διαθέτει κάποια χαρακτηριστικά τα οποία ονομάζονται τουριστικά θέλγητρα. Τα χαρακτηριστικά ως συνήθως είναι κλιματολογικά, γεωγραφικά, οικονομικά, πολιτιστικά και κοινωνικά.

Έτσι οι πιο πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού πήραν το όνομα τους από το όνομα του τουριστικού προορισμού που φιλοξενεί τους τουρίστες της κάθε μορφής, όπως η θάλασσα φιλοξενεί τον θαλάσσιο τουρισμό, οι ιαματικές πηγές τον ιαματικό τουρισμό, οι αγροί τον αγροτουρισμό (Ανδριώτης, 2003).

Ελκυστικό στοιχείο του τουριστικού προορισμού είναι το ανεξερεύνητο που κάνει τον τουριστικό προορισμό διαφορετικό από έναν άλλο που δέχεται μεγάλο όγκο τουριστών.

Τέλος είναι γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρίστας ελκύεται περισσότερο από ένα ήσυχο μέρος και με την ιδέα της συναναστροφής με ντόπιο πληθυσμό (Andronicos, A. 1979).

#### **1.4.1.4 Το μέγεθος των Τουριστικών Επιχειρήσεων**

Τελευταίο χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι αυτό των τουριστικών επιχειρήσεων που έχει ο κάθε προορισμός. Συγκεκριμένα οι τουρίστες προσελκύονται σε τουριστικές επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, όπως είναι τα ξενοδοχεία, που συνήθως προσφέρουν όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες που χρειάζεται κάποιος τουρίστας στις διακοπές του.

Μελέτες που έχουν γίνει έχουν καταδείξει ότι η συνεισφορά των επιχειρήσεων διαμονής για την οικονομική ανάπτυξη κάποιου προορισμού δεν είναι ομοιόμορφη. Σύμφωνα με τον Andriotis (2002) στην Κρήτη έχουν μελετηθεί 52 επιχειρήσεις καταλυμάτων και έχουν καταταχθεί σε μικρές (μέχρι 40 δωμάτια), μεσαίες (από 41 μέχρι 100 δωμάτια) και μεγάλες (από 100 δωμάτια και άνω). Οι μεγάλες επιχειρήσεις απασχολούν ως επί το πλείστο ξένο προσωπικό σε σχέση με τις πιο μικρές επιχειρήσεις. Οι μικρές επιχειρήσεις είναι πιο οικογενειακές αφού απασχολούν κυρίως τα μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη. Επιπλέον οι μεγάλες επιχειρήσεις δεν αγοράζουν από τους ντόπιους λιανοπωλητές και χονδρέμπορους σε σχέση με τις μικρές επιχειρήσεις (Andriotis, K. 2002b).

#### **1.4.2 Αγροτουρισμός**

Ο τουρισμός της υπαίθρου ή αγροτουρισμός όπως είναι κατά γενική ομολογία η ονομασία του είναι μια μικρή μορφή τουριστικής ανάπτυξης που αναπτύσσεται σε μια χωρική ενότητα που ονομάζεται αγροτική. Οι δραστηριότητες κυρίως που γίνονται σε αυτό το περιβάλλον έχουν αγροτικό χαρακτήρα και περιλαμβάνουν διάφορες αγροτικές ασχολίες ή εργασίες που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο ( Σφακιανάκης Μ., 2012). Επίσης η διαμονή είναι συνήθως σε καταλύματα παραδοσιακού χαρακτήρα μικρού μεγέθους, αλλά και σε αγροκτήματα.

Πέρα από την διαμονή και φιλοξενία στον αγροτουρισμό προβλέπεται και μια σειρά από δραστηριότητες. Συγκεκριμένα πραγματοποιούνται αθλήματα όπως ράφτινγκ, πεζοπορία, επισκέψεις σε υγροβιότοπους αλλά και διάφορες επισκέψεις σε μνημεία και μοναστήρια ([https://simplylife.gr/pages/periballontikes\\_protaseis/article/id/19](https://simplylife.gr/pages/periballontikes_protaseis/article/id/19)).

Η μορφή αυτή έχει κάνει την εμφάνιση της κυρίως στην κεντρική και βόρεια Ευρώπη. Μια περίπτωση είναι αυτή της Ιταλίας όπου ο αγροτουρισμός είναι οργανωμένος, με τις

masserias (είναι τα αγροκτήματα ιταλιστί), να σηματοδοτούνται με ειδικές ταμπέλες. Στην Κύπρο λειτουργούν 72 αγροτουριστικά καταλύματα σε 31 χωριά της υπαίθρου, όπου δημιουργήθηκαν στις αρχές τις δεκαετίας του '80 από γυναικίους συνεταιρισμούς, παρείχαν στους ταξιδιώτες καταλύματα αλλά και πουλούσαν παραδοσιακά τοπικά προϊόντα (<https://www.athinorama.gr/travel/travelideas/articles.aspx?artid=3796>).

### **1.4.3 Αθλητικός Τουρισμός**

Ο Αθλητικός τουρισμός είναι μια μορφή η οποία έχει σαν βασικό σκοπό την άθληση, συνδυάζοντας την περιήγηση και την άθληση κατά την διάρκεια των διακοπών. Οι δραστηριότητες που έχει ένας τουρίστας κατά την διάρκεια των διακοπών του συνδέονται άμεσα με τον ελεύθερο χρόνο και την αναψυχή. Η ειδική αυτή κατηγορία αναφέρεται στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού προκειμένου ο ταξιδιώτης να συμμετέχει ενεργά σε αθλητικές δραστηριότητες ή ακόμα και να παρακολουθήσει γεγονότα τα οποία σχετίζονται με τον αθλητισμό (<https://www.insider.gr>).

Το κύριο κίνητρο της κατηγορίας αυτής είναι η μετακίνηση, ενώ το τουριστικό στοιχείο και ο αθλητισμός ενισχύει την συνολική εμπειρία. Οι τουρίστες στις διακοπές τους ασχολούνται με αθλητικές δραστηριότητες για τους πιο κάτω λόγους: 1) γιατί έχουν αρκετό ελεύθερο χρόνο, 2) βρίσκουν αθλητικές εγκαταστάσεις για να γυμναστούν και 3) αποφεύγουν τις αιτίες που τους δημιουργούν προβλήματα υγείας, να ενδυναμώσουν τον οργανισμό τους και να αποκτήσουν την υγεία τους (Σφακιανάκης, Μ. 2000).

Ο αθλητικός τουρισμός τα τελευταία χρόνια αποτελεί καταλυτικό ρόλο στην παγκόσμια επανάσταση του τουρισμού. Κατέχει το 12,12% της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, ενώ στις πλείστες χώρες ο αθλητικός τουρισμός ανέρχεται γύρω στο 20% του τουρισμού. Προβλέπεται ότι ο αθλητικός τουρισμός κατά τα έτη 2017 – 2020 θα έχει ραγδαία ανάπτυξη κοντά στο 41% στην παγκόσμια τουριστική αγορά (<https://www.insider.gr>).

Μεγάλη τάση του αθλητικού τουρισμού είναι και οι διάφορες διοργανώσεις που γίνονται όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Μουντιάλ και διάφορα αλλά μεγάλα αθλητικά γεγονότα. Όσο μεγάλη είναι η αγάπη του κόσμου για τον αθλητισμό και κατ' επέκταση για τα σπορ, τόσο μεγαλώνουν και οι αριθμοί των ταξιδιωτών για τον αθλητισμό στις χώρες όπου γίνονται τα sports events. Οι χώρες που κατέχουν κυρίαρχη θέση σε αυτό το είδος του τουρισμού είναι η Αμερική, Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία και Αυστραλία.

Η Κύπρος έθεσε μια εθνική στρατηγική αθλητικού τουρισμού για τα έτη 2017-2021 και προβλέπεται ότι το αθλητικό τουριστικό προϊόν της Κύπρου θα έχει ανοδική πορεία ανάπτυξης, της τάξης του 41% ετησίως. Με κοινή επιτροπή ανάμεσα στον Κυπριακό Οργανισμό Αθλητισμού (ΚΟΑ), τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού (ΚΟΤ) και την Κυπριακή Ολυμπιακή Επιτροπή (ΚΟΕ) στόχος είναι να γίνουν οι απαιτούμενες ενέργειες περί ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού.

Η γεωγραφική θέση της Κύπρου, η δημιουργία σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων, οι πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες αλλά και το επίπεδο φιλοξενίας έχουν βάλει το νησί σε ψηλή θέση προτεραιότητας των αθλητών παγκόσμια για να κάνουν την προετοιμασία τους (<https://www.brief.com.cy/>).

#### **1.4.4 Πολιτιστικός Τουρισμός**

Είναι η μορφή του τουρισμού που έχει ένα από τους κυριότερους λόγους να ταξιδέψει κάποιος τουρίστας. Κεντρικό κίνητρο είναι η επίσκεψη μνημείων (θρησκευτικών, ιστορικών, παραδοσιακούς οικισμούς, ιστορικά κέντρα πόλεων), αρχαιολογικών χώρων αλλά και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Η περίπτωση της Ελλάδας και της Κύπρου συνδυάζει τον αρχαίο πλούτο μαζί με τον αρχαιοελληνικό πολιτισμό και διαχρονικά ελκύει αρκετούς τουρίστες από όλο τον κόσμο, σε σύγκριση με άλλους τουριστικούς προορισμούς.

#### **1.4.5 Συνεδριακός Τουρισμός**

Ο συνεδριακός τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί με ραγδαίους ρυθμούς και θεωρείται πλέον ως μια από τις πιο ανεπτυγμένες μορφές του τουρισμού. Χαρακτηριστικό του είναι η μετακίνηση ατόμων σε κάποιο προορισμό, οι οποίοι έχουν κοινά ενδιαφέροντα, και συμμετέχουν σε συνέδρια. Οι συμμετέχοντες των συνεδρίων ως επί το πλείστο έχουν επαγγελματική ιδιότητα, ενημερώνονται σε θέματα που αφορούν την δουλειά τους, γνωρίζουν καινούργια προϊόντα που μπορούν να πλασάρουν στην αγορά και μαθαίνουν καινούργιες μεθόδους εργασίας.

Υπάρχουν διαφορετικά είδη συνεδρίων όπως εθνικά, περιφερειακά, τοπικά αλλά και διεθνές επιπέδου. Η χρονική διάρκεια του συνεδριακού τουρισμού συνήθως κυμαίνεται από 2 μέχρι 4 μέρες. Συνήθως η μορφή αυτή του τουρισμού βοηθά τον κάθε προορισμό που φιλοξενεί κυρίως διεθνές συνέδρια, να προβληθεί στο εξωτερικό ώστε να προσελκύει καινούργιες εταιρείες στην διεξαγωγή συνεδρίων (Σφακιανάκης Μ., 2012)

Στην πρώτη θέση διεξαγωγής συνεδρίων βρίσκεται το Παρίσι, ενώ ακολουθούν η Βιέννη, η Μαδρίτη, η Βαρκελώνη και το Βερολίνο. Στις χώρες στην πρώτη θέση βρίσκονται οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και ακολούθως είναι η Γερμανία και η Ισπανία. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 25<sup>η</sup> θέση της κατάταξης με την πόλη της Θεσσαλονίκης να έχει όλα τα εχέγγυα ώστε να γίνει ένας ελκυστικός προορισμός για συνέδρια. Πιο αναλυτικά το 2018 η πόλη της Θεσσαλονίκης φιλοξένησε 29 διεθνές συνέδρια με αριθμό συνέδρων που ανήρθε στους 5770 συνολικά (<https://www.makthes.gr>).

#### **1.4.6 Τουρισμός εκθέσεων**

Η εναλλακτική αυτή μορφή έχει άμεση σχέση με τον Συνεδριακό τουρισμό, αφού μπορεί ο ταξιδιώτης να συνδυάσει το επαγγελματικό του ταξίδι με τον τουρισμό εκθέσεων, δηλαδή να επισκεφθεί συνάμα εκθέσεις που έχουν άμεση σχέση με την δουλεία του. Οι εκθέσεις συνήθως γίνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα και έτσι είναι πολύ εύκολο ο τουρισμός εκθέσεων να συνδυαστεί με τον συνεδριακό τουρισμό αλλά και με άλλες μορφές τουρισμού όπως ο τουρισμός πόλης (Φαρσάρη Ι., 2009).

Η ανάπτυξη όμως της μορφής αυτής απαιτεί και κατάλληλες υποδομές όπως χώρους εκθέσεων, εστιατόρια, καφετέριες, διάφορους βοηθητικούς χώρους, τμήμα εξυπηρέτησης αλλά και μεγάλους χώρους στάθμευσης.

#### **1.4.7 Τουρισμός πόλης**

Ο τουρισμός πόλης έχει σαν χαρακτηριστικό το ότι άτομα ταξιδεύουν σε κάποιο αστικό κέντρο και μένουν εκεί για λίγες μέρες που δεν ξεπερνούν τις πέντε περίπου. Κυρίως το ταξίδι αυτό γίνεται για επαγγελματικούς λόγους, μεμονωμένα και όχι οικογενειακά. Επίσης ο τουρισμός πόλης χρησιμοποιείται από ανθρώπους οι οποίοι ταξιδεύουν για την νυχτερινή ζωή μιας πόλης, για ψώνια αλλά και για οργανωμένες εκδρομές.

#### **1.4.8 Τουρισμός περιπέτειας**

Μια από τις πιο ενδιαφέρουσες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ο τουρισμός περιπέτειας αφού συνδυάζει περιπέτεια και διασκέδαση. Οι δραστηριότητες που γίνονται κατά την διάρκεια του συγκεκριμένου ταξιδιού είναι κυρίως αναρρίχηση, ποδηλασία, κατάδυση, ράφτινγκ, σκι, καγιάκ και διάφορες άλλες δραστηριότητες (<https://www.paskedi.gr/article>).

Τα άτομα που συνήθως επιλέγουν να κάνουν το πιο πάνω τουρισμό είναι συνήθως νεαρής ηλικίας, στελέχη διαφόρων εταιρειών ή και ελεύθεροι επαγγελματίες. Ο

τουρισμός αυτός βοηθά στο να ξεφεύγουμε από την καθημερινότητα αλλά και από την ρουτίνα της δουλειάς.

Κάποιοι από τους γνωστούς τουριστικούς προορισμούς περιπέτειας είναι το Βιετνάμ, το Νεπάλ, η Κολομβία, η Ταϊλάνδη, η Αιθιοπία, η Ινδονησία, η Ινδία και το Μαρόκο.

#### **1.4.9 Τουρισμός Υγείας**

Μια σημαντική μορφή τουρισμού είναι αυτή του τουρισμού υγείας η οποία κυρίως απευθύνεται σε άτομα τρίτης ηλικίας που ψάχνουν μεθόδους για την καλύτερη σωματική και ψυχική τους υγεία. Κίνητρο των ατόμων αυτών είναι η ανάρρωση τους από τις διάφορες ασθένειες αλλά και η αποκατάσταση της υγείας τους.

Ο κάθε προορισμός ο οποίος προσπαθεί να προωθήσει αυτό το είδος του τουρισμού, πρέπει απαραίτητα να έχει τις ανάλογες εγκαταστάσεις υγείας όπως υδρόλουτρα, ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες, spa καθώς επίσης και ιαματικά λουτρά.

Μελέτες έχουν δείξει ότι ο παγκόσμιος τζίρος για αγορά ιατρικού τουρισμού κυμαίνεται από 45,5 δις μέχρι 72 δις δολάρια, με αύξηση που φτάνει το 25% και από 4000 - 6000 δολάρια να φτάνει το οργανωμένο πακέτο σε κέντρα ιατρικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων όλων των δαπανών και υπηρεσιών που προσφέρει η διαμονή σε τέτοιου είδους καταλύματα. Οι κυριότερες χώρες που προσφέρουν ιατρικό τουρισμό είναι η Ινδία, Ταϊλάνδη, Ισραήλ, Κόστα Ρίκα και η Τουρκία.

Μεγάλη προσπάθεια γίνεται στην Ελλάδα η οποία θέλει να εισχωρήσει στον τομέα του ιατρικού τουρισμού. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της είναι οι καλές καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην χώρα, οι εξαιρετικές υποδομές της διεθνές πιστοποιημένες, το εξειδικευμένο ιατρικό της προσωπικό και επιπλέον είναι μια χώρα που είναι ασφαλές. Προβλέπεται ότι στα επόμενα χρόνια θα μπορεί να φιλοξενήσει πέραν των 100.000 ταξιδιωτών οι οποίοι θα ταξιδέψουν στην Ελλάδα για ιατρικό τουρισμό και τα έσοδα εκτιμάται ότι θα ξεπεράσουν τα 400 εκατ. ευρώ το χρόνο (<https://www.kathimerini.gr>).

Επιπλέον στον τουρισμό υγείας εντάσσεται και ο τουρισμός ευεξίας και ο ιαματικός τουρισμός. Οι μορφές αυτές απευθύνονται σε ταξιδιώτες οι οποίοι επιθυμούν να βελτιώσουν ή να διατηρήσουν την υγεία τους κάνοντας λουτροθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, υδροθεραπεία και spa.

Ο ιαματικός τουρισμός δεν απευθύνεται μόνο σε άτομα που έχουν κάποια πάθηση αλλά και σε άτομα υγιή που θέλουν να περάσουν τις διακοπές τους χαλαρώνοντας σωματικά, πνευματικά και συναισθηματικά. Στοιχεία δείχνουν ότι ο ιαματικός τουρισμός μέχρι το 2025 θα είναι η 2<sup>η</sup> μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο σε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη.

Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερους από 800 ιαματικούς πόρους οι οποίοι μπορούν να αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις και να γίνουν κέντρα αποκατάστασης και ευεξίας. Παγκοσμίως η Ελλάδα κατέχει μόλις το 3% του ιατρικού τουρισμού, το Βέλγιο το 8%, ενώ η Τουρκία, η Τσεχία και η Πολωνία το 13% (<https://www.protothema.gr>).

#### **1.4.10 Θρησκευτικός Τουρισμός**

Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αφορά το είδος του τουρισμού όπου άτομα επισκέπτονται κάποιο θρησκευτικό προορισμό με σκοπό να παραστούν σε θρησκευτικές εκδηλώσεις, να εκπληρώσουν κάποιο τάμα είτε ακόμα και για λόγους λατρείας (Σφακιανιάκης Μ., 2012).

Η Κύπρος και η Ελλάδα είναι κάποιες από τις χώρες που μπορούν να αναπτύξουν τον θρησκευτικό τουρισμό καθώς υπάρχουν πολλά μοναστήρια χτισμένα από τον 10<sup>ον</sup> αιώνα, που αποτελούν την αρχαία ελληνική ορθόδοξη παράδοση καθώς και την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής στον ελληνικό χώρο. Επίσης σε συνδυασμό με το φυσικό τοπίο, ο θρησκευτικός τουρίστας απολαμβάνει κάτι το μοναδικό σε κάθε περιοχή της Ελλάδας και της Κύπρου.

Συνήθως οι χρονικές διάρκειες των θρησκευτικών προσκυνημάτων είναι 3 με 4 μέρες. Τα πακέτα που διατίθενται για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού σε σχέση με άλλες μορφές τουρισμού είναι φθηνά γιατί δεν έχουν μεγάλη ζήτηση. Κάποιοι από τους πιο δημοφιλέστερους προορισμούς θρησκευτικού τουρισμού είναι το Βατικανό, η Ιερουσαλήμ, η Μέκκα, Η Ιερή πόλη Μπεναρές - Βαράνασι στην Ινδία, η πόλη Σαντιάγκο Ντε Κομποστέλα της Ισπανίας, η Παναγιά της Λούρδης στην Γαλλία και η Παναγιά της Τήνου.

Τέλος ο θρησκευτικός τουρισμός πραγματοποιείται οποιαδήποτε εποχή του χρόνου, αφού οι θρησκευτικές γιορτές είναι καθορισμένες να πραγματοποιούνται σε συγκεκριμένους χώρους και έτσι ο τουρίστας δεν μπορεί να επιλέξει από μόνος του το τόπο προορισμού του ταξιδιού του.



#### **1.4.11 Τουρισμός Χειμερινών Σπορ**

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι ευρέως πλέον διαδεδομένος και καλύπτει τουριστικές δραστηριότητες κατά την διάρκεια του χειμώνα. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και οι καιρικές συνθήκες δηλαδή η θερμοκρασία πρέπει να είναι μηδέν βαθμούς Κελσίου, με χιόνι ώστε να διεξάγονται τα χειμερινά σπορ κατά την διάρκεια των διακοπών. Έτσι οι περισσότεροι ταξιδιώτες συνδυάζουν τον χειμώνα για διακοπές μαζί με διάφορα χειμερινά σπορ όπως σκι και πατινάζ.

Για να αναπτυχθεί η μορφή αυτή προϋπόθεση είναι η δημιουργία σωστών υποδομών, οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, καταλύματα, συγκοινωνιακή σύνδεση με πόλεις αλλά και εύκολη πρόσβαση από και προς σε αεροδρόμια και λιμάνια.

Στην Ελλάδα υπάρχουν αρκετά χιονοδρομικά κέντρα τα οποία είναι ο Παρνασσός, το Χιονοδρομικό κέντρο στα Καλάβρυτα, το Καϊμακτσαλάν, 3-5 Πηγάδια που βρίσκονται κοντά στην πόλη της Νάουσας και το Εθνικό Χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας το οποίο βρίσκεται στα Γρεβενά και λειτουργεί 350 μέρες το χρόνο.

#### **1.4.12 Γαστρονομικός Τουρισμός**

Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι γνωστός ως η γνωριμία των επισκεπτών με κάθε τοπική και παραδοσιακή κουζίνα, γνωρίζοντας έτσι τις τοπικές παραδόσεις που έχει ο κάθε τόπος προορισμού. Συνήθως η κάθε περιοχή που προωθεί την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού παράγει και τις πρώτες ύλες (κυρίως βιολογικά) όπου φτιάχνονται τα τοπικά εδέσματα.

Οι γαστρονομικοί προορισμοί παρέχουν στους επισκέπτες – ταξιδιώτες ένα μείγμα από προϊόντα, υπηρεσίες και διάφορες δραστηριότητες. Οι επισκέπτες που συνήθως επιλέγουν να κάνουν γαστρονομικό τουρισμό είναι μέσης και ανώτερης καταναλωτικής τάξης.

Είναι μια σημαντική εναλλακτική μορφή τουρισμού, όπου οι τουρίστες αναζητούν διαφορετικό τρόπο διακοπών, εστιάζοντας στην τοπική κουλτούρα, στην αναζήτηση πληροφοριών για τις παραδόσεις του τόπου αλλά και στις διάφορες ενασχολήσεις με τα τοπικά προϊόντα.

Στην Ευρώπη οι δημοφιλέστεροι γαστρονομικοί προορισμοί είναι η Αμβέρσα στο Βέλγιο, το Τορίνο στην Ιταλία, το Ροβίνι στην Κροατία και η Μονπελιέ στην Γαλλία. (<http://www.arttravel.gr/>). Το 44% των τουριστών θεωρεί ότι το φαγητό είναι ένα από τα πρωτεύοντα κριτήρια του τόπου που θέλει κάποιος να επισκεφθεί. Έτσι ο γαστρονομικός τουρισμός επιφέρει μεγάλα κέρδη στην αγορά κάθε τόπου και ειδικά στις πιο πάνω χώρες.

Παράδειγμα γαστρονομικού τουρισμού είναι η Ιταλία η οποία έχει την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού ως ένα από τα δυνατά της όπλα. Στην Ιταλία έχει δημιουργηθεί ένα μεγάλο θεματικό πάρκο το οποίο περιέχει 125 εστιατόρια, παντοπωλεία, θερμοκήπια αλλά και χώρους για μαθήματα μαγειρικής σε έκταση κοντά στα 250 στρέμματα. Το όνομα του πάρκου είναι « Fico Eataly World » ή « Ντίσνευλαντ του φαγητού » και βρίσκεται στην Μπολόνια. Το πάρκο αυτό λειτούργησε για πρώτη φορά το 2015 και από τον πρώτο χρόνο οι επισκέπτες ανήρθαν κοντά στα 6 εκατομμύρια. Σκοπός του πάρκου είναι ο επισκέπτης να γνωρίσει την Ιταλική γαστρονομία χωρίς να χρειάζεται να ταξιδέψει σε όλη την χώρα ( <https://traveldailynews.gr/columns/article/2756> ).

#### **1.4.13 Θαλάσσιος τουρισμός**

Θαλάσσιο τουρισμό εννοούμε όλες τις δραστηριότητες που γίνονται στο θαλάσσιο χώρο μίας χώρας η οποία υποδέχεται τουρίστες. Στον θαλάσσιο τουρισμό συμπεριλαμβάνονται οι θαλάσσιες περιηγήσεις με σκάφη αναψυχής, κρουαζιέρες με κρουαζιερόπλοια καθώς επίσης και θαλάσσια σπορ, καταδύσεις και υποβρύχιο ψάρεμα.

Για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού προϋπόθεση είναι η κατασκευή εξοπλισμένων μαρινών, για την εξυπηρέτηση και τον ανεφοδιασμό των σκαφών που καταφθάνουν. Είναι ένας από τους πιο εξειδικευμένους κλάδους του τουρισμού γιατί απαιτεί γνώση, τεχνογνωσία και συνάμα προστασία του περιβάλλοντος.

Έτσι ο θαλάσσιος τουρισμός πραγματοποιείται με τα πιο κάτω: 1) Με κρουαζιερόπλοια ή αλλιώς πλωτά ξενοδοχεία, 2) Με Yachting δηλαδή τα σκάφη όπου γίνεται οργανωμένη εκδρομή με εξειδικευμένο καπετάνιο είτε με μια ομάδα ατόμων όπου κάποιος από την ομάδα έχει το σχετικό δίπλωμα για να οργανώσει την εκδρομή και 3) Με τα πλοία γραμμής όπου μεταφέρουν επιβάτες από νησί σε νησί.

Οι μεγάλες κρουαζιέρες γίνονται στην Καραϊβική, στην Μεσόγειο, στο Αρχιπέλαγος της Ινδονησίας και Πολυνησίας και στην Βόρειο Θάλασσα. Συνήθως οι κρουαζιέρες αυτές οργανώνονται από τους Tour Operators και απευθύνονται σε τουρίστες που έχουν την οικονομική ευχέρεια και όχι σε μεσαία τάξη.

## **1.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την εξέλιξη του Τουρισμού**

Ο τουρισμός πλέον δεν είναι μόνο προνόμιο των πλούσιων αλλά άρχισε να γίνεται σε μεγάλο βαθμό και δικαίωμα σε ανθρώπους που είναι οικονομικά ασθενέστεροι. Τρεις είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που βοήθησαν ώστε ο τουρισμός να εξελιχθεί και να αναπτυχθεί. Αυτοί είναι ο ελεύθερος χρόνος, η ευημερία και η μετακίνηση.

### **1.5.1 Ελεύθερος χρόνος**

Είναι σημαντικό στοιχείο του τουρισμού αφού λόγω του ελεύθερου χρόνου που έχουμε στην διάθεση μας δίνεται η δυνατότητα να οργανώσουμε τις διακοπές μας. Συνήθως οι περισσότερες εργασίες είναι πενθήμερες και έτσι υπάρχει το σαββατοκύριακο ελεύθερο που είναι 104 μέρες ελεύθερου χρόνου. Προσθέτουμε μετά τις 20 μέρες ετήσιας άδειας που έχει ο κάθε άνθρωπος από την εργασία του, συν τις 10 με 14 περίπου αργίες το χρόνο (διαφέρουν οι επίσημες αργίες από χώρα σε χώρα), τότε έχουμε γύρω στις 125 με 135 μέρες ετησίως ελεύθερες. Αυτό σημαίνει ότι έχουμε το 1/3 του χρόνου ελεύθερο για να κάνουμε ότι δραστηριότητες θέλουμε.

Άλλο στοιχείο του ελεύθερου χρόνου είναι η συνταξιοδότηση του κάθε ανθρώπου. Σε όσο πιο μικρή ηλικία συνταξιοδοτηθεί κάποιος, τόσο αύξηση θα έχει ο ελεύθερος χρόνος του για να διοργανώσει τις διακοπές του.

Τέλος μέσω της αστικοποίησης δημιουργήθηκε πιο πολύς ελεύθερος χρόνος. Οι προκαταλήψεις περί του ελεύθερου χρόνου κατέρρευσαν όταν από επαρχίες η Ευρώπη και η Αμερική έγιναν αστικές. Έτσι μέσω της βιομηχανικής επανάστασης, οι εργαζόμενοι παρήγαγαν περισσότερα σε λιγότερο χρόνο και ο ελεύθερος χρόνος αναγνωρίστηκε σαν αναφαίρετο δικαίωμα το οποίο είναι χαρακτηριστικό της σημερινής μας κοινωνίας (Lloyd E. Hudman & Richard H. Jackson, 1999).

### **1.5.2 Ευημερία ή Πλούτος**

Η ευημερία αναφέρεται στο σύνολο του πληθυσμού που έχουν ένα πολύ καλό βιοτικό επίπεδο ζωής. Η μεταφορά στην αστική τάξη αλλά και η ανάπτυξη της τεχνολογίας ήταν καθοριστικοί παράγοντες για την ανθρώπινη ευημερία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν ο Henry Ford ο οποίος έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην άνοδο του επιπέδου ζωής των εργαζομένων. Με την μαζική αύξηση των αυτοκινήτων το 1908, τα ημερομίσθια

ανέβηκαν στα 5 δολάρια την μέρα η οποία για την εποχή εκείνη ήταν μια σημαντική εξέλιξη όπου ανέβασε σημαντικά το επίπεδο ζωής.

Περνώντας στον 20<sup>ο</sup> αιώνα δημιουργήθηκε μείωση στην δαπάνη των μεταφορών, με την αύξηση του εισοδήματος. Το 1926 ένα απλό αεροπορικό εισιτήριο από το Λος Άντζελες στο Σολτ Λέικ Σίτυ ήταν κοντά στα 90 δολάρια. Το 1993 το ίδιο αεροπορικό εισιτήριο ήταν 59 δολάρια. Έτσι οι τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων έχουν μειωθεί σήμερα, αλλά και οι μισθοί είναι 15 φορές πιο ψηλοί σε σχέση με το 1926 (Lloyd E. Hudman & Richard H. Jackson, 1999).

### **1.5.3 Μετακίνηση**

Τρίτος παράγοντας στην εξέλιξη του τουρισμού είναι τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Το 1900 στην Αμερική υπήρχαν περίπου 8000 αυτοκίνητα. Το 1917 είχαν γίνει 5 εκατομμύρια, το 1960 σε 61,5 εκατομμύρια και σε 188 εκατομμύρια το 1990. Σε όλο το κόσμο τα αυτοκίνητα ήταν περίπου 2,9 τρισεκατομμύρια.

Με την συνεχή παραγωγή αυτοκινήτων δημιουργήθηκαν και καλύτερα οδικά δίκτυα τόσο στην Αμερική όσο και σε άλλες βιομηχανικές χώρες. Αυτό επέφερε την ανάπτυξη της τοπικής τουριστικής βιομηχανίας για την κάθε χώρα. Δεύτερο ακολούθησε η ανάπτυξη στις αερομεταφορές. Το 1958 η British Airways διάσχιζε τον Ατλαντικό Ωκεανό μέχρι το Λονδίνο. Με την αναμενόμενη ανάπτυξη των αερομεταφορών και ειδικά των Boeing μειώθηκε ο χρόνος μετακίνησης κατά 40% σε υπερατλαντικά ταξίδια. Στην Ευρώπη τα υπερατλαντικά ταξίδια γίνονταν μέσω του ωκεανού. Περί το τέλος του 1958 τα υπερατλαντικά ταξίδια γίνονταν μέσω των αερογραμμών και το επιβατικό κοινό που χρησιμοποιούσε αεροπλάνο έφτανε το 63%. Τα αποτελέσματα της ανάπτυξης των αερομεταφορών ήταν ο μειωμένος χρόνος ταξιδιού για μεγάλα υπερατλαντικά ταξίδια, το μειωμένο κόστος (χαμηλό κόστος εισιτηρίων) αλλά και μεγαλύτερη γκάμα δρομολογίων (Lloyd E. Hudman & Richard H. Jackson, 1999).

# Κεφάλαιο 2

## Ο Διεθνής Τουρισμός

### 2.1 Η Διεθνής Δραστηριότητα του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο το οποίο εξελίσσεται ραγδαία, μέσα από εμπόδια καθώς αποτελεί ένα από τους πιο σημαντικούς οικονομικούς παράγοντες της κάθε χώρας. Χαρακτηρίζεται ως ο μεγαλύτερος κλάδος στον κόσμο, ο οποίος αποφέρει πάνω από 3 τρισεκατομμύρια δολάρια ετησίως, δηλαδή κοντά στο 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ, απασχολεί 200 εκατομμύρια άτομα που αντιστοιχεί 1 στους 9 εργαζόμενους παγκόσμια (Leonard J. Lickorish & Carson L. Jenkins, 1997).

### 2.2 Διεθνείς Τουριστικοί Οργανισμοί

Η τουριστική δραστηριότητα της κάθε χώρας οφείλετε κυρίως στην δραστηριότητα των τουριστικών οργανισμών. Η τουριστική δραστηριότητα των διεθνών τουριστικών οργανισμών, έχει σημαντικά αποτελέσματα για τους τουριστικούς επιχειρηματίες και επενδυτές, τους εργαζόμενους στα τουριστικά επαγγέλματα, στους τουρίστες καθώς επίσης και στην εθνική οικονομία της εκάστοτε χώρας.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ιδρύθηκε το 1975 στην Μαδρίτη και περιλαμβάνει 155 χώρες και 350 Συνδεδεμένα μέλη από τον ιδιωτικό τομέα. Ο ρόλος που διαδραματίζει ο οργανισμός αυτός είναι η ανάπτυξη του τουρισμού με σκοπό την ειρήνη, την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την τήρηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Επίσης από το 2004 και μετά ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υπάγεται στον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) (<http://www.mintour.gov.gr/ForeignAffairs/InternationalOrganizations>). Οι κύριες δραστηριότητες του οργανισμού είναι:

1. Παρακολούθηση των εξελίξεων του διεθνώς τουρισμού και των αλλαγών στις παγκόσμιες οικονομίες

2. Έκδοση περιοδικών και βιβλίων για θέματα τουρισμού
3. Εκπαίδευση προσωπικού για τους διάφορους τομείς του τουρισμού
4. Προετοιμάζει τις διεθνείς συμφωνίες που γίνονται από τα κράτη-μέλη και φροντίζει να εφαρμοστούν για θέματα τουρισμού
5. Κάνει έρευνες σχετικά με επιχειρήσεις, τουριστική ανάπτυξη περιοχών, διαφήμιση καθώς επίσης και για τρόπους εξεύρεσης χρηματοδότησης
6. Διοργάνωση διεθνών συνεδρίων, σεμιναρίων αλλά και οργάνωση τουριστικών προγραμμάτων
7. Συλλογή στατιστικών στοιχείων και πληροφοριών
8. Απλοποίηση ταξιδιών μειώνοντας τις διαδικασίες έκδοσης βίζας από την μια χώρα στην άλλη και γενικά επιτρέπει την ελεύθερη διακίνηση των τουριστών
9. Ενεργή συμμετοχή στα διάφορα προγράμματα του ΟΗΕ

## **2.3 Επιπτώσεις του Διεθνούς Τουρισμού**

Αναμφίβολα ο τουρισμός επηρεάζει την οικονομία μιας χώρας αλλά και την ποιότητα ζωής των κατοίκων της. Είναι ευρέως αποδεκτό ότι οι επιπτώσεις του τουρισμού διακρίνονται σε οικονομικές, περιβαλλοντικές, πολιτιστικές αλλά και κοινωνικές. Χαρακτηριστικά σε διεθνές επίπεδο, η συνεχής κατασκευή υποδομών έχει μειώσει τις παρεμβάσεις από τους αρμόδιους προς το περιβάλλον, αυξάνοντας έτσι την ρύπανση και την διοχέτευση κάθε είδους αποβλήτων σε θάλασσες, λίμνες, ποταμούς και γενικά προς το περιβάλλον. Ωστόσο για πολλούς ανθρώπους η ανάπτυξη του τουρισμού είναι ένα σημαντικό κίνητρο προστασίας των φυσικών πόρων και αντιμετώπισης τέτοιου είδους προβλημάτων.

Περνώντας στην οικονομική πτυχή ο τουρισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα από τα μέσα διακοπής της φτώχειας και της μιζέριας για τις αναπτυσσόμενες χώρες. Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού θα πρέπει να γίνεται με τον σωστό τρόπο ώστε τα πλεονεκτήματα να είναι πιο πολλά από τα μειονεκτήματα (Ηγουμενάκης Ν., & Κραβαρίτης Κ., 2004). Ο τουρισμός επιφέρει αύξηση των εισοδημάτων των ντόπιων κατοίκων μιας χώρας. Αντίθετα οι κάτοικοι μιας χώρας που βρίσκονται για διακοπές στο εξωτερικό οδηγεί στην μείωση του τουριστικού τους εισοδήματος. Τα οφέλη και τα κόστη που προκύπτουν από τον διεθνή τουρισμό δεν διανέμονται σε όλο το κοινωνικό σύνολο μιας χώρας. Κέρδος από τον τουρισμό έχουν οι ξενοδόχοι, οι εστιατορές, γενικά ο τουριστικός τομέας και όχι οι απλοί μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας. Έτσι ο διεθνής τουρισμός επηρεάζει τα άτομα μιας χώρας, τις επιχειρήσεις της, τις τοπικές οικονομίες,

τις εθνικές οικονομίες, τις περιφερειακές οικονομίες και ότι έχει σχέση με το τουρισμό γενικότερα.

Γενικότερα η αναπτυσσόμενη χώρα καθορίζει τις τιμές των τουριστικών προϊόντων της σε χαμηλά επίπεδα, δημιουργώντας κίνητρα στους τουρίστες ώστε να την επισκεφτούν. Λόγο της υψηλής εισοδηματικής ελαστικότητας που έχει το τουριστικό προϊόν, οι αφίξεις των τουριστών μπορούν να αυξηθούν αν αυξηθεί το κατά κεφαλήν εισόδημα των πιθανών επισκεπτών της χώρας. Συνεπώς ο διεθνής τουρισμός βοηθάει στην οικονομική ευημερία της κάθε χώρας (Σιταράς Θ., & Τζένος Χ., 2007).

Πιο κάτω θα αναπτύξουμε τις θετικές και τις αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει ο διεθνής τουρισμός.

### **2.3.1 Οικονομικές επιπτώσεις**

Αναμφίβολα ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες ροές εμπορίου σε διεθνές επίπεδο. Ωστόσο δεν μπορεί να υπολογιστεί με ακρίβεια η οικονομική του αξία γιατί είναι σύνθετη δραστηριότητα, η οποία αποτελεί ένα από τους μεγαλύτερους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Είναι ο τομέας της οικονομίας που είναι αρκετά ελαστικός σε οικονομικές διακυμάνσεις, σε σχέση με άλλους τομείς.

Οι κύριες κατευθύνσεις που επιδρά ο διεθνής τουρισμός είναι το εμπόριο και τα αναδιανεμητικά αποτελέσματα. Η πρώτη κατεύθυνση έχει να κάνει με το εμπόριο και πιο συγκεκριμένα με τις συναλλαγές. Για παράδειγμα ένας Ιταλός τουρίστας ταξιδεύει στις Φιλιππίνες με την Qatar Airways πετώντας με ένα αεροπλάνο που έχει κατασκευαστεί στην Ευρώπη. Στις Φιλιππίνες μπορεί να μείνει σε κατάλυμα που ανήκει σε Ινδό και καταναλώνει αυστραλιανό μοσχάρι με γαλλικό κρασί. Έτσι αυτές οι εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών αποτελούν εκροές κεφαλαίων για την χώρα υποδοχής.

Στην δεύτερη κατεύθυνση συναντάμε τα αναδιανεμητικά αποτελέσματα. Οι περισσότεροι αλλοδαποί που αγοράζουν διακοπές προέρχονται από ανεπτυγμένες χώρες με υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα. Για να αγοράσουν διακοπές διαθέτουν ένα μέρος του περισευόμενου εισοδήματός τους και ταξιδεύουν σε χώρες με πιο χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα. Έτσι ένα ποσοστό της αγοραστικής δύναμης κάποιων πλουσιότερων χωρών διανέμεται σε άλλες χώρες. Μεγάλα κύματα της τουριστικής κίνησης που διανέμουν το πλεόνασμα προέρχονται από την Δυτική Ευρώπη, την Βόρεια Αμερική αλλά και την Ιαπωνία. Το αναδιανεμητικό αποτέλεσμα του τουρισμού κρίνεται εξαιρετικά

σημαντικό για τις αναπτυσσόμενες χώρες, για την ανάπτυξη κυρίως των εξαγωγών τους (Leonard J. Lickorish & Carson L. Jenkins, 1997).

### **2.3.1.1 Τουρισμός και συναλλαγματικά έσοδα**

Τα συναλλαγματικά έσοδα από τον τουρισμό προέρχονται κυρίως από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζουν ξένοι τουρίστες στις χώρες όπου μεταβαίνουν για διακοπές. Οι εισπράξεις διαχωρίζονται σε σκληρό νόμισμα και σε ασθενές νόμισμα. Το σκληρό νόμισμα είναι μετατρέψιμο, όπως είναι το δολάριο, το γερμανικό μάρκο και το γιέν. Το ασθενές νόμισμα είναι το μη μετατρέψιμο όπως είναι η ινδική ρουπία. Τα σκληρά νομίσματα δεν υπόκεινται σε κάποιους περιορισμούς, είναι διεθνώς αποδεκτά, χρησιμοποιούνται κυρίως στο εμπόριο, μπορούν να ανταλλαχθούν στον τόπο προορισμού του ταξιδιώτη σε αντίθεση με το πιο ασθενές νόμισμα που υπόκεινται σε σοβαρούς περιορισμούς.

Οι περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες ενθαρρύνουν τον διεθνή τουρισμό, γιατί προέρχεται από χώρες με σκληρό νόμισμα τις λεγόμενες ανεπτυγμένες χώρες. Τα περισσότερα έσοδα από το σκληρό νόμισμα επιτρέπουν στις κυβερνήσεις των αναπτυσσόμενων χωρών να χρηματοδοτούν τις αναπτυξιακές τους προσπάθειες. Οι ευκαιρίες ξένου συναλλάγματος είναι το εμπόριο και η εξαγωγή προϊόντων, αφού τα προϊόντα που εξάγονται είναι κυρίως αγροτικά, αλλά λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού οι τιμές μειώνονται. Ωστόσο ο ανταγωνισμός γίνεται και αιτία ώστε ο τουρισμός να μην εισάγει αρκετό ξένο συνάλλαγμα για την εκάστοτε χώρα.

Επιπλέον σύμφωνα με την έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού ο τουρισμός κατά το έτος 2017 συνέβαλε 8.3 τρις. δολάρια στην παγκόσμια οικονομία και είχε 313 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, δηλαδή το 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ και 1 στις 10 θέσεις εργασίας παγκόσμια (<https://traveldailynews.gr>). Αντίστοιχα το 2018 ο τουρισμός είχε αύξηση κατά 3,9%, με 8,8 τρις δολάρια στην παγκόσμια οικονομία και 319 εκατομμύρια θέσεις εργασίας σε ολόκληρο τον πλανήτη. Υπολογίζεται ότι μέχρι το 2029 οι θέσεις εργασίας στον τουρισμό αναμένεται να φτάσουν στα 421 εκατομμύρια (<https://www.clickatlife.gr>).



### **2.3.1.2 Διαρροές**

Οι διαρροές προκύπτουν από τις διάφορες εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών που αναγκάζουν μια χώρα να εισάγει αφού δεν υπάρχουν οι πόροι ώστε να παραχθούν. Συγκεκριμένα ο τουρίστας έχει συγκεκριμένες απαιτήσεις ως προς τις υπηρεσίες και τα αγαθά που αγοράζει ώστε να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Οι περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες αναγκάζονται να εισάγουν κυρίως τα αγαθά προκειμένου να αναπτύξουν τον τουριστικό τομέα. Με την αγορά των αγαθών προκύπτουν και οι διαρροές από την οικονομία μιας χώρας, δηλαδή ένα τμήμα των τουριστικών δαπανών διαρρέει από την οικονομία ώστε να πληρωθούν οι εισαγωγές που έχουν γίνει. Πολύ λίγες χώρες έχουν τους δικούς τους πόρους ή τις πρώτες ύλες ώστε να παραχθούν τα αγαθά για να ικανοποιήσουν τους τουρίστες και γενικά τον εισερχόμενο τουρισμό.

Ωστόσο με την ενθάρρυνση της παραγωγής των αγαθών, μια χώρα μπορεί να περιορίσει τις διαρροές από την οικονομία της αλλά και να δημιουργήσει κενές θέσεις εργασίας που θα επιφέρει απασχόληση αλλά και εισόδημα.

### **2.3.1.3 Συμβολή του τουρισμού στα κρατικά έσοδα**

Ένα κράτος για να έχει έσοδα πρέπει να υπάρχει τουριστική οικονομική δραστηριότητα. Έτσι η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία μιας οποιασδήποτε χώρας μπορεί να είναι έμμεση ή άμεση. Η άμεση συμβολή δημιουργείται από την επιβολή φόρων στο εισόδημα των εργαζομένων ή των εταιρειών που προκύπτει από την τουριστική απασχόληση. Η έμμεση συμβολή προκύπτει από τους φόρους που έχουν τα αγαθά και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον τουρίστα.

Στις περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες το εργατικό δυναμικό απασχολείται κυρίως στην γεωργία και στις κρατικές υπηρεσίες. Έτσι η φορολόγηση των εισοδημάτων δεν αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων για το κράτος. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την επιβολή έμμεσων φόρων σε ακίνητα ή σε εισαγωγές αγαθών. Από την άλλη στις ανεπτυγμένες χώρες τα κρατικά έσοδα προέρχονται από την φορολόγηση των εισοδημάτων ιδιωτών και εταιρειών.

Πρώτη μέθοδος έμμεσων φόρων είναι οι «τουριστικοί φόροι», δηλαδή οι φόροι που πληρώνουν οι τουρίστες για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που τους προσφέρονται. Οι τουρίστες σε κάθε πόλη που επισκέπτονται καταβάλλουν φόρο διανυκτέρευσης, ο οποίος επιβάλλεται από την κυβέρνηση της κάθε χώρας.

Δεύτερη μέθοδος εσόδων είναι οι δασμοί που επιβάλλονται στις εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών. Ωστόσο τα κρατικά έσοδα αυξάνονται αλλά επιβαρύνονται οι εισαγωγείς. Έτσι οι τιμές αυξάνονται, με αποτέλεσμα να μειώνεται ο ανταγωνισμός του τουριστικού προορισμού.

Επιπλέον ορισμένες κυβερνήσεις χωρών έχουν δημιουργήσει ένα συγκεκριμένο φόρο ο οποίος πληρώνεται από τους τουρίστες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες που προσφέρει η κάθε χώρα όπως τα κρατικά μεταφορικά μέσα, δημιουργία μουσείων ακόμα και λειτουργία ταξιδιωτικών πρακτορείων. Οι χώρες που έχουν συνήθως το πιο πάνω μέτρο είναι οι λιγότερες ανεπτυγμένες όπως η Ινδία, το Πακιστάν, το Μπαγκλαντές κ.τ.λ. Ωστόσο όλες οι χώρες παγκόσμια παρέχουν γενικές υπηρεσίες προς τον τουρισμό όπως υπηρεσίες υγείας, αστυνόμευση αλλά και μέσα επικοινωνίας.

Τέλος τα κρατικά έσοδα από τον τουρισμό εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την τουριστική δραστηριότητα της χώρας. Όταν η χώρα εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό, τότε η διακύμανση στη ζήτηση που μπορεί να προκύψει επηρεάζει άμεσα το κρατικό προϋπολογισμό. Με την μείωση των κρατικών εσόδων οι κυβερνήσεις μπορούν να περιορίσουν ή να παγιοποιήσουν τους αναπτυξιακούς τους στόχους. Όμως με την συμβολή του τουρισμού στα κρατικά έσοδα και την απόκτηση εισοδηματικής πηγής οι χώρες μπορούν να αναπτύξουν τα ευάλωτα τους σημεία (Leonard J. Lickorish & Carson L. Jenkins, 1997).

#### **2.3.1.4 Απασχόληση**

Ο τουρισμός σήμερα απασχολεί χιλιάδες εργαζομένους, αφού λόγω της φύσης του δημιουργούνται συνεχώς καινούργιες θέσεις εργασίας. Ο τουρισμός σήμερα χαρακτηρίζεται ως μια δραστηριότητα «έντασης εργασίας». Αυτό σημαίνει ότι για κάθε μονάδα κεφαλαίου που επενδύεται στον τουρισμό, δημιουργούνται κενές θέσεις εργασίας απ' ότι θα δημιουργούνταν σε κάποιο άλλο τομέα. Ένα παράδειγμα είναι στους ηλεκτροπαραγωγικούς σταθμούς όπου επενδύονται μεγάλα κεφάλαια, ωστόσο δημιουργούνται λίγες κενές θέσεις εργασίας.

Ο τουρισμός συχνά επηρεάζεται κυρίως από την εποχικότητα. Τα πλείστα τουριστικά επαγγέλματα θεωρούνται ανειδίκευτα ή χαμηλής εξειδίκευσης. Σε περιόδους όπου η τουριστική ζήτηση βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα δημιουργείτε το φαινόμενο των μαζικών απολύσεων. Η εποχιακή απασχόληση εμφανίζεται κυρίως στα νησιά της Ελλάδας όπου υπάρχουν μικρά καταλύματα – ξενοδοχεία τα οποία λειτουργούν κατά την

καλοκαιρινή περίοδο αλλά και σε τουριστικά καταστήματα. Υπάρχουν δυο ειδή εποχικότητας τα οποία προκύπτουν από τις χώρες από όπου ταξιδεύουν οι τουρίστες, αλλά και από τις χώρες υποδοχής των τουριστών. Πρώτο είδος εποχικότητας είναι όταν οι εργαζόμενοι λαμβάνουν την άδεια από την εργασία τους κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και ταξιδεύουν σε προορισμούς με καλύτερες κλιματολογικές συνθήκες και δεύτερο είναι όταν οι κλιματολογικές συνθήκες καθιστούν ορισμένες εποχές του χρόνου μη ελκυστικές για τους επισκέπτες.

Τέλος σε ένα τομέα όπως αυτό του τουρισμού δεν γίνεται μόνο να δημιουργούνται θέσεις εργασίας, αλλά και να υπάρχει και το εξειδικευμένο προσωπικό ώστε να τις καλύψει. Η δημιουργία κενών θέσεων αποτελεί ποσοτικό ζήτημα αλλά για τις τουριστικές επιχειρήσεις είναι ποιοτικό. Έτσι ο κλάδος του ανθρώπινου δυναμικού έχει μεγάλη σημασία για τον ευρύ τομέα του τουρισμού (Leonard J. Lickorish & Carson L. Jenkins, 1997).

### **2.3.1.5 Περιφερειακή Ανάπτυξη**

Η τουριστική ανάπτυξη κάθε χώρας και γενικά του παγκόσμιου τουρισμού οφείλετε στην περιφερειακή ανάπτυξη που συχνά αποτελεί βασικό κίνητρο προώθησης από τους διάφορους φορείς. Η κάθε χώρα αξιοποιεί τα ιστορικά και πολιτιστικά της μνημεία, τα τοπία της αλλά και τις κλιματολογικές της συνθήκες. Υπάρχουν χώρες οι οποίες είναι ελκυστικός τουριστικός προορισμός, αλλά δεν διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές και έχουν γενικά αντίξοες κλιματολογικές συνθήκες (Σκωτία).

Ο τουρισμός χρησιμοποιεί προς όφελος του την υποδομή ώστε να υπάρχει τουριστική ανάπτυξη. Όταν σε κάποιο τουριστικό προορισμό δεν υπάρχουν οι υποδομές, ο τουρισμός λειτουργεί σαν εφαλτήριο για την κατασκευή νέων έργων.

### **2.3.2 Κοινωνικές και Πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού**

Ο τουρισμός αποτελεί κατά γενική βάση την διεθνή μετακίνηση πληθυσμών από την μια χώρα στην άλλη, όπου με τον κατάλληλο σχεδιασμό θα πρέπει να ικανοποιηθούν οι ανθρώπινες ανάγκες των τουριστών αλλά και οι οικονομικές ανάγκες της χώρας προορισμού. Παρόλο που ο τουρίστας διαμένει για πολύ σύντομο χρονικό διάστημα στην χώρα προορισμού, μεταφέρει μαζί του τις παραδόσεις του, τις αξίες του, τις συνήθειες του και το δικό του τρόπο ζωής. Ωστόσο σε αρκετές χώρες, οι τουρίστες δεν δείχνουν την ευαισθησία απέναντι στις παραδόσεις, τον τρόπο ζωής και στα τοπικά έθιμα της χώρας προορισμού τους.

Όταν οι τουρίστες επισκέπτονται μια χώρα, δεν μεταφέρουν μόνο την αγοραστική τους δύναμη αλλά φέρνουν και τον δικό τους τρόπο συμπεριφοράς που μπορεί να διαφοροποιήσει τις τοπικές κοινωνικές συνήθειες, μεταβάλλοντας κοινωνικά και παραδοσιακά πρότυπα. Αυτές τις αλλαγές τις συναντάμε σε ολόκληρο το πλανήτη.

Κατά την διάρκεια της τουριστικής περιόδου ο εγχώριος πληθυσμός είναι αναγκασμένος να υποστεί τον συνωστισμό από την εισροή του τουρισμού στην χώρα του και πιθανόν να αναγκαστεί να αλλάξει τον τρόπο ζωής του, αφού έρχεται σε επαφή με ανθρώπους διαφορετικής κατηγορίας που έχουν σκοπό την ξεκούραση και τις διακοπές. Σε δημοφιλείς προορισμούς παρατηρούμε κοινωνική ένταση, ξενοφοβία, μεταβολή των θρησκευτικών αξιών ακόμη και αύξηση στην εγκληματικότητα. Η συγκέντρωση υπερβολικού αριθμού τουριστών σε μια χώρα διαφοροποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, πορνεία, χρήση ναρκωτικών και γενικά χαλάρωση της ηθικής. Ωστόσο ο τουρισμός επειδή είναι κυρίως ανθρώπινη δραστηριότητα, είναι καλό να αποφεύγονται οι συγκρούσεις μεταξύ των επισκεπτών και των μόνιμων κατοίκων της χώρας υποδοχής. Θα ήταν λάθος να κατηγορούμε μόνο τον τουρισμό για τα πιο πάνω προβλήματα γιατί επίσης προκύπτουν από τις κοινωνικές αλλαγές που επιφέρει ο εκσυγχρονισμός του τρόπου ζωής μας. Για την αποφυγή αυτών των συγκρούσεων ο τόπος προορισμού εξαρτάται από κάποιους παραμέτρους όπως είναι το κοινωνικό και επαγγελματικό επίπεδο των ντόπιων, οι γνώσεις σχετικά για τον τουρισμό και το επίπεδο ζωής τους.

### **2.3.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού**

Ο τουρισμός αναμφισβήτητα δημιουργεί πολύ θετικές προοπτικές σε παγκόσμιο επίπεδο. Δεν μπορεί όμως κανείς να προσπεράσει τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει στο φυσικό περιβάλλον η μαζική προσέλευση τουριστών στον τόπο προορισμού.

Είναι κοινό αποδεκτό ότι οι μεγάλοι όγκοι τουριστών αναλογικά επιφέρουν στο περιβάλλον μεγαλύτερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις απ' ότι οι μικροί αριθμοί τουριστών. Ο όρος «περιβάλλον» χωρίζεται στο φυσικό και στο τεχνητό δομημένο περιβάλλον. Το φυσικό περιβάλλον είναι ότι μας προσφέρει η φύση από μόνη της δηλαδή, τις κλιματολογικές συνθήκες, τις λίμνες, τα εδάφη και γενικά την χλωρίδα και πανίδα κάθε χώρας. Από την άλλη το δομημένο περιβάλλον είναι ότι έχει κατασκευάσει ο άνθρωπος στη φύση όπως για παράδειγμα τα κτίρια. Έτσι η σχέση ανάμεσα στο

περιβάλλον και το τουρισμό είναι πολύ στενή, αφού πολλές φυσικές ομορφιές λειτουργούν σαν αξιοθέατο για τους επισκέπτες.

Ωστόσο η τουριστική ανάπτυξη κάθε περιοχής οδηγεί σε διάφορες περιβαλλοντικές επιπτώσεις όπως:

**Μόλυνση των υδάτων:** Στα περισσότερα ξενοδοχεία δεν υπάρχουν τα κατάλληλα συστήματα αποχέτευσης με αποτέλεσμα να μολύνονται τα υπόγεια ύδατα, καθώς επίσης τα ποτάμια και οι λίμνες που βρίσκονται κοντά. Το φαινόμενο αυτό το συναντούμε κυρίως σε μεγάλα παράκτια θέρετρα.

**Ατμοσφαιρική ρύπανση:** Σε περιόδους όπου ο τουρισμός είναι σε άνθηση (καλοκαιρινή περίοδος) υπάρχει αρκετή ρύπανση στην ατμόσφαιρα λόγω της χρήσης αυτοκινήτων από τους τουρίστες, ιδιαίτερα σε περιοχές με σημαντικά τουριστικά αξιοθέατα. Επιπρόσθετα προκαλείτε ηχορύπανση, συμφόρηση, συνωστισμό τα οποία δημιουργούνται από την υπερβολική συγκέντρωση τουριστών.

**Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι και καταστροφές σε αρχαιολογικούς χώρους:** Η μεγάλη προσέλευση τουριστών σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους επιφέρει την φθορά και την καταστροφή τους. Επίσης η κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων σε τοποθεσίες που δεν επιτρέπονται μπορεί να προκαλέσουν καθίζηση εδάφους αλλά και την διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας.

Πέραν από τις αρνητικές επιπτώσεις υπάρχουν και τα θετικά στοιχεία ώστε να βελτιωθεί το περιβάλλον όπως:

1) Διατήρηση φυσικών χώρων και περιβάλλοντος: Σε αρκετές χώρες παγκοσμίως λόγω του τουρισμού, διατίθενται μεγάλα κοντύλια ώστε να συντηρούνται οι αρχαιολογικοί χώροι, τα πάρκα, οι χώροι αναψυχής και γενικά τα τουριστικά αξιοθέατα. Επίσης ο τουρισμός είναι κίνητρο για τον καθαρισμό του περιβάλλοντος μέσω του αέρα και των υδάτων. Υπάρχουν ειδικά προγράμματα παγκοσμίως διατήρησης του τοπίου, συντήρησης των υποδομών που κάθε χώρα οφείλει να ενταχθεί και να διατηρεί τα αξιοθέατα της.

2) Βελτίωση της υποδομής: Με την αύξηση του τουρισμού και των εσόδων, η κάθε χώρα οφείλει να έχει σε άριστη κατάσταση τις υποδομές της, τα αεροδρόμια της, το οδικό δίκτυο, τα συστήματα αποχέτευσης της ώστε να προσφέρεται στον ντόπιο και στον

επισκέπτη τις κατάλληλες συνθήκες διαβίωσης (Leonard J. Lickorish & Carson L. Jenkins, 1997).

# Κεφάλαιο 3

## Τάσεις Διεθνούς Τουρισμού

### 3.1 Τουριστικές Τάσεις

Σήμερα ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικοπολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο με αναπτυσσόμενη τάση σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο διεθνής τουρισμός, παρά τις διακυμάνσεις παρουσιάζει μια σταθερή ανοδική τάση (Σιταράς Θ., & Τζένος Χ., 2007).

Περνώντας στον 21<sup>ον</sup> αιώνα εμφανίζονται νέες τουριστικές τάσεις όπως:

1. Από τα μακρινά ή υπερατλαντικά ταξίδια στα εσωτερικά και ενδοπεριφερειακά
2. Αυξανόμενη χρήση διαδικτύου για αγορά ταξιδιού
3. Συντομότερα και συχνότερα ταξίδια διακοπών
4. Αύξηση ενδιαφέροντος για την ασφάλεια
5. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον σε ταξίδια που προσφέρουν εμπειρίες αλλά και επαφή με την φύση
6. Κλείσιμο ταξιδιού την τελευταία στιγμή
7. Μεταστροφή από τις εναέριες στις επίγειες μεταφορές
8. Μεγαλύτερη ζήτηση στις μερικώς πακετοποιημένες ή ατομικές διακοπές, σε σχέση με τα παραδοσιακά πακέτα διακοπών (Φαρσάρη Ι., 2009).

Η τεχνολογία, η σχέση εργασίας και ελεύθερου χρόνου καθώς και η ασφάλεια (safety and security) αποτελούν τους τρεις καθοριστικούς πόλους οι οποίοι θα προσδιορίζουν τις νέες βασικές τάσεις του τουρισμού σε σχέση με τα χαρακτηριστικά που επικρατούσαν κατά τις προηγούμενες δεκαετίες.

Το διαδίκτυο και γενικά η εξέλιξη της τεχνολογίας έδωσε άλλη διάσταση στην εξέλιξη του τουρισμού. Νέα μέσα επικοινωνίας όπως η κινητή τηλεφωνία, οι υπολογιστές και ο παγκόσμιος ιστός του διαδικτύου έχουν απλοποιήσει σε μεγάλο βαθμό στην εύρεση αεροπορικών εισιτηρίων, κλινών σε ξενοδοχεία και γενικά στο κλείσιμο διακοπών σε οποιαδήποτε χώρα παγκοσμίως. Η εξέλιξη αυτή έχει δώσει πλουσιότερη πληροφόρηση και παροχή υπηρεσιών προς τους καταναλωτές, αναπτύσσοντας ταυτόχρονα το

σύστημα κρατήσεων και γενικά το συνολικό δίκτυο πωλήσεων των ταξιδιών και του τουρισμού.

Η μείωση του χρόνου εργασίας και συνάμα η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, αποτελούν δικαίωμα για τους ανθρώπους, και η κάθε κοινωνία επιδιώκει να το κατοχυρώσει. Με την χρήση του δικαιώματος αυτού από τις χώρες, αρκετά στρώματα πληθυσμού θα απαιτούν μερίδιο στον ελεύθερο χρόνο και έτσι θα διευρύνονται οι διακοπές τους. Ασφαλώς ο τουρισμός θα είναι κερδισμένος από την τάση αυτή. Επιπλέον η αύξηση του τουρισμού μέσω του ελεύθερου χρόνου συμπεριλαμβάνει άτομα της λεγόμενης τρίτης ηλικίας. Με την γήρανση του πληθυσμού αυξάνεται και ο κόσμος που έχει ελεύθερο χρόνο με αποτέλεσμα να αυξάνεται και η τουριστική ζήτηση (Σφακιανάκης Μ., 2012).

### **3.1.1 Τουριστικές Τάσεις σήμερα**

Διαχρονικά οι τουρίστες ταξίδευαν κυρίως αναζητώντας πολιτιστικά μνημεία, αθλητικά γεγονότα και θρησκευτικά προσκυνήματα. Αυτοί ήταν οι βασικοί λόγοι που ταξίδευε ο τουρίστας από την χώρα διαμονής του στην χώρα προορισμού για τις διακοπές του. Παράδειγμα τα προηγούμενα χρόνια ο τουρίστας αναζητούσε στις διακοπές του τα βασικά όπως το κατάλυμα όπου θα διέμενε, τη μετακίνηση του, τα γεύματα που θα του παρείχε το ξενοδοχείο, αν το δίκλινο δωμάτιο είχε διπλό ή 2 μονά κρεβάτια ή ακόμα αν στο δωμάτιο του ξενοδοχείο υπήρχε τηλεόραση, σε σχέση με το σήμερα όπου οι απαιτήσεις του έχουν αυξηθεί. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την άνοδο του μορφωτικού επιπέδου, σήμερα ο τουρίστας έχει αλλάξει τις απαιτήσεις του και έτσι έχουν δημιουργηθεί νέες τουριστικές τάσεις. Κάποιες από τις σύγχρονες τάσεις σήμερα είναι:

1) Μίξη επαγγελματικού ταξιδιού και αναψυχής. Πολλοί ταξιδιώτες συνδυάζουν τις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις με την ταξιδιωτική εμπειρία. Άτομα συνήθως που εργάζονται από μόνα τους με κάποιο υπολογιστή, ταξιδεύουν σε χώρες όπου συνδυάζουν την αναψυχή τους με την εργασία τους. Τα άτομα αυτά ονομάζονται νομάδες.

2) Οικογενειακές διακοπές. Είναι το σύνηθες μοντέλο διακοπών, όπου μια οικογένεια ταξιδεύει όταν τα παιδιά δεν έχουν σχολείο.

3) Ταξιδεύοντας μόνοι. Υπάρχει η τάση όπου κάποια άτομα που δεν έχουν παρέα για να ταξιδέψουν, επιλέγουν ένα μέρος, όπου μπορούν να συμμετέχουν σε διάφορες εκδηλώσεις, μένουν στο ίδιο χώρο με άλλα άτομα παρόμοιας φύσης και συνάμα έχουν



την ευκαιρία να βρουν παρέα. Συνήθως τέτοια ταξίδια πραγματοποιούν άτομα νεαρής ηλικίας.

4) Influencers. Χαρακτηρίζεται ως η καινούργια μόδα η οποία κορυφώθηκε τα τελευταία χρόνια. Τουριστικοί προορισμοί ή ακόμα τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, εστιατόρια) προσκαλούν τέτοιου είδους ανθρώπους ώστε να διαφημίσουν το προϊόν τους μέσω των social media.

5) Προστασία του περιβάλλοντος. Είναι συγκεκριμένες ομάδες ταξιδιωτών που επιλέγουν προορισμούς που δείχνουν σεβασμό προς το περιβάλλον. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο Leonardo Di Caprio ο οποίος έχει κάνει κριτική για την υποβρύχια χωματερή ενός ελληνικού νησιού της Άνδρου.

6) Υποτουρισμός. Ο υποτουρισμός είναι μια καινούργια τάση στην οποία οι επισκέπτες θέλουν να βιώσουν τα τοπικά χαρακτηριστικά που προσφέρει ο κάθε προορισμός στον οποίο επισκέπτονται και δεν ενδιαφέρονται τόσο για τις τουριστικές εμπειρίες. Τέτοιου είδους προορισμοί είναι η Βενετία, η Σαντορίνη, η Βαρκελώνη οι οποίοι δέχονται περισσότερους επισκέπτες κάθε χρόνο από όσους μπορούν να αντέξουν.

7) Ταξιδιώτες υγείας. Είναι συνήθως οι ταξιδιώτες οι οποίοι αναζητούν πακέτα διακοπών στα οποία περιλαμβάνουν υγιεινό πρωινό, πρόγραμμα δραστηριοτήτων άσκησης, μασάζ, σπα κτλ. Συνδυάζουν υγιεινή ζωή με αναψυχή και συνήθως οι συγκεκριμένοι ταξιδιώτες δεν είναι νεαρής ηλικίας (<https://www.lifo.gr/articles>).

### **3.1.2 Τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως**

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί την βαριά οικονομία της κάθε χώρας παγκόσμια, όπου ο τουρίστας ξοδεύει χρήματα κατά την διάρκεια των διακοπών του συμβάλλοντας το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α.Ε.Π) και συντηρεί τις θέσεις εργασίας του ντόπιου εργαζομένου. Είναι ξεκάθαρο ότι οι περισσότερες χώρες παγκόσμια εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την τουριστική αγορά. Οι χώρες όπου ξοδεύονται τα περισσότερα χρήματα από τους τουρίστες είναι: 1) Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ), 2) Ισπανία, 3) Γαλλία, 4) Ταϊλάνδη, 5) Αγγλία, 6) Ιταλία, 7) Αυστραλία, 8) Γερμανία, 9) Μακάο (Κίνα), 10) Ιαπωνία (<https://www.huffingtonpost.gr>). Πιο κάτω είναι ο πίνακας 1 με τα ποσά (δολάρια) που ξοδεύτηκαν σε κάθε χώρα από τον τουρισμό το έτος 2017.

Πίνακας 1: Ποσά που ξοδευτήκαν σε κάθε χώρα για το έτος 2017

| <b>Χώρα</b>  | <b>Ποσά (\$) Δισεκατομμύρια</b> |
|--------------|---------------------------------|
| ΗΠΑ          | 210,7 \$                        |
| Ισπανία      | 68 \$                           |
| Γαλλία       | 60 \$                           |
| Ταϊλάνδη     | 57,5 \$                         |
| Αγγλία       | 51,2 \$                         |
| Ιταλία       | 44,2 \$                         |
| Αυστραλία    | 41,7 \$                         |
| Γερμανία     | 39,8 \$                         |
| Μακάο (Κίνα) | 35,6 \$                         |
| Ιαπωνία      | 34,1 \$                         |

Οι περισσότερες αφίξεις τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο είναι στην Γαλλία και μετά ακολουθούν οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και η Ισπανία. Ο πίνακας 2 που ακολουθεί δείχνει πόσα εκατομμύρια αφίξεων τουριστών είχαν κάποιες από τις μεγάλες χώρες από το 2012 μέχρι το 2016 παγκόσμια.

Πίνακας 2: Αφίξεις τουριστών τις περιόδους 2012 – 2016

| <b>Χώρα</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Γαλλία      | 83,0        | 84,7        | 83,7        | 84,5        | 82,6        |
| ΗΠΑ         | 66,7        | 69,8        | 74,8        | 77,5        | 75,6        |
| Ισπανία     | 57,5        | 60,7        | 65,0        | 68,5        | 75,6        |
| Κίνα        | 57,7        | 55,7        | 55,6        | 56,9        | 59,3        |
| Ιταλία      | 46,4        | 47,7        | 48,6        | 50,7        | 52,4        |
| Αγγλία      | 29,3        | 31,2        | 32,6        | 34,4        | 35,8        |
| Γερμανία    | 30,4        | 31,5        | 33,0        | 35,0        | 35,6        |
| Μεξικό      | 23,4        | 23,7        | 29,1        | 32,1        | 35,0        |
| Ταϊλάνδη    | 22,4        | 26,5        | 24,8        | 29,9        | 32,6        |
| Αυστρία     | 24,2        | 24,8        | 25,3        | 26,7        | 28,1        |
| Μαλαισία    | 25,0        | 25,7        | 27,4        | 25,7        | 26,7        |
| Χονγκ Κονγκ | 23,8        | 25,7        | 27,8        | 26,7        | 26,5        |

|         |      |      |      |      |      |
|---------|------|------|------|------|------|
| Τουρκία | 35,7 | 37,8 | 39,8 | 39,5 | 25,3 |
| Ελλάδα  | 15,5 | 17,9 | 22,0 | 23,6 | 24,8 |
| Ρωσία   | 25,7 | 28,4 | 29,8 | 26,9 | 24,5 |

(Πηγή: <https://www.wto.org/>)

Περνώντας στην επόμενη χρονιά, το 2017 οι τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως σημείωσαν αύξηση 7%. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO), οι διεθνείς αφίξεις ανήλθαν σε 1,3 δισεκατομμύρια για το έτος 2017, 84 εκατομμύρια περισσότερα από το 2016. Ο τουρισμός εμφανίζει συνεχή αύξηση τα τελευταία 8 χρόνια και οι αφίξεις ήταν στην υψηλότερη τιμή από το 2010. Ο πίνακας 3 πιο κάτω είναι οι αφίξεις των πρώτων 10 χωρών κατά το έτος 2017.

Πίνακας 3: Αφίξεις τουριστών το έτος 2017

| <b>Χώρα</b> | <b>2017</b> |
|-------------|-------------|
| Γαλλία      | 86,9 εκ     |
| Ισπανία     | 81,8 εκ     |
| ΗΠΑ         | 75,9 εκ     |
| Κίνα        | 60,7 εκ     |
| Ιταλία      | 58,3 εκ     |
| Μεξικό      | 39,3 εκ     |
| Αγγλία      | 37,7 εκ     |
| Τουρκία     | 37,6 εκ     |
| Γερμανία    | 37,5 εκ     |
| Ταϊλάνδη    | 35,4 εκ     |

(Πηγή: <https://www.wto.org/>)

Τα ευεργετικά αποτελέσματα του 2017, προήλθαν από την διαρκή ζήτηση από τουρίστες, σε συνδυασμό με την σταθερή ανάκαμψη και το αίσθημα ασφάλειας.

Για το έτος 2018 οι διεθνείς αφίξεις παγκόσμια αυξήθηκαν, με αποτέλεσμα να υπάρχει μικρό ποσοστό αύξησης σε κάθε χώρα. Η πρώτη χώρα σε αφίξεις παρέμεινε η Γαλλία με 93,2 εκατομμύρια τουρίστες (αύξηση 7,2% σε σύγκριση με το έτος 2017), δεύτερη είναι η Ισπανία (82,8 εκατομμύρια αφίξεις και αύξηση 1,2%), οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (82,2 εκατομμύρια αφίξεις και αύξηση 6,7%), η Κίνα (62,9 εκατομμύρια αφίξεις και

αύξηση 3,6%) και η Ιταλία (62,1 εκατομμύρια αφίξεις και αύξηση 6,5%). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού είχε καταγράψει 1,4 δισεκατομμύρια αφίξεις παγκόσμια, 5,6% περισσότερους από το έτος 2017 (<https://www.tornosnews.gr>). Ο πίνακας 4 που ακολουθεί δείχνει τις αφίξεις τουριστών κατά το έτος 2018.

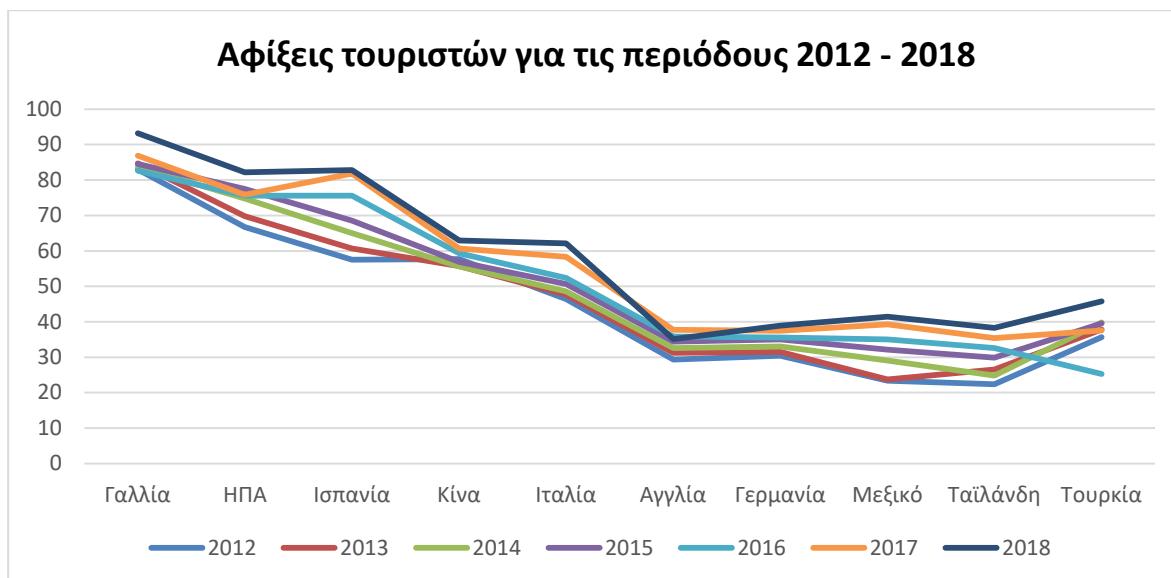
Πίνακας 4: Αφίξεις τουριστών το έτος 2018

| <b>Χώρα</b>  | <b>2018</b> |
|--------------|-------------|
| Γαλλία       | 93,2 εκ     |
| Ισπανία      | 82,8 εκ     |
| ΗΠΑ          | 82,2 εκ     |
| Κίνα         | 62,9 εκ     |
| Ιταλία       | 62,1 εκ     |
| Τουρκία      | 45,8 εκ     |
| Μεξικό       | 41,4 εκ     |
| Γερμανία     | 38,9 εκ     |
| Ταϊλάνδη     | 38,3 εκ     |
| Αγγλία       | 35,1 εκ     |
| Ιαπωνία      | 31,2 εκ     |
| Αυστρία      | 30,8 εκ     |
| Ελλάδα       | 30,1 εκ     |
| Χονγκ Κονγκ  | 29,3 εκ     |
| Μαλαισία     | 25,8 εκ     |
| Ρωσία        | 24,6 εκ     |
| Καναδάς      | 21,2 εκ     |
| Πορτογαλία   | 21,2 εκ     |
| Ολλανδία     | 19 εκ       |
| Μακάο (Κίνα) | 18,5 εκ     |

(Πηγή:<https://www.wto.org/>)

Ακολουθως βλέπουμε στο πιο κάτω διάγραμμα στατιστικά τις αφίξεις τουριστών σε 10 γνωστούς τουριστικούς προορισμούς από το 2012 μέχρι το 2018.

Διάγραμμα 1: Αφίξεις τουριστών τα έτη 2012 – 2018 (οι αριθμοί είναι σε εκατομμύρια)



Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια είχε ανοδική πορεία στις αφίξεις τουριστών. Από το έτος 2012 όπου βρισκόταν στην 17<sup>η</sup> θέση βρέθηκε στην 14<sup>η</sup> θέση το έτος 2016 στις αφίξεις τουριστών κερδίζοντας 3 θέσεις στην παγκόσμια κατάταξη. Σε αριθμούς αφίξεων η Ελλάδα από τα 15,5 εκατομμύρια τουρίστες το έτος 2012, έφτασε τα 24,8 εκατομμύρια το 2016, δείχνοντας μια αύξηση που έφτασε το 60% (<https://www.naftemporiki.gr>). Τα αποτελέσματα που είχε η Ελλάδα στην προσέλκυση τουριστών ήταν αποτέλεσμα της πετυχημένης στρατηγικής η οποία σχεδιάστηκε από το Υπουργείο Τουρισμού και καθιέρωσε την Ελλάδα ως ένα ελκυστικό προορισμό 365 μέρες το χρόνο.

Ωστόσο υπάρχουν και χώρες ή προορισμοί που δεν έχουν υψηλά επίπεδα αφίξεων τουριστών, αφού δεν είναι τόσο δημοφιλείς σαν προορισμοί, ωστόσο έχουν να αναδείξουν κάτι το διαφορετικό σαν χώρα προορισμού για τους ταξιδιώτες. Ακολουθεί ο πίνακας 5 με τις χώρες όπου έχουν τις πιο λίγες αφίξεις τουριστών.

Πίνακας 5: Αφίξεις τουριστών σε ετήσια βάση

| Χώρα              | Αφίξεις ανά έτος |
|-------------------|------------------|
| Μαυροβούνιο       | 1,662,000        |
| Σερβία            | 1,281,000        |
| Αρμενία           | 1,230,000        |
| Λουξεμβούργο      | 1,054,000        |
| Βοσνία Ερζεγοβίνη | 777,000          |

|               |         |
|---------------|---------|
| Μονακό        | 336,000 |
| Μολδαβία      | 121,000 |
| Λιχτενστάιν   | 69,000  |
| Άγιος Μαρίνος | 60,000  |

(Πηγή: <https://www.newsbeast.gr>)

Περνώντας στην Κύπρο, και στον τουρισμό της λίγο πολύ είναι προβλέψιμος. Συνήθως οι τουρίστες που καταφθάνουν στο νησί είναι είτε βρετανοί, είτε Ρώσοι. Ωστόσο το Υφυπουργείο Τουρισμού επιδιώκει να αλλάξει την εικόνα της Κύπρου, να προσελκύσει περισσότερο τουρισμό που θα έρθουν για τον πολιτισμό και την κληρονομιά της χώρας, πέραν από τον ήλιο και την θάλασσα.

Στόχος του Υφυπουργείου Τουρισμού είναι να προσελκύσει χώρες όπως οι σκανδιναβικές, όπου θα αυξήσει τον τουρισμό κατά την χειμερινή περίοδο. Σήμερα οι τουρίστες που φθάνουν στην χώρα μας από τις βόρειες χώρες είναι περίπου 280 χιλιάδες (12,8% των αφίξεων) και από την κεντρική Ευρώπη 200 χιλιάδες (12,5% των αφίξεων). Έτσι τα επίπεδα που θέλει να κινηθεί το Υφυπουργείο Τουρισμού της Κύπρου για την προσέλκυση χωρών είναι:

1. Πρώτο στάδιο θα πραγματοποιήσει επαφές με χώρες όπως η Πολωνία, Τσεχία, όπου τα ποσοστά αφίξεων τουριστών των χωρών αυτών προς την Κύπρο είναι μικρά.
2. Δεύτερο θα στοχεύσει σε χώρες όπως η Γερμανία, Ελβετία, Αυστρία, Βέλγιο, Ολλανδία, Γαλλία ώστε να προωθήσει την Κύπρο σαν ένα νησί που προσφέρει εμπειρία ζωής.
3. Τρίτος στόχος είναι οι τουρίστες οι οποίοι βρίσκονται πέραν του 65<sup>ου</sup> έτους της ηλικίας τους, δεν έχουν επαγγελματικές υποχρεώσεις, περισσότερο ελεύθερο χρόνο αλλά και οικονομικά ευκατάστατοι. Οι χώρες στόχος είναι η Βρετανία, Ιρλανδία, Σουηδία, Φιλανδία, Δανία και Νορβηγία.
4. Ακόμα ένας στόχος που θέλει να επιτύχει η χώρα είναι οι μικρές αποδράσεις τουριστών από τις γύρω χώρες. Υπάρχουν χώρες όπως το Ισραήλ, Ιορδανία, Ελλάδα και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα που βρίσκονται πολύ κοντά στην Κύπρο και το Υφυπουργείο Τουρισμού στοχεύει να προσελκύσει τουρίστες από τις χώρες αυτές για ολιγοήμερες διακοπές.

5. Τέλος, ο μεγάλος στόχος είναι η προσέλκυση τουριστών από μακρινούς προορισμούς αφού η Κύπρος μπορεί να γίνει ο σταθμός κάποιου τουρίστα ο οποίος ταξιδεύει σε γειτονικές χώρες (<https://www.philenews.com>).

Οι αφίξεις τουριστών στην Κύπρο το έτος 2019 ανήλθαν σε 3.976.777 εκατομμύρια σε σύγκριση με το έτος 2018 που ήταν 3.938.625 εκατομμύρια. Οι κυριότερες χώρες που αποτελούν την πηγή αφίξεων τουριστών στο νησί είναι: το Ηνωμένο Βασίλειο με ποσοστό 30,3%, το Ισραήλ με 12,8%, η Ελλάδα με 9,5% και η Ρωσία με 8,9%. Ο πίνακας 6 πιο κάτω είναι οι αφίξεις τουριστών για τα έτη 2017, 2018, 2019 σε αριθμούς αλλά και από ποιες χώρες αφίχθηκαν στην Κύπρο.

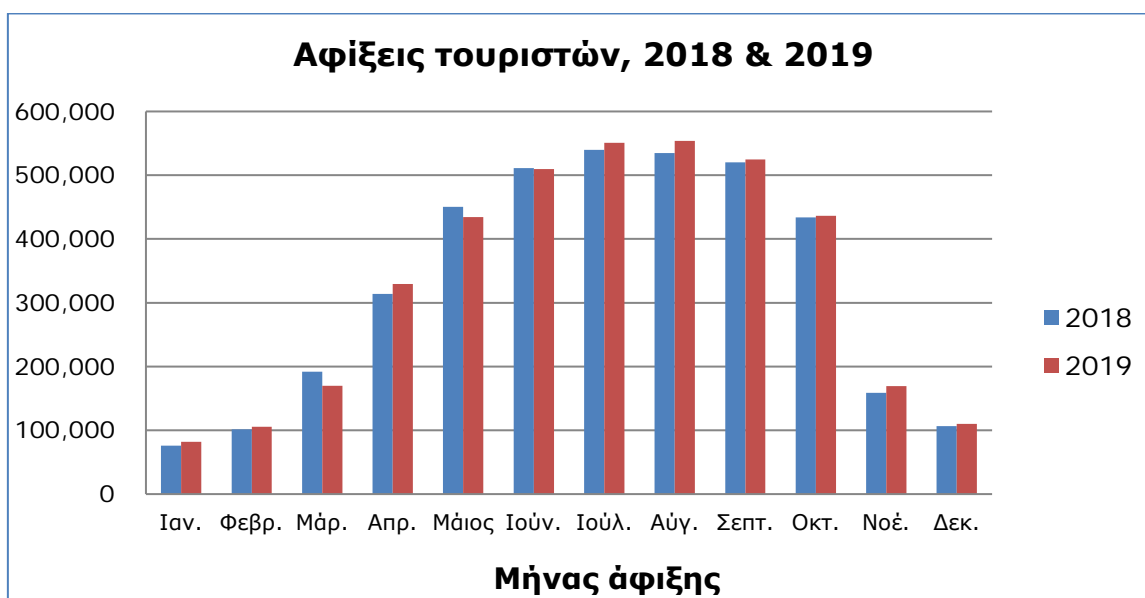
Πίνακας 6: Αφίξεις τουριστών στην Κύπρο τα έτη 2017 - 2018 - 2019

| <b>Ιανουάριος - Δεκέμβριος</b> |             |             |             |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Αφίξεις τουριστών</b>       |             |             |             |
| <b>Χώρες</b>                   | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> |
| Αυστρία                        | 40,473      | 45,888      | 44,538      |
| Βέλγιο                         | 27,089      | 28,231      | 26,077      |
| Γαλλία                         | 35,931      | 36,500      | 31,114      |
| Γερμανία                       | 188,826     | 189,200     | 151,500     |
| Δανία                          | 34,990      | 43,063      | 40,568      |
| Ελβετία                        | 57,540      | 74,216      | 67,534      |
| Ελλάδα                         | 169,712     | 186,370     | 171,512     |
| Ηνωμένο Βασίλειο               | 1,253,839   | 1,327,805   | 1,330,635   |
| Ισραήλ                         | 261,966     | 232,561     | 293,746     |
| Λίβανος                        | 58,273      | 62,255      | 58,796      |
| Νορβηγία                       | 54,342      | 55,273      | 60,782      |
| Ολλανδία                       | 37,585      | 42,217      | 43,198      |
| Ουκρανία                       | 48,190      | 69,619      | 95,031      |
| Πολωνία                        | 56,665      | 89,508      | 80,243      |
| Ρωσία                          | 824,494     | 783,631     | 781,856     |
| Σουηδία                        | 136,725     | 153,769     | 144,605     |
| Φιλανδία                       | 20,962      | 26,507      | 24,661      |
| Άλλες                          | 344,471     | 492,012     | 530,381     |

|               |                  |                  |                  |
|---------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Σύνολο</b> | <b>3,652,073</b> | <b>3,938,625</b> | <b>3,976,777</b> |
|---------------|------------------|------------------|------------------|

(Πηγή: <https://www.mof.gov.cy>)

Πίνακας 7: Αφίξεις τουριστών κατά μήνα στην Κύπρο



(Πηγή: <https://www.mof.gov.cy>)

Σκοπός των ταξιδιωτών στην Κύπρο ήταν οι διακοπές με ποσοστό πέραν του 50% για όλα τα προηγούμενα χρόνια, επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους με ποσοστό μεγαλύτερο του 30% και για επαγγελματικούς λόγους με ποσοστό που έφτασε κοντά στο 15% (<https://www.mof.gov.cy>).

### 3.2 Μελλοντικές Τάσεις

Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία αναμένεται να επηρεαστεί από τις συνεχείς αλλαγές του διεθνούς τουρισμού και να αλλάξει τις ισορροπίες της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς. Σήμερα ο τουρισμός απαιτεί ένα συνδυασμό από εμπειρίες, άριστες υπηρεσίες αλλά και υποδομές. Οι εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού προβλέπει ότι ο τουρισμός είναι η ταχύτερη αναπτυσσόμενη βιομηχανία της παγκόσμιας οικονομίας.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει ότι αν τα επόμενα 10 χρόνια οι συνθήκες παγκόσμια παραμείνουν σταθερές, η τουριστική κίνηση θα αυξάνεται με ποσοστό 4% με 4,5% σε ετήσια βάση. Τα ποσοστά αυτά προκύπτουν από τις αυξήσεις τουριστών σε μεγάλες αγορές όπως είναι η Κίνα σήμερα (Σφακιανάκης Μ., 2012).



Η τεχνολογία και η συνεχής εξέλιξη της, επιτρέπει στους τουρίστες να δημιουργούν και να οργανώνουν από μόνοι τους τα ταξίδια τους. Μέσω των υπολογιστών, των έξυπνων κινητών (smart phones) ο καθένας μπορεί να αγοράσει αεροπορικά εισιτήρια, μεταφορικά εισιτήρια, την διαμονή του σε ξενοδοχεία, εισιτήρια σε αξιοθέατα, κρατήσεις σε εστιατόρια, ακόμη και θέσεις σε μεγάλα αθλητικά γεγονότα αποφεύγοντας τον συνωστισμό που δημιουργείτε στους χώρους αναμονής (μουσεία, αξιοθέατα, όπερες στάδια), βοηθώντας έτσι τον καλύτερο προγραμματισμό του ταξιδιού του.

Συνέπεια της τεχνολογικής ανάπτυξης, οι τουριστικές επιχειρήσεις δίνουν μεγάλη έμφαση στον τομέα του μάρκετινγκ, δημιουργώντας προγράμματα ή ιστοσελίδες εύκολες και φιλικές προς τον χρήστη, καθώς η ανάπτυξη και ο ανταγωνισμός βρίσκεται σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Επιπλέον η αύξηση του μέσου εισοδήματος και η πτώση της φτώχειας, έχουν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της μεσαίας τάξης. υπολογίζεται ότι σε παγκόσμιο επίπεδο μέχρι το 2030 η μεσαία τάξη θα αυξηθεί φθάνοντας τα 4,9 δις ειδικά στην περιοχή της Ασίας. Η αύξηση αυτή θα επιφέρει μεγαλύτερο όγκο ταξιδιωτών παγκόσμια αλλά και ραγδαία ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών (<https://traveldailynews.gr>).

# Κεφάλαιο 4

## Προβλήματα του Διεθνούς Τουρισμού

### 4.1 Οικονομική κρίση

Σήμερα είναι ευρέως αποδεκτό ότι ο τουρισμός της κάθε χώρας και ιδιαίτερα των ανεπτυγμένων χωρών, έχει σημαντική συνεισφορά στην οικονομία της. Σημαντικό γεγονός είναι ότι ο τουρισμός λειτουργεί ως το μέσο για την ανάπτυξη σημαντικών υποδομών όπως για παράδειγμα τα λιμάνια, το οδικό δίκτυο, τα αεροδρόμια, που με την σειρά τους αυτά αναπτύσσουν την οικονομία της χώρας και δημιουργούν κενές θέσεις εργασίας.

Υπάρχουν οι άμεσοι και οι έμμεσοι τρόποι που ο τουρισμός μπορεί να προσφέρει έσοδα στην οικονομία της χώρας. Ο διεθνής τουρισμός σήμερα είναι από τις πιο σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες για την ανάπτυξη πολλών χωρών παγκοσμίως. Συνεπώς οι άμεσες επιπτώσεις του τουρισμού σε μια οικονομία είναι:

1. Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές, ως ένας σημαντικός παράγοντας εισροών και εκροών
2. Η τουριστική δραστηριότητα είναι δημιουργός μιας πληθώρας άμεσων και έμμεσων παραγωγικών δραστηριοτήτων
3. Ο τουρισμός δημιουργεί κενές θέσεις εργασίας (Ηγουμενάκης Ν., & Κραβαρίτης Κ., 2004).

Από την άλλη οι έμμεσες επιπτώσεις είναι αποτέλεσμα της τουριστικής ζήτησης. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμό (Π.Ο.Τ), οι επιπτώσεις του τουρισμού σε κάθε οικονομία εκτιμώνται από το βαθμό συμμετοχής της τουριστικής δραστηριότητας στους οικονομικούς στόχους της χώρας, δηλαδή από την σταθερότητα των τιμών, την απασχόληση, την οικονομική ανάπτυξη αλλά και την δίκαιη κατανομή του

εθνικού εισοδήματος (Βαρβαρέσος Σ., 2010). Επιπλέον η οικονομική κρίση που διανύουμε τα τελευταία χρόνια επηρέασε τον τουρισμό με τους τουρίστες να αναζητούν εναλλακτικές όπως:

1. Επιλογή κοντινότερου τουριστικού προορισμού για διακοπές από την μόνιμη κατοικία τους
2. Μικρής διάρκειας διακοπές
3. Επιλογή φθηνών προορισμών

Αποτελέσματα των πιο πάνω είναι η μείωση των τουριστικών εισπράξεων, επειδή οι τουρίστες διαμένουν πιο λίγες μέρες στον τόπο προορισμού, ξοδεύουν λιγότερα χρήματα, μείωση τιμών από τις τουριστικές επιχειρήσεις με αποτέλεσμα την μείωση του κέρδους τους (Κολτσιδόπουλος Γ.Δ., 2005).

## 4.2 Τουρισμός και Τρομοκρατία

Ο όρος τρομοκρατία είναι σύνθετη λέξη από το «τρόμος» και «κράτος» και αποτελεί την «συστηματική» χρήση ή την απειλή χρήση βίας που δημιουργείτε από οργανωμένες ομάδες ή ακόμη και από κρατικούς μηχανισμούς με πολιτικά ή θρησκευτικά ή ιδεολογικά κίνητρα, εναντίον ατόμων ή ομάδων με στόχο τις κυβερνήσεις από τις οποίες προσδοκούν κάποια ωφέλει. Οι πράξεις αυτές χαρακτηρίζονται τρομοκρατικές και οι άνθρωποι που τις εκτελούν λέγονται τρομοκράτες (<https://el.wikipedia.org/wiki>).

Ο τουρισμός γενικότερα σαν οικονομική δραστηριότητα είναι αρκετά ευπαθής αφού υπόκειται σε πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές που συμβαίνουν παγκόσμια. Για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις όπως είναι ο ελεύθερος χρόνος, τα οικονομικά κριτήρια των επισκεπτών αλλά και η ασφάλεια που αισθάνεται ο επισκέπτης ώστε να ταξιδέψει ο τουρίστας για διακοπές (Καφφές Γ., 2010).

Η ασφάλεια αποτελεί μια από τις βασικότερες προϋποθέσεις για την επίτευξη ενός ταξιδιού. Αντιθέτως η τρομοκρατία ενισχύει σε μεγάλο βαθμό την αίσθηση του φόβου και την ανασφάλεια. Αρκετές χώρες ανά το παγκόσμιο έχουν γίνει στόχοι από τρομοκράτες, ειδικά σε χώρους με μεγάλες μάζες ανθρώπων όπως σε μέσα μαζικής μεταφοράς δημιουργώντας σύγχυση και πανικό στον κόσμο αλλά και στους ταξιδιώτες. Λόγω της φύσης του τουρισμού, ο οποίος έχει ως κύριο στοιχείο το άγνωστο, είναι εξαιρετικά ευάλωτος σε κάθε μορφής βίας. Σήμερα εξαιτίας του ασταθούς διεθνές

περιβάλλοντος που επικρατεί παγκόσμια, υπάρχει έντονη η φοβία της τρομοκρατίας σε κάθε πτυχή του τουρισμού. Έτσι τουρισμός και τρομοκρατία δεν μπορούν να συνυπάρξουν (Μοίρα Π., & Μυλωνόπουλος Δ., 2004).

Η τρομοκρατία με την διάπραξη σοβαρών εγκλημάτων βίας, προκαλεί τρόμο σε άτομα ή ομάδες ατόμων, είτε συγκεκριμένα, είτε αδιακρίτως με σκοπό την επίτευξη των στόχων κυρίως κοινωνικοπολιτικού χαρακτήρα. Συνεπώς η τρομοκρατία είναι κατά βάση εγκληματική οργάνωση και όχι συγκεκριμένη ιδεολογία όπως συχνά λέγετε λανθασμένα. Τρομοκρατικές ενέργειες θεωρούνται οι απαγωγές, οι βομβιστικές ενέργειες, οι αεροπειρατείες, οι ομηρίες, οι δολοφονίες, τα επεισόδια και οι πειρατικές ενέργειες σε μέσα μεταφοράς.

Άμεσες συνέπειες από την τρομοκρατία είναι: 1) Καταστροφή της τουριστικής υποδομής, 2) Οι τουρίστες χάνουν την εμπιστοσύνη τους στον τόπο προορισμού και δεν ταξιδεύουν σε χώρες οι οποίες έχουν πληγεί από την τρομοκρατία, 3) Οι πωλήσεις της τουριστικής βιομηχανίας πέφτουν και αυτό οδηγεί σε σοβαρά οικονομικά προβλήματα, 4) Απώλεια θέσεων εργασίας, 5) Λιγότερες επενδύσεις σε τουριστικές περιοχές και ειδικά σε χώρες που εξαρτώνται κυρίως από τον τουρισμό.

Από την άλλη υπάρχουν και κάποιες έμμεσες συνέπειες όπως: 1) Αυξημένη ασφάλεια η οποία επιφέρει έξτρα κόστος προς οποιονδήποτε κράτος, 2) Μεγάλα κυβερνητικά κεφάλαια κατανέμονται για μέτρα ασφάλειας με αποτέλεσμα να τα στερούνται άλλοι τομείς του κράτους όπως αυτός της υγείας (<https://www.tourismtoday.gr/>).

### **4.3 Τουρισμός και Covid – 19**

Η πανδημία της νόσου του κορονοϊού (covid-19) πρωτοεμφανίστηκε στην πόλη Ουχάν, πρωτεύουσα της επαρχίας Χουπέι στην Κίνα τον Δεκέμβριο του 2019. Μέχρι της αρχής Απριλίου του 2020 είχε εξαπλωθεί σε περισσότερες από 184 χώρες παγκοσμίως, έχουν επιβεβαιωθεί πέραν των 1.410.000 περιπτώσεων κρουσμάτων και έχουν σημειωθεί πέραν των 80.000 θανάτων. Ο ιός αυτός μεταδίδεται από τον ένα άνθρωπο οργανισμό στον άλλο μέσω σταγονιδίων που παράγονται όταν οι άνθρωποι φτερνίζονται ή βήχουν. Τα κύρια συμπτώματα του είναι πυρετός, βήχας και δυσκολίες στην αναπνοή (<https://el.wikipedia.org/wiki/>).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού λόγω της μεγάλης εξάπλωσης του ιού οι διεθνείς αφίξεις κατά το έτος 2020 θα μειωθούν διεθνώς γύρω στο 20%-30% σε

σύγκριση με προηγούμενα χρόνια. Οι τουριστικές εισπράξεις υπολογίζονται να μειωθούν με τα ποσά να φτάνουν από 300 έως 450 δις δολάρια αλλά και ο ρυθμός ανάπτυξης θα επιστρέψει στους ρυθμούς που ήταν πριν από 7 χρόνια περίπου (<https://www.tornosnews.gr/>).

Η εξέλιξη αυτή θα είναι η χειρότερη σε περίοδο ειρήνης, σε σύγκριση με το 2009 όπου εμφανίστηκε η οικονομική κρίση. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υποστηρίζει ότι θα υπάρχουν απώλειες θέσεων εργασίας 75 εκατομμύρια παγκόσμια, από τις οποίες 10,2 εκατομμύρια θα είναι στην Ευρώπη.

Ο πρώτος κλάδος που έχει πληγεί, ο οποίος είναι νευραλγικής σημασίας είναι ο αεροπορικός. Υποστηρίζεται ότι τα αεροπορικά δρομολόγια παγκόσμια έχουν μειωθεί πέραν του 50% με την IATA (International Air Transport Association) να εκτιμά ότι το έτος 2020 ο τζίρος θα μειωθεί κατά 252 δις δολάρια (38% μείωση) σε σχέση με προηγούμενα χρόνια. Τεράστιο πλήγμα θα έχουν και οι ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες έχουν αναστείλει τις εργασίες τους και παραμένουν κλειστές για αρκετό διάστημα, τα οποία θα έχουν μεγάλες ζημιές και κατ' επέκταση οι οικονομίες πολλών χωρών (<https://www.ethnos.gr/>).

#### **4.4 Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό**

Εκτός από τους πιο πάνω αρνητικούς παράγοντες που αντιμετωπίζει ο τουρισμός σήμερα, προστίθεται και η πολιτική αστάθεια που επικρατεί παγκόσμια. Οι χώρες οι οποίες είναι πολιτικά ασταθείς, δεν δημιουργούν το αίσθημα ασφάλειας προς τους επισκέπτες, οι επενδύσεις που γίνονται για τον τουρισμό είναι ανύπαρκτες με αποτέλεσμα την αισθητή μείωση του τουρισμού (Reisinger T., 2009).

Παράδειγμα πολιτικής αστάθειας είναι η χώρα της Ταϊλάνδης η οποία έχει περάσει δύο φορές στην ιστορία της καταστάσεις πολιτικής αναταραχής. Το 2010 λόγω των πολλών διαδηλώσεων, και τις συγκρούσεις ανάμεσα σε δυνάμεις ασφαλείας και αντικυβερνητικούς είχε σαν αποτέλεσμα το θάνατο 24 ανθρώπων και τον τραυματισμό περισσότερων από 800 (<http://content.time.com>). Αποτέλεσμα αυτού ήταν να υποχωρήσει ο τουρισμός και να υπάρξει απώλεια 300 εκατομμυρίων δολαρίων σε διάστημα ενός χρόνου. Δύο χρόνια μετά λόγω τρομοκρατικού χτυπήματος από τους ισλαμιστές, οι περισσότερες χώρες έβγαζαν ταξιδιωτική οδηγία όπως να αποφεύγεται η

Ταϊλάνδη ως τουριστικός προορισμός, γεγονός που έβλαψε τη χώρα στις αφίξεις των τουριστών.

Τέλος τα πολιτικά πραξικοπήματα προκαλούν συνέπειες διχασμού σε μια χώρα. Το 2006 ο τουρισμός στα νησιά Φίτζι είχε σημαντική μείωση κατά 35%, η πληρότητα των ξενοδοχείων μειώθηκε 20%, και η τουριστική βιομηχανία χρειάστηκε περίπου 3 χρόνια για να ανακάμψει και να φθάσει στα νούμερα που συνήθιζε να έχει πριν από το πολιτικό πραξικόπημα.

# Επίλογος

Η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας λειτουργεί σαν μοχλός για την παγκόσμια οικονομία με αποτέλεσμα να βελτιώνει τις εκάστοτε οικονομίες της κάθε χώρας. Συνεχώς τα δεδομένα αλλάζουν και με γρήγορους ρυθμούς και έτσι οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν καινούργιες τάσεις με αποτέλεσμα το έργο των επιχειρήσεων να γίνεται δυσκολότερο.

Τα προηγούμενα χρόνια οι επιχειρήσεις ήταν εστιασμένες στις παροχές που πρόσφεραν και όχι στον ίδιο τον ταξιδιώτη. Σήμερα, οι ανάγκες και οι απαιτήσεις του τουρίστα έχουν πολλαπλασιαστεί με αποτέλεσμα οι τουριστικές επιχειρήσεις να αλλάξουν την πολιτική τους, έχοντας σαν πρωταρχικό στόχο την ικανοποίηση των πελατών τους. Μεγάλο ρόλο σε αυτό έχει αποτελέσει και η εξέλιξη της τεχνολογίας. Πλέον ο πελάτης μπορεί να ψάξει μέσω διαδικτύου, να επιλέξει αυτό που του ταιριάζει, έτσι ώστε να του καλύπτει τις επιθυμίες και τις ανάγκες που έχει.

Συμπεραίνουμε ότι ο τουρισμός έχει δύο όψεις, από την μια βρίσκονται τα αρνητικά και από την άλλη τα θετικά στοιχεία που προσφέρει σε κάθε προορισμό. Κάποια από τα θετικά που προσφέρει η ανάπτυξη του τουρισμού είναι οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται ακόμα και εποχιακά με αποτέλεσμα την μείωση της ανεργίας, η αναβάθμιση πολλών περιοχών (έργα υποδομής, οδικά δίκτυα, ξενοδοχεία), αύξηση βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων της κάθε περιοχής, διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντος. Από την άλλη κάποιες από τις αρνητικές επιπτώσεις που δημιουργούνται είναι η έλλειψη επικοινωνίας ανάμεσα στους ντόπιους και τους τουρίστες, η ξενοφοβία, η εκμετάλλευση των επαγγελματιών του τουρισμού απέναντι στους τουρίστες, η αλλοίωση των εθίμων, διατάραξη του τρόπου ζωής των ντόπιων, η διαφοροποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και οι διάφορες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Έτσι το αντίκτυπο που έχει ο τουρισμός είναι οι οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικές και δημογραφικές συνέπειες με τις θετικά να είναι κυρίως οικονομικής μορφής και τα αρνητικά να είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά.

Τέλος για να είναι συνεχής η παγκόσμια τουριστική ανάπτυξη, χρειάζεται ο κατάλληλος σχεδιασμός από τους διάφορους φορείς του τουρισμού έτσι ώστε να αποφευχθούν και να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικοί παράγοντες και να αυξηθούν οι θετικές συνέπειες που επιφέρει ο τουρισμός και γενικά η τουριστική βιομηχανία.



# Βιβλιογραφία

## Ελληνική

Τσάρτας Π. (1996). Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ.

Βιτουλαδίτη Ουρ. (2000). Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων. Πάτρα: ΕΑΠ.

Βαρβαρέσος Σ., (2010). Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα. Εκδόσεις: Προπομπός, Αθήνα

Ηγουμενάκης Ν., & Κραβαρίτης Κ., (2004). Τουρισμός: Βασικές Έννοιες, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

Τσάρτας Π., (2006). Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι, Εκδόσεις: Εξάντας, Αθήνα.

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

Ανδριώτης Κ. (2003). Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά του. Τόπος Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος

Σφακιανάκης Μ., (2012). Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

Σφακιανάκης, Μ. (2000). Εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Φαρσάρη Ι., (2009). Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού: Σχεδιασμός, Μάνατζμντ & Μάρκετινγκ, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

Σιταράς Θ., & Τζένος Χ., (2007). Εισαγωγή στην θεωρία του τουρισμού, Εκδόσεις: Interbooks, Αθήνα.

Κολτσιδόπουλος Γ.Δ., (2005). Τουρισμός: Θεωρητική προσέγγιση, Εκδόσεις: Έλλην, Αθήνα.

Καφφές Γ., (2010). Κοινωνιολογία της Τρομοκρατίας, Εκδόσεις: Παπαζήση, Αθήνα

Μοίρα Π., & Μυλωνόπουλος Δ., (2004). Η παράμετρος της τρομοκρατίας στο διεθνές περιβάλλον του τουρισμού, Επιστημονική Επετηρίδα Εφαρμοσμένης Έρευνας, (1): 121-140

### **Ξενόγλωσση**

Butler, R.W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan Horse? Journal of Travel Research.

Lloyd E. Hudman & Richard H. Jackson, (1999). Geography of Travel and Tourism, by Delmar Publishers Inc.

Leonard J. Lickorish & Carson L. Jenkins, (1997). An Introduction to Tourism, Published by arrangement with Elsevier Ltd.

Reisinger T., (2009). International Tourism: Cultures and Behavior, Εκδόσεις: Elsevier

Andronicos, A. (1979). Tourism in Cyprus. In: de Kadt, E. (ed). Tourism: Passport to Development? Oxford: Oxford University Press.

Andriotis, K. (2002b). Scale of hospitality firms and local economic development. Evidence from Crete. Tourism Management. 23(4), pp. 333-341.

Laarman, J.G. & Durst, P.B. (1987). Nature travel and tropical forests. FPEI Working Paper 23. Research Triangle Park, NC: Southeastern Center of Forest Economics Research.

Inskip, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.

### **Διαδίκτυο**

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

[https://www.paskedi.gr/article/poia\\_einai\\_ola\\_ta\\_eidh\\_toyrismoy\\_kai\\_poies\\_oi\\_morfes\\_e\\_nallaktikoy\\_toyrismoy](https://www.paskedi.gr/article/poia_einai_ola_ta_eidh_toyrismoy_kai_poies_oi_morfes_e_nallaktikoy_toyrismoy)

[https://simplylife.gr/pages/periballontikes\\_protaseis/article/id/19](https://simplylife.gr/pages/periballontikes_protaseis/article/id/19)

<https://www.athinorama.gr/travel/travelideas/articles.aspx?artid=3796>

<https://www.insider.gr/apopseis/arthrografia/60212/o-athlitikos-toyrismos-mporei-kai-prepei-na-paixe-simantiko-rolon>

<https://www.brief.com.cy/analyseis/ta-tria-shedia-gia-proothisi-toy-athlitikoy-toyrismoy>

<https://www.makthes.gr/synedriakos-toyrismos-stin-ypsiloteri-thesi-ton-teleytaion-10-eton-i-thessaloniki-216839>

<https://www.kathimerini.gr/933534/gallery/ta3idia/sthn-ellada/afierwma-toyrismos-ygeias>

<https://www.protothema.gr/travelling/article/740304/iamatikos-tourismos-i-ellada-borei-na-ginei-pagosmio-health-resort/>

[http://www.arttravel.gr/food-wine\\_gourmet/article/19002/europh-4-mustikoi-proorismoi-gia-kalofagades](http://www.arttravel.gr/food-wine_gourmet/article/19002/europh-4-mustikoi-proorismoi-gia-kalofagades)

<https://traveldailynews.gr/columns/article/2756>

<http://www.mintour.gov.gr/ForeignAffairs/InternationalOrganizations>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%AF%CE%B1>

<http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1982555,00.html>

[https://www.lifo.gr/articles/world\\_articles/252628/8-taseis-poy-tha-kathorisoynton-toyrismo-ta-epomena-xronia](https://www.lifo.gr/articles/world_articles/252628/8-taseis-poy-tha-kathorisoynton-toyrismo-ta-epomena-xronia)

<https://www.wto.org/>

<https://www.tornosnews.gr/statistics/36055-wttc-ayxhsh-4-sthn-pagkosmia-taxidiotikh-viomhchania-to-2019.html>

<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1268515/stin-proti-dekada-tis-pagkosmias-katataksis-stoxeuei-i-ellada>

<https://www.newsbeast.gr/travel/arthro/4090447/oi-chores-me-toys-ligoteroystoyristes-stin-eyropi>

<https://www.philenews.com/oikonomia/kypros/article/690402/emfasi-se-kentriki-evropi-ga-toyrismo-pinakes>

[https://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/All/6EA6BCBE4F1F3C8CC2258481003CE091/\\$file/Tourists\\_Arrivals-Dec19-EL-170120.pdf?OpenElement](https://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/All/6EA6BCBE4F1F3C8CC2258481003CE091/$file/Tourists_Arrivals-Dec19-EL-170120.pdf?OpenElement)

<https://traveldailynews.gr/news/article/61253>

<https://www.clickatlife.gr/taksidi/story/143309/poso-sumballei-o-tourismos-stin-pagkosmia-oikonomia-tourismos-stin-pagkosmia-oikonomia>

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%BD%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%AF%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CF%8A%CE%BF%CF%8D%2019%E2%80%9320>

<https://www.tornosnews.gr/foreis/43119-pagkosmios-organismos-toyrismoy-nea-ektimhsh-gia-meiosh-ton-diethnon-afixeon-kata-20-30-to-2020.html>

<https://www.ethnos.gr/oikonomia/99175-toyrismos-hamenes-75-ekat-theseis-ergasias-poy-pontarei-i-ellada>