

ΣΧΟΛΗ
ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη. Παράδειγμα νομού Θεσσαλονίκης»

Φοιτήτρια: Σινάκου Χριστίνα

Επιβλέπων: κ. Κοκκίνης Γεώργιος

Θεσσαλονίκη 2019

ΣΧΟΛΗ
ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη. Παράδειγμα νομού Θεσσαλονίκης»

Φοιτήτρια: Σινάκου Χριστίνα

Επιβλέπων: κ. Κοκκίνης Γεώργιος

Θεσσαλονίκη 2019

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ABSTRACT	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ	8
1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ	8
Ορισμός τουρισμού	8
Ορισμός τουρίστα.....	9
Τουριστικό προϊόν	9
Η ανάπτυξη ως έννοια.....	10
1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	10
Εναλλακτικός τουρισμός και οι μορφές του	10
Οικοτουρισμός.....	12
Αγροτουρισμός	13
Αθλητικός τουρισμός.....	14
Αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων	15
Συνεδριακός τουρισμός.....	15
Ιατρικός τουρισμός.....	16
Θαλάσσιος τουρισμός	17
Θρησκευτικός τουρισμός	18
Dark tourism.....	18
Εκπαιδευτικός τουρισμός.....	19
Εκθεσιακός τουρισμός	19
Ιαματικός τουρισμός	20
Τουρισμός ευεξίας	21
1.3 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	21
Χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού	21
Συμβολή της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία της Ελλάδας.....	22
Θετικά και αρνητικά αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	28
2.1 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	28
Γεωγραφική τοποθέτηση στον Νομό Θεσσαλονίκης.....	28
2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	29
Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης (ΟΤΘ).....	29
Χάρτης αξιοθεάτων Νομού Θεσσαλονίκης.....	30

Σημασία του αεροδρομίου Θεσσαλονίκης για την τουριστική ανάπτυξη	31
Σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής της Θεσσαλονίκης και οι στόχοι.....	34
Αποτελέσματα μελέτης για την τουριστική και ξενοδοχειακή υποδομή της Θεσσαλονίκης.	35
2.3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	40
Ανάπτυξη αγροτουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης	40
Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης.....	42
2.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	49
Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στη Θεσσαλονίκη – 2018	49
Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	53
3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ	53
Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.....	53
3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	54
Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά	54
3.3 ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	55
Η επίδραση του διαδικτύου στην τουριστική ανάπτυξη	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΤΑΣΕΙΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	57
Τάσεις και προβλέψεις για το μέλλον του τουρισμού	57
Συμπεράσματα	59
Βιβλιογραφία.....	61

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το θέμα της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα, με μελέτη περίπτωσης την Θεσσαλονίκη. Στην αρχή γίνεται μια σύντομη αναφορά στις έννοιες του τουρισμού, του τουρίστα και του τουριστικού προϊόντος. Ακολουθεί η αναφορά στην έννοια της ανάπτυξης. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αφού εξεταστούν αναλυτικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, παρουσιάζονται στοιχεία και πληροφορίες που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη στον κόσμο, στην Ελλάδα και στη Θεσσαλονίκη. Έπειτα, αναλύονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες αναπτύσσονται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Στο τέλος της εργασίας δίνονται τα συμπεράσματα σχετικά με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού γενικότερα στην Ελλάδα και ειδικότερα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης.

ABSTRACT

The formal paper discusses the issue of tourism development in Greece, with case study the city of Thessaloniki. At the beginning, there is a brief reference to the concepts of tourism, tourist and touristic product. Afterwards, there is a reference to the concept of development. Subsequently, the alternative forms of tourism are presented. After the in depth examination of the alternative forms of tourism, data and information are shown, concerning tourism development in the world, in Greece and in Thessaloniki. At the end of this paper, conclusions are drawn regarding the development of alternative tourism in Greece in general and in Thessaloniki in particular.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί τον σημαντικότερο κλάδο για την ελληνική οικονομία των σύγχρονων χρόνων. Η Ελλάδα αναγνωρίζεται παγκοσμίως ως τουριστικός προορισμός και κάθε χρόνο την επισκέπτονται εκατομμύρια τουρίστες. Έτσι, η χώρα επωφελείται σημαντικά από την τουριστική κατανάλωση. Βέβαια, η ανάπτυξη του τουρισμού ήταν αδύνατον να ακολουθήσει αλάθητη και ανελλιπή πορεία με αποτέλεσμα σήμερα να υπάρχουν ορισμένα προβλήματα και ελλείψεις. Με το πέρασμα του χρόνου οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έκαναν την εμφάνιση τους ως μια λύση ή «λύτρωση» για τον κορεσμό που είχε δημιουργηθεί με τον μαζικό τουρισμό. Παρά τις προσπάθειες ανάπτυξης και την αδιαμφισβήτητη σημασία του, ο τουρισμός δεν έχει ακόμα βρει τη θέση που του αξίζει στο συνολικό εθνικό σχεδιασμό, συντονισμό και προγραμματισμό, ιδιαίτερα σε μακροχρόνια βάση.

Μια από τις περιοχές για τις οποίες δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον οι τουρίστες είναι η περιοχή της Θεσσαλονίκης. Η πόλη της Θεσσαλονίκης μαζί με την ευρύτερη περιοχή της αποτελεί πόλο έλξης, πέραν του μαζικού τουρισμού, τουριστών οι οποίοι ενδιαφέρονται για εναλλακτικό τουρισμό. Η περιοχή παρουσιάζει δυναμικές, κάποιες από τις οποίες εκμεταλλεύονται, ενώ κάποιες άλλες είναι ακόμη ανεκμετάλλευτες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

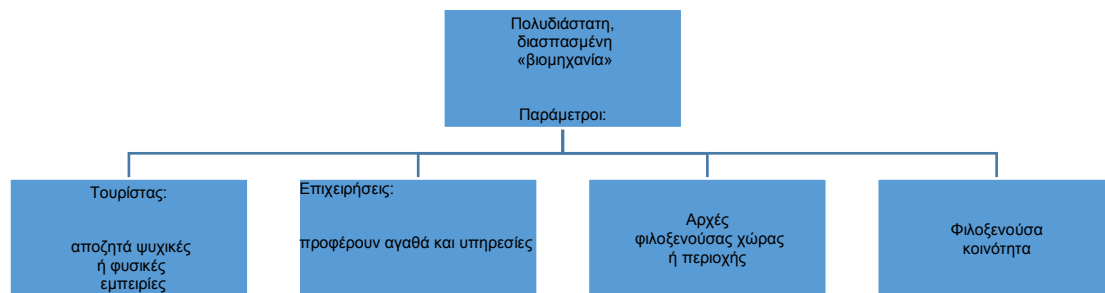
1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ

Ορισμός τουρισμού

Κατά καιρούς έχουν αποδοθεί διάφοροι ορισμοί του τουρισμού. Αν και ο όρος μεταφράζεται στα ελληνικά ως περιήγηση, έχει επικρατήσει ο ξενόφερτος όρος τουρισμός. Η λέξη "τουρισμός" αναφέρθηκε για πρώτη φορά στο αγγλικό λεξικό της Οξφόρδης το 1811, ενώ η λέξη "τουρίστας" έκανε την εμφάνισή της λίγο νωρίτερα, εννοώντας "το άτομο που ταξιδεύει για την ευχαρίστηση του ταξιδιού ή από περιέργεια". (Ceballos-Lascurain.H, 1996).

Ο τουρισμός ορίζεται ως μια ανθρώπινη δραστηριότητα η οποία συνίσταται σε ταξίδι σε έναν ή περισσότερους τόπους, διαφορετικούς από τον τόπο μόνιμης κατοικίας καθώς και στις επιμέρους δραστηριότητες που ασκεί το άτομο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού με σκοπό την ικανοποίηση κάποιων αναγκών του (Κούτουλας, 2001). Ως φαινόμενο ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο που, ταυτόχρονα, μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικασία ή εμπειρία και όχι ένα απλό προϊόν ή υπηρεσία, παρέχοντας μια ποικιλία εμπειριών στους ταξιδιώτες (Theobald,1994).

Οι παραπάνω ορισμοί δεν είναι αρκετοί για να δείξουν ότι ο τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο. Παρακάτω δίνεται ένα διάγραμμα το οποίο απεικονίζει την πολυπλοκότητα της έννοιας του τουρισμού. Το διάγραμμα επιχειρεί να απεικονίσει τον τουρισμό ως ένα όχι απλό, αλλά σύνθετο και πολύπλοκο φαινόμενο που έχει μια πολυδιάστατη βιομηχανία και τέσσερις παραμέτρους καθένας από τους οποίους χρήζει ξεχωριστή υποκατηγορία προς μελέτη και ανάλυση: α)τουρίστας, β)τουριστικές επιχειρήσεις, γ)αρχές φιλοξενούσας χώρας ή περιοχής και δ)φιλοξενούσα κοινότητα. Έτσι, για μια διεξοδική ανάλυση της τουριστικής ανάπτυξης θεωρείται απαραίτητη η ανάλυση όλων των παραμέτρων. Δεν είναι βέβαιο όμως κατά πόσο αυτό είναι επιτεύξιμο με μια μελέτη.



Ορισμός τουρίστα

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. Επομένως, τουρίστες θεωρούνται τα άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

Τουριστικό προϊόν

Όταν λέμε τουριστικό προϊόν εννοούμε το σύνολο των εμπειριών από τη στιγμή της προσμονής του ταξιδιού ως την αναπόλησή τους μετά το ταξίδι ή το σύνολο των υλικών και άυλων αγαθών, των εμπειριών και υπηρεσιών που απολαμβάνει κάποιος στη διάρκεια του ταξιδιού του. Το τουριστικό προϊόν είναι σύνθετο στη φύση του και περιλαμβάνει πλήθος από απτά και μη απτά προϊόντα και υπηρεσίες λόγω του πλήθους των διαφορετικών κλάδων και επιχειρήσεων που συνθέτουν τη βιομηχανία του τουρισμού. Επομένως, μπορούμε να διαχωρίσουμε το τουριστικό προϊόν σε

- υλικής μορφής (π.χ. ακτές, μνημεία, περιοχές φυσικού κάλλους, προϊόντα οικονομικής δραστηριότητας)

- άυλης μορφής (π.χ. αισθητικές και πολιτισμικές αξίες, προσδοκίες, στάση κατοίκων της περιοχής, κ.λπ.)

Όσον αφορά τη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος, μπορούμε να διακρίνουμε τρεις διαστάσεις:

- περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς πόρους του τόπου προορισμού.
- υποδομές σε εγκαταστάσεις και υπηρεσίες εξυπηρέτησης.
- δίκτυα προσπέλασης/διακίνησης προς και εντός του τόπου προορισμού.

Η ανάπτυξη ως έννοια

Η ανάπτυξη δεδομένου ότι αποτελεί τον πρωταρχικό στόχο σε κάθε τομέα της ανθρώπινης δραστηριότητας, έχει απασχολήσει την επιστημονική κοινότητα. Όμως δεν υπάρχει ένας ολοκληρωμένος κοινός ορισμός διότι ο όρος χρησιμοποιείται από ποικίλους κλάδους και με διαφορετική έννοια.

Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη, Λύτρα (1998), ‘‘οι περισσότερες αν όχι όλες οι τουριστικά ανεπτυγμένες χώρες αντιμετωπίζουν σοβαρές ελλείψεις ειδικευμένου ανθρωπίνου δυναμικού για τη χρησιμοποίησή του σε διάφορους τομείς απασχόλησης στην τουριστική βιομηχανία, με αποτέλεσμα ο παραγωγικός συντελεστής ‘‘εργασία’’ να παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς. Κατά συνέπεια η ποσοτική και ποιοτική σύνθεση της παρεχόμενης υπηρεσίας, από τους απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία, έχει άμεσες επιδράσεις στη παραγωγή τουριστικών υπηρεσιών τόσο από ποσοτικής όσο και ποιοτικής άποψης’’.

1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εναλλακτικός τουρισμός και οι μορφές του

Η έννοια του εναλλακτικού τουρισμού έχει συζητηθεί αρκετά και έχουν προταθεί διάφοροι ορισμοί. Όταν λέμε εναλλακτικός τουρισμός αναφερόμαστε στην εναλλαγή της τουριστικής μαζικοποίησης και στις διαφορετικές πρακτικές ανάπτυξης και επιπτώσεις. Οι βασικές αρχές του εναλλακτικού τουρισμού είναι η διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού και η ικανοποίηση των

αναγκών του ντόπιου πληθυσμού. Επομένως όταν αναφερόμαστε στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού εννοούμε αυτές που αντιτίθενται στις παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης.

Ο Butler (1990) τόνισε ότι οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού και τουρίστα προστατεύουν τους προορισμούς υποδοχής τουριστών ενώ παράλληλα δεν μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα που είναι το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα από όλους όσους βρίσκονται σε θέσεις κλειδιά στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής καθώς και τον ντόπιο πληθυσμό. Αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό ο Fennel (2001) επεσήμανε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να εκμηδενίσουν τις εξωγενείς επιδράσεις, να αναπτύξουν τη δική τους υποδομή και ανωδομή, ώστε να συμμετέχουν οι ίδιες στην ορθολογική ανάπτυξή τους αντί να τα παραχωρούν όλα σε ξένους επιχειρηματίες και ξένους θεσμικούς παράγοντες του τουριστικού χώρου.

Η ζήτηση του εναλλακτικού τουρισμού υπήρχε ήδη από τις παλαιότερες εποχές π.χ. με τη μορφή του θρησκευτικού τουρισμού, του κυνηγετικού τουρισμού, του τουρισμού ευεξίας κ.α. Όμως ως όρος ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίστηκε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Στη σύγχρονη εποχή αρκετοί μελετητές όπως οι Cazes (1989), Himmetoglu (1992), Mader (1988) και Weaver (1991), θεωρούν τον εναλλακτικό τουρισμό ως μια σύγχρονη μορφή ανάπτυξης που έχει ερμηνευτεί σε σχέση με άλλες εκφράσεις όπως: «κατάλληλος», «οικο-», «ήπιος», «υπεύθυνος», «ελεγχόμενος», «χαμηλών προσκρούσεων», «ευγενής», «μικρής κλίμακας», «διαφορετικός», «επιδέξιος», «παρορμητικός», «αντιτουρισμός», «συμμετοχικός» και «πράσινος». Ο Inskoop ορίζει τον εναλλακτικό τουρισμό ως 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.

Ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίζεται στις μορφές που παρουσιάζονται παρακάτω, ενώ δεν είναι απίθανο να κάνει την εμφάνισή της μια καινούρια μορφή εναλλακτικού τουρισμού στο μέλλον.

- Οικοτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός

- Αγροτουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός
- Ορειβατικός τουρισμός
- Περιπατητικός τουρισμός
- Ιατρικός τουρισμός
- Τουρισμός ευεξίας
- Ιαματικός τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Εκθεσιακός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός
- Αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Dark tourism

Οικοτουρισμός

Ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού την οποία προτιμούν οι λάτρεις της φύσης και των φυσικών τοπίων. Μπορεί να λάβει διάφορες ονομασίες σε συνάρτηση με της φύση όπως ο τουρισμός φύσης, τουρισμός παρατήρησης οικοσυστημάτων ή ο φυσιολατρικός τουρισμός. Ο οικοτουρισμός δεν αναπτύσσεται σε αστικές περιοχές, αλλά σε περιοχές όπου το περιβάλλον έχει προστευτεί σε ικανοποιητικό βαθμό από τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Κατά κύριο λόγο, οι περιοχές όπου προβλέπεται η ανάπτυξη και ανάδειξη του οικοτουρισμού είναι απαραίτητο να προβάλλουν την ομορφιά και αξία του φυσικού τοπίου.

Σε περιοχές όπου υπάρχει ανάπτυξη του οικοτουρισμού σε ικανοποιητικό βαθμό, αυτός δύναται να συμπληρωθεί και από άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, για παράδειγμα ο περιηγητικός ή πεζοπορικός τουρισμός, ο επιστημονικός τουρισμός (για εξειδικευμένες παρατηρήσεις) δηλαδή άλλες υποκατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες περιλαμβάνουν όλες εκείνες τις δραστηριότητες που διοργανώνονται στο φυσικό περιβάλλον.

Αγροτουρισμός

Πρόκειται για μια από τις πιο γνωστές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού της οποίας η ζήτηση αυξάνεται με γοργούς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Ο αγροτουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί, όπως φαίνεται από την ονομασία, σε αγροτικές περιοχές στις οποίες δεν υπάρχει ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Αυτό το είδος τουρισμού, εκτός από την ανάδειξη των αγροτικών προϊόντων και δραστηριοτήτων συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες.

Σύμφωνα με το Πρακτικό της Διυπηρεσιακής Επιτροπής του ΕΟΤ (1984) ο αγροτουρισμός ορίζεται ως η τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε μη αστικό χώρο από άτομα που κυρίως ασχολούνται με τη γεωργία, σε οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής μικρές μονάδες, με στόχο τη συγκράτηση και παλιννόστηση του γηγενούς πληθυσμού και την ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας τόσο από την αξιοποίηση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων όσο και από την ενοικίαση καταλυμάτων και τη διάθεση στους τουρίστες προϊόντων τοπικής παραγωγής, καθώς επίσης και τοπικών προϊόντων συναφών δραστηριοτήτων. (Ανδριώτης Κ. 2008). Ένας άλλος ορισμός ορίζει τον αγροτουρισμό ως την εναλλακτική εκείνη μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους φιλοξενούμενους των περιοχών αυτών να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. (Εγκυκλοπαίδεια Δομή, τόμος 29)

Κύριοι συντελεστές του αγροτουρισμού είναι οι μόνιμοι κάτοικοι των αγροτικών περιοχών. Σκοπός ανάπτυξης αυτού του εναλλακτικού είδους τουρισμού είναι η αποκόμιση συμπληρωματικού εισοδήματος. Επομένως, ο αγροτουρισμός συνήθως δεν αποτελεί την κύρια ασχολία των συντελεστών του. Από την άλλη πλευρά, οι ενδιαφερόμενοι του είδους τουρίστες, χαρακτηρίζονται από την επιθυμία να γνωρίσουν τις αγροτικές δραστηριότητες, την παραγωγή των αγροτικών προϊόντων, τον τρόπο ζωής των αγροτών και να αποκτήσουν εμπειρίες σε όλα αυτά. Βέβαια, οι αγροτουρίστες χαρακτηρίζονται και από την αγάπη για τη φύση και το ενδιαφέρον για γηγενείς πολιτισμούς.

Ο αγροτουρισμός ως εναλλακτική μορφή παρουσιάζει ορισμένα χαρακτηριστικά που τον διαφοροποιούν από τα άλλα είδη. Αυτά μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος των αγροτικών περιοχών

η γνωριμία με τον αγροτικό τρόπο ζωής και κουλτούρας

η γνωριμία με την αγροτική πολιτιστική κληρονομιά

η συμμετοχή στα ήθη και τα έθιμα των αγροτών ή η παρακολούθησή τους

η προσφορά παραδοσιακών, τοπικών ή βιολογικών προϊόντων

η απόκτηση εμπειριών από αγροτικές δραστηριότητες

η συμμετοχή σε παράλληλες τουριστικές ή εκπαιδευτικές δραστηριότητες π.χ. ορειβασία, εκμάθηση ξένης γλώσσας κλπ

Μια άλλη διαφορά του αγροτουρισμού από τον μαζικό τουρισμό αφορά τη διαμονή. Στον αγροτουρισμό η διαμονή που προσφέρεται στον τουρίστα είναι είτε μαζί με μια αγροτική οικογένεια είτε στην ίδια περιοχή και σε παρόμοιο σπίτι με αυτό των ντόπιων αγροτών. Συνεπώς, αυτό σημαίνει ότι δεν απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια για τις υποδομές στον αγροτουρισμό.

Αθλητικός τουρισμός

Σύμφωνα με τον ορισμό του Υπουργείου Τουρισμού, αθλητικός τουρισμός θεωρείται κάθε ανάμειξη, είτε ενεργητική είτε παθητική, σε αθλητικές δραστηριότητες εντασσόμενες στο πλαίσιο του τουρισμού ως επιλογή και με πρωτεύοντα στόχο την ψυχαγωγία και την ήπια άθληση και όχι τη συμμετοχή σε αθλητικά δρώμενα ή την προετοιμασία τους για αυτά. Όσοι ενδιαφέρονται για τον αθλητικό τουρισμό έχουν τη δυνατότητα είτε να συμμετέχουν ενεργητικά σε ομαδικές ή ατομικές αθλητικές δραστηριότητες είτε να παρακολουθούν αθλητικές δραστηριότητες. Επίσης, υπάρχει η πιθανότητα οι τουρίστες να ενδιαφέρονται για την επίσκεψη ενός σημαντικού αθλητικού χώρου, για παράδειγμα το στάδιο μιας παγκοσμίως γνωστής ομάδας. Στον αθλητικό τουρισμό υπάγονται ακόμη, οι οργανωμένες εκδρομές αθλητικών ομάδων με σκοπό την προπόνηση σε έναν συγκεκριμένο τόπο. Αν και δεν γίνεται πολύ συχνά λόγος για τον αθλητικό τουρισμό, αυτός καταλαμβάνει ένα μεγάλο κομμάτι της τουριστικής οικονομίας. Συμπληρωματικό στοιχείο του αθλητικού τουρισμού και ταυτόχρονα τεράστια πηγή εσόδων είναι η εμπορία προϊόντων που σχετίζονται με τις

αθλητικές δραστηριότητες ή ομάδες και τα οποία πωλούνται ως ενθύμια στους τουρίστες.

Αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων

Μια μορφή του εναλλακτικού τουρισμού που έχει κάνει την εμφάνιση της πριν από πολλές ακόμη δεκαετίες είναι ο τουρισμός πόλεων ή αλλιώς ο αστικός τουρισμός. Πρόκειται για τις επισκέψεις πόλεων, μεγάλων αστικών κέντρων όπου οι τουρίστες ενδιαφέρονται να γνωρίσουν κατεξοχήν την ίδια την πόλη και τη ζωή σε αυτήν. Αναμφισβήτητα, οι τουρίστες προσδοκούν να γευτούν εμπειρίες από την πολιτισμική ζωή και την κουλτούρα της πόλης. Ιδιαίτερα στην σύγχρονη εποχή που οι πόλεις έχουν αναπτυχθεί σημαντικά, αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες. Ειδικότερα, αν η πόλη έχει κάποιο μοναδικό θέαμα ή αξιοθέατο τότε αυξάνεται η τουριστική αξία της, όπως επίσης αυξάνεται και ο αριθμός των τουριστών που την επισκέπτονται. Ο αστικός τουρισμός, σε αντίθεση με τις περισσότερες μορφές τουρισμού, δεν είναι εποχικός αλλά διαρκεί όλο τον χρόνο.

Παραδείγματα πόλεων όπου ο αστικός τουρισμός είναι αναπτυγμένος είναι το Λονδίνο, το Παρίσι, το Σικάγο, η Αθήνα, το Τέξας και το Σύδνεϋ. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχουν οι πόλεις για την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού είναι η δραστήρια και έντονη αστική ζωή, το συνεχώς αυξανόμενο δίκτυο απευθείας πτήσεων από πολλά σημεία του εξωτερικού και άλλα παρόμοια στοιχεία. Επίσης, οι ξενοδοχειακές υποδομές, οι εγκαταστάσεις και τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες, αλλά και οι συγκοινωνίες πρέπει να είναι αναπτυγμένες σε μια πόλη που επιθυμεί την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού. Με μια ματιά στην ελληνική πραγματικότητα, θα μπορούσε κανείς άνετα να παρατηρήσει ότι αυτός ο συνδυασμός των παραπάνω χαρακτηριστικών δεν υπάρχει σε καμία πόλη. Παρόλα αυτά όμως, τουρίστες από όλο τον κόσμο έρχονται για να γνωρίσουν αποκλειστικά τις ελληνικές πόλεις.

Συνεδριακός τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός ως μια εναλλακτική μορφή αναφέρεται στη διοργάνωση συνεδρίων σε μια περιοχή. Εκτός από τη διοργάνωση συνεδρίων, συχνά συνοδεύεται

από συμπληρωματικές δραστηριότητες. Για την ανάπτυξη αυτού του είδους εναλλακτικού τουρισμού απαιτούνται καλές και σύγχρονες υποδομές. Η Ελλάδα μόνο τα τελευταία χρόνια κατάφερε να αναπτύξει τον συνεδριακό τουρισμό αφού αδυνατούσε να παρέχει τις αναγκαίες υποδομές. Οι υποδομές που απαιτούνται για την ανάπτυξη του είδους είναι τα συνεδριακά κέντρα με σύγχρονο εξοπλισμό, η καλή και εύκολη συγκοινωνία, τα πολυτελή ξενοδοχεία, καλές υπηρεσίες catering, διαφήμισης και άλλων σχετικών υπηρεσιών και η δυνατότητα διοργάνωσης παράλληλων δραστηριοτήτων αναψυχής.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η ύπαρξη καλών υποδομών και συγκοινωνιών στις πόλεις, πράγμα που δεν εξαρτάται από τους φορείς διοργάνωσης συνεδρίων ή τους ιδιωτικούς φορείς που δραστηριοποιούνται στον χώρο αυτό, αλλά από την πολιτειακή διοίκηση. Στην περίπτωση της Ελλάδας, είναι απαραίτητοι καλοί επενδυτικοί νόμοι και πάνω απ όλα καλή διαχείριση των συγκοινωνιών.

Ιατρικός τουρισμός

Ο ιατρικός τουρισμός αφορά την αναζήτηση ιατρικής περίθαλψης εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας. Αποτελεί πηγή εσόδων για πολλές χώρες και σε μια εποχή που η επιστήμη αναπτύσσεται ραγδαία ο κλάδος του ιατρικού τουρισμού έχει γίνει αρκετά ανταγωνιστικός.

Αν και η Ελλάδα δεν είναι γνωστή στον κλάδο του ιατρικού τουρισμού, δεν θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο ιατρικός τουρισμός στην Ελλάδα είναι ανύπαρκτος. Πρώτος έρχεται ο εγχώριος ιατρικός τουρισμός που συνήθως είναι αναγκαστικός και οφείλεται στην έλλειψη νοσοκομείων και εξειδικευμένου προσωπικού σε πολλές περιοχές της χώρας, με αποτέλεσμα όσοι αναζητούν μια θεραπεία να επισκέπτονται αναγκαστικά άλλα μεγάλα αστικά κέντρα. Στη συνέχεια, τα τελευταία χρόνια άρχισε να παρατηρείται κινητικότητα στον χώρο λόγω των υψηλών τιμών θεραπείας σε άλλες χώρες της Ευρώπης. Συνήθως, οι επισκέπτες συνδυάζουν τον ιατρικό τουρισμό στην Ελλάδα με άλλες μορφές τουρισμού.

Το βασικότερο στοιχείο για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού είναι οι σύγχρονες και εξειδικευμένες μονάδες υγείας. Επίσης, τα τελευταία χρόνια υπάρχει ζήτηση για τα κέντρα φροντίδας για ηλικιωμένους και τα κέντρα μακροχρόνιας αποκατάστασης και κέντρων ευεξίας.

Θαλάσσιος τουρισμός

Ως θαλάσσιος τουρισμός χαρακτηρίζεται (Διακομιχάλης, 2009) «κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της – είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική ή πολιτιστική διάσταση». Φυσικά, όταν γίνεται λόγος για θαλάσσιο τουρισμό, σε αυτόν δεν συγκαταλέγονται δραστηριότητες σε λίμνες ή ποτάμια, όπως εξάλλου φαίνεται και από την ονομασία αυτής της μορφής του εναλλακτικού τουρισμού. Δραστηριότητες που προσφέρονται στην κατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού είναι η κολύμβηση, το θαλάσσιο σκι, το windsurfing, η κατάδυση, η παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών, ενυδρεία, η αλιεία, η κρουαζιέρα, η βόλτα με σκάφη και η επίσκεψη θαλάσσιων μουσείων. Οι περισσότερες διαδεδομένες δραστηριότητες είναι το γιώτινγκ και η κρουαζιέρα (Μυλωνόπουλος, 2005). Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων για την παγκόσμια οικονομία καθώς τα έσοδα του θαλάσσιου τουρισμού εκτιμήθηκαν σε 174 δις. ευρώ το 2005. Το ποσό αυτό ισοδυναμεί με το 10,5% των συνολικών δαπανών του τουρισμού (Douglas – Westwood Ltd., 2005). Η εν λόγω εκτίμηση δεν συμπεριλαμβάνει τις δαπάνες του ταξιδιού και τις δαπάνες στις παράκτιες περιοχές (Διακομιχάλης, 2009). Αυτό σημαίνει ότι αν συμπεριλάβουμε και αυτά, το ποσό θα είναι ακόμη μεγαλύτερο.

Ο θαλάσσιος τουρισμός απαιτεί ακριβές υποδομές, όπως επίσης και η συντήρηση τους απαιτεί ένα μεγάλο ποσό ετησίως. Στην Ελλάδα, ο θαλάσσιος τουρισμός δεν έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό λόγω της μη διάθεσης χρημάτων. Έτσι, το ελληνικό κράτος θεώρησε αναγκαία την επέμβαση προχωρώντας στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων των λιμένων ώστε να φιλοξενούνται περισσότερα κρουαζιερόπλοια αλλά και να υπάρχουν περισσότερα θαλάσσια δρομολόγια. Προχώρησε επίσης στην ιδιωτικοποίηση και αναβάθμιση των κρατικών μαρίνων, με σκοπό να προσελκύουν περισσότερα γιοτ/σκάφη αναψυχής.

Η Ελλάδα βιώνει μια περίοδο άνθησης του αριθμού των κρουαζιερόπλοιων αφού η χώρα έχει απελευθερώσει την αγορά της κρουαζιέρας στα μη-ευρωπαϊκά κρουαζιερόπλοια να ξεκινούν από τα ελληνικά λιμάνια. Ακόμη, σημαντικό ρόλο στην αύξηση αυτή έπαιξε η αναβάθμιση των λιμανιών. Έτσι τα κρουαζιερόπλοια που είτε χρησιμοποιούν τα ελληνικά λιμάνια ως σημείο αφετηρίας είτε ως πιθανούς προορισμούς ακολουθεί ανοδική πορεία.

Η Ελλάδα χάρι στη γεωμορφολογία της έχει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με άλλες χώρες. Τα χαρακτηριστικά που την καθιστούν ελκυστική για τον θαλάσσιο τουρισμό είναι η μεγάλη ακτογραμμή, ο μεγάλος αριθμός λιμανιών, οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των τουριστικών προορισμών, οι άπειρες παραλίες και το ευνοϊκό κλίμα.

Θρησκευτικός τουρισμός

Με τον όρο θρησκευτικό τουρισμό εννοούμε το εναλλακτικό είδος τουρισμού το οποίο χρησιμοποιεί το θρησκευτικό στοιχείο ενός τόπου ή μίας εκδήλωσης ως θρησκευτική και πολιτιστική κληρονομιά προκειμένου να αναπτύξει ή να αυξήσει την τουριστική δραστηριότητα σε μια περιοχή. Στην υποκατηγορία του θρησκευτικού τουρισμού υπάγονται:

- Όλα τα έργα και κτίσματα που έχουν θρησκευτικό περιεχόμενο και έχουν δημιουργηθεί με σκοπό την θρησκευτική χρήση. Νοούνται ως δημιουργήματα που με το πέρασμα του χρόνου δεν χάνουν την θρησκευτική τους αξία. Αντιθέτως, συχνά θεωρούνται πιο πολύτιμα και οι τουρίστες ενδιαφέρονται να τα επισκεφτούν.
- Επιπλέον, υπάρχουν τα θρησκευτικά ανενεργά κτίσματα. Τέτοια είναι τα κτίσματα τα οποία έχουν χάσει την θρησκευτική τους λειτουργία. Πρόκειται για κτίσματα και έργα που στο παρόν χρησιμοποιούνται ως μουσεία ή εκθεσιακά αντικείμενα. Κύρια παραδείγματα αυτής της κατηγορίας είναι η Κωνσταντινούπολη.
- Μια άλλη υποκατηγορία αποτελούν τα θρησκευτικά μνημεία ως τμήματα του φυσικού τοπίου. Μπορεί να είναι ενεργά ή ανενεργά και βρίσκονται σε ένα όμορφο φυσικό τοπίο, π.χ. τα Μετέωρα.
- Τα μοναστήρια, οι θρησκευτικές σχολές και βιβλιοθήκες ανήκουν στον χώρο της θρησκευτικής έρευνας και παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για τους τουρίστες του είδους. Εδώ συγκαταλέγονται και τα θρησκευτικά μουσεία. Η διαχείριση αυτών των χώρων ανήκει αποκλειστικά σε θρησκευτικούς φορείς.

Dark tourism

Το dark tourism δεν αποτελεί μια καινούρια εναλλακτική μορφή τουρισμού στον κόσμο, αλλά πρόκειται για ένα νέο είδος τουρισμού στην Ελλάδα. Κέντρο αυτού του

είδους στην Ελλάδα είναι η Θεσσαλονίκη διότι υπάρχουν αρκετοί χώροι που παρουσιάζουν ενδιαφέρον και έχουν διαμορφωθεί ανάλογα. Το νέο αυτό είδος περιλαμβάνει οτιδήποτε «σκοτεινό» και παρουσιάζεται ως περιηγητικός προορισμός ή δραστηριότητα στους τουρίστες.

Εκπαιδευτικός τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός αριθμεί κάθε χρόνο χιλιάδες τουρίστες, εσωτερικούς και εξωτερικούς στην Ελλάδα. Σε αυτό παίζουν ρόλο κυρίως οι εκπαιδευτικές σχολικές εκδρομές. Σύμφωνα με τον ορισμό του Υπουργείου Τουρισμού ο εκπαιδευτικός τουρισμός είναι η επίσκεψη για το αναγκαίο χρονικό διάστημα που απαιτούν εκπαιδευτικά προγράμματα και άλλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες είτε για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα είτε και για πραγματοποίηση κύκλου σπουδών οποιουδήποτε επιπέδου, περιεχομένου και σκοπού, που διοργανώνονται από οποιονδήποτε πάροχο και απαιτούν είσοδο και διαβίωση στην Ελλάδα, αξιοποιώντας παράλληλα την παραμονή τους στον τουριστικό προορισμό για ψυχαγωγία και ανάπαυση.

Ορισμένες υποκατηγορίες του εκπαιδευτικού τουρισμού θεωρούνται α) Τουρισμός Νεολαίας (Youth Traveling), β) Εκπαιδευτικός τουρισμό (Tourismeducation) που αφορά εκπαιδευτικά προγράμματα ή συμμετοχή σε διεθνή προγράμματα ανταλλαγής, γ) Επαγγελματικής τουριστικής πρακτικής άσκησης.

Εκθεσιακός τουρισμός

Μια ειδική μορφή τουρισμού η οποία δεν εμφανίζεται σε όλες τις περιοχές λόγω των απαιτήσεων της , είναι ο εκθεσιακός τουρισμός. Πρόκειται για μία μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε περιοχές με δυνατότητα διοργάνωσης εκθέσεων και άλλων παράλληλων δραστηριοτήτων. Ο εκθεσιακός τουρισμός μοιάζει αρκετά με τον συνεδριακό τουρισμό αλλά ο συνεδριακός τουρισμός αφορά τα συνέδρια και τις παρεμφερείς δραστηριότητες, ενώ ο εκθεσιακός τουρισμός περιλαμβάνει τις εκθέσεις οι οποίες συνήθως είναι μεγαλύτερες σε έκταση και διάρκεια.

Λαμβάνοντας υπόψη τον βασικό σκοπό της διοργάνωσης εκθέσεων που είναι η προσέλκυση της προσοχής και του ενδιαφέροντος όσων την επισκέπτονται για τα προϊόντα τα οποία εκτίθενται οι οργανωτές και οι εκθέτες προσπαθούν να φέρουν όχι μόνο περισσότερους αλλά και ευχαριστημένους επισκέπτες στην έκθεση, οι οποίοι

μετά την ενημέρωση είναι πιθανόν να πραγματοποιήσουν μια παραγγελία ενός προϊόντος ή υπηρεσίας. Οι εκθέσεις χαρακτηρίζονται όχι μόνο από τους επισκέπτες της αλλά και από τους εκθέτες που την αποτελούν. Επομένως, η περιοχή η οποία επιλέγεται για τη διοργάνωση της έκθεσης πρέπει να ευχαριστεί και να τους εξυπηρετεί όλους.

Ο προορισμός πρέπει να φέρει ορισμένα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για την ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού. Αυτά είναι:

- Η ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη, σταθερή πολιτική κατάσταση
- Η υλικοτεχνική υποδομή
- Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών που να παρέχουν ανάλογες υπηρεσίες
- Η ύπαρξη αξιοθέατα σε κοντινές αποστάσεις
- Η εύκολη πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης των εκθετών
- Καλή υποδομή της περιοχής όπου θα πραγματοποιηθεί η έκθεση π.χ. να υπάρχουν καταστήματα, νοσοκομεία κλπ

Ιαματικός τουρισμός

Ένα ιδιαίτερο είδος τουρισμού αποτελεί ο ιαματικός τουρισμός ή αλλιώς, όπως ονομάζεται, ο θερμαλιστικός τουρισμός. Σύμφωνα με το Υπουργείο τουρισμού ο ιαματικός τουρισμός αναφέρεται στην μετακίνηση εντός – εκτός συνόρων ατόμων με διάφορα είδη προβλημάτων υγείας και στην παροχή ιατρικής παρακολούθησης και φροντίδας, που έχει σκοπό την πρόληψη, τη διάγνωση και τη διατήρηση της προσωπικής τους υγείας. Τουρίστες αυτής της μορφής δεν είναι μόνο οι ασθενείς που ενδιαφέρονται άμεσα, αλλά και τα φιλικά ή συγγενικά πρόσωπα τα οποία διαμένουν κοντά στον ασθενή καθ' όλη τη διάρκεια της θεραπείας του. Ο ιαματικός τουρισμός περιλαμβάνει και υπηρεσίες μεταφοράς, ενημέρωσης, ξενάγησης, εστίασης και διαμονής σε ξενοδοχεία, όπως εξάλλου συμβαίνει σε όλες μορφές του τουρισμού. Σύμφωνα, πάλι με στοιχεία του Υπουργείου Υγείας, αναφέρεται ότι ο ιαματικός ή θερμαλιστικός τουρισμός είναι μία ειδική μορφή παροχής τουριστικών υπηρεσιών σε περιοχές των οποίων κύριο χαρακτηριστικό αποτελεί η χρήση αναγνωρισμένων ιαματικών φυσικών πόρων για θεραπευτικούς σκοπούς σε ειδικές εγκαταστάσεις. Συνίσταται ακόμη σε ένα σύνολο οργανωμένων και αλληλοσυμπληρούμενων δράσεων με κυρίαρχο στοιχείο την χρήση των ιαματικών νερών, και με στόχο την

πρόληψη, τη διατήρηση ή την αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής υγείας και ευεξίας του ατόμου.

Τουρισμός ευεξίας

Μια εναλλακτική μορφή τουρισμού αποτελεί ο τουρισμός ευεξίας. Σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Τουρισμού ο τουρισμός ευεξίας ορίζεται ως το άθροισμα όλων των σχέσεων και των φαινομένων που είναι αποτέλεσμα ενός ταξιδιού και διαμονής ατόμων, των οποίων το κύριο κίνητρο είναι να αποκαταστήσουν, να διατηρήσουν και να προάγουν την σωματική και πνευματική τους υγεία, αλλά και την κοινωνική τους ευημερία. Σχετικά με την ευεξία αναφέρεται ότι η ευεξία αφορά την προληπτική πλευρά και συνδυάζει στάσεις και δραστηριότητες για την πρόληψη ασθενειών, βελτίωση της υγείας και ενίσχυση της ποιότητας της ζωής. Σε αυτή τη μορφή εντάσσονται κατηγορίες πρωτογενών τουριστών που αποκλειστικά ταξιδεύουν για λόγους ευεξίας και δευτερογενών τουριστών που επιδιώκουν να συμμετέχουν σε δραστηριότητες ευεξίας ως μέρος οποιουδήποτε είδους ταξιδιού.

1.3 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού

Ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει ορισμένα μοναδικά χαρακτηριστικά και ορισμένα χαρακτηριστικά που υπάρχουν και σε άλλες χώρες της ανατολικής Μεσογείου. Το κυριότερο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού είναι ότι βασίζεται στο μοντέλο των 3S (sea, sun, sand) δηλαδή θάλασσα-ήλιος-άμμος. Συνεπώς, αυτό σημαίνει ότι ο μαζικός τουρισμός είναι αρκετά αναπτυγμένος. Είναι γνωστό ότι η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ισοδυναμεί με την υποβάθμιση του τουριστικού προορισμού. Πράγμα το οποίο σημαίνει ότι οι τουρίστες δεν ενδιαφέρονται για άλλα χαρακτηριστικά του προορισμού εκτός από το τρίπτυχο θάλασσα-ήλιος-άμμος. Στη συνέχεια, έρχεται ένα άλλο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού το οποίο προέρχεται από το προηγούμενο. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι η εποχικότητα. Η ανάπτυξη του εποχικού τουρισμού κατά βάση τους θερινούς μήνες σημαίνει υπολειτουργία τους υπόλοιπους μήνες. Η

υπολειπουμένη κατά τη διάρκεια των άλλων μηνών οδηγεί στην ανεργία τους κατοίκους και σε προβλήματα επιβίωσης τις επιχειρήσεις των τουριστικών περιοχών.

Ένα χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού το οποίο μπορεί να χαρακτηριστεί θετικό και αρνητικό ταυτόχρονα, είναι ο αριθμός καταλυμάτων. Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 1.250.000 καταγεγραμμένα τουριστικά καταλύματα. Στην κατηγορία κατοχής τουριστικών καταλυμάτων η Ελλάδα κατέχει την 4η θέση παγκοσμίως ως προς τον αριθμό κλινών σε σχέση με τον πληθυσμό της. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων είναι μικρού μεγέθους, κυρίως ενοικιαζόμενα δωμάτια και μικρές ξενοδοχειακές μονάδες. Ένα άλλο χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών διακινούνται μέσω περιορισμένου αριθμού tour operators. Η χαμηλή τιμή του τουριστικού πακέτου σημαίνει χαμηλή συναλλαγματική απόδοση για τον προορισμό. Αυτού του είδους ο τουρισμός ενισχύει την συγκέντρωση στον χρόνο δηλαδή την εποχικότητα και στον χώρο. Ένα αρνητικό χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού αποτελεί η υποβάθμιση του περιβάλλοντος, η άναρχη και συχνά παράνομη δόμηση σε τουριστικές περιοχές, η περιβαλλοντική και αισθητική υποβάθμιση του προορισμού, η καταπάτηση ή υποβάθμιση βιοτόπων και οικολογικά σημαντικών περιοχών, η θαλάσσια ρύπανση, η κατασπατάληση των υδατικών αποθεμάτων τους καλοκαιρινούς μήνες, η αύξηση της παραγωγής απορριμμάτων και λυμάτων σε συνδυασμό με την απουσία σχεδίου διαχείρισής τους και την κατασπατάληση ενέργειας.

Συμβολή της τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομία της Ελλάδας

Σύμφωνα με τις σημερινές επιδόσεις, ο ελληνικός τουρισμός θεωρείται ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας που είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακόμα και κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, ο τουρισμός στην Ελλάδα υπήρξε από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης, με σημαντική συμβολή στην αγορά εργασίας, παρουσιάζοντας συνεχή αύξηση στα έσοδα και στις αφίξεις επισκεπτών, καθοδηγούμενη από τη συνεχή προσπάθεια της ελληνικής κυβέρνησης και των τουριστικών επιχειρήσεων να αναβαθμίσουν τα προσφερόμενα τουριστικά

προϊόντα και την ανάπτυξη νέων και σημαντικών αγορών για την Ελλάδα όπως η Ρωσία, το Ισραήλ, η Τουρκία και η Κίνα.

Μελλοντικά, προβλέπεται από επίσημους φορείς η περαιτέρω ανάπτυξή του είτε με την παραδοσιακή μορφή, είτε με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, π.χ. κρουαζιέρα, καταδυτικός τουρισμός, ιατρικός τουρισμός. Η ανοδική πορεία του τουρισμού αναμένεται να συνεχιστεί με αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τουρισμού κατά 31% και αύξηση της απασχόλησης κατά 26% έως το 2031.

Κάθε χρόνο ο κλάδος του τουρισμού συνεχίζει να αυξάνεται στην Ελλάδα, καθώς αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα. Κατά συνέπεια, συνεχίζει να αυξάνονται οι θέσεις εργασίας και οι πυλώνες εσόδων για τους κατοίκους. Το 2015 απασχολούνταν 657 χιλιάδες άτομα στον τουριστικό τομέα, ο οποίος αντιπροσώπευε περίπου το 16% της παραγωγής της χώρας κατά το ίδιο έτος. Σύμφωνα με στοιχεία του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού, το 2015 η Ελλάδα υπήρξε ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, αφού κατείχε την 7 θέση ανάμεσα στους 10 πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Ευρώπης. Στον παγκόσμιο τουρισμό το 2015 την πρώτη θέση κατείχε η ευρωπαϊκή ήπειρος με τον μεγαλύτερο αριθμό τουριστών με ποσοστό 51%, ενώ στην Ελλάδα ο αριθμός των τουριστών την ίδια χρονιά είναι παραπάνω από το διπλάσιο του πληθυσμού της χώρας (UNWTO, 2016).

Η οικονομική αξία του τουριστικού κλάδου (υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης) εκτιμάται σύμφωνα με τη συμβολή του στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ) της χώρας. Υπολογίζεται ότι για το 2012 η ΑΠΑ του τουρισμού ανήλθε σε περίπου €10,6 εκ. έχοντας παρουσιάσει αύξηση κατά 1,4% ετησίως σε σχέση με το 2005. Τη μεγαλύτερη ετήσια διακύμανση είχαν τα Ιόνια Νησιά (-3%) και η Αττική (+4,7%). Η Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο, η Κεντρική Μακεδονία και η Αττική, διατηρούν το μεγαλύτερο μερίδιο συμμετοχής στην Προστιθέμενη Αξία του κλάδου στην Ελλάδα. Δεδομένου ότι οι συγκεκριμένες περιφέρειες έχουν τα μεγαλύτερα μερίδια σε αφίξεις τουριστών και ξενοδοχειακά καταλύματα για την ίδια περίοδο, δικαιολογείται και η υψηλότερη συμμετοχή τους στη δημιουργία τουριστικού προϊόντος σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της χώρας. Από την έρευνα εργατικού δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ του 2011, οι απασχολούμενοι στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης στην Ελλάδα ανέρχονταν σε 317 χιλ. ενώ σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ η

συνολική απασχόληση (άμεση, έμμεση και προκαλούμενη) το ίδιο έτος ανερχόταν σε περίπου 700 χιλ. απασχολούμενους. Σημαντικές αυξήσεις στην απασχόληση στον τουριστικό κλάδο (άμεση απασχόληση σε υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης) κατά την περίοδο 2005-2011 είχαν οι περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας (+5,8%), Πελοποννήσου (+2,5%), Ηπείρου (+6,5%) και Βορείου Αιγαίου (+3,6%) ενώ συρρίκνωση σημειώθηκε σε Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (-4,5%), Ιόνια Νησιά (-2,4%) και Δυτική Ελλάδα (-3,3%). Τη μεγαλύτερη συγκέντρωση απασχολουμένων στον τουριστικό τομέα έχουν οι περιφέρειες Κρήτης, Κεντρικής Μακεδονίας και Αττικής. Όσον αφορά στην παραγωγικότητα της απασχόλησης, τα νησιά του Βορείου Αιγαίου και η Κρήτη έχουν την υψηλότερη μέση ακαθάριστη παραγωγικότητα της εργασίας.

Θετικά και αρνητικά αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης

Η τουριστική ανάπτυξη, λαμβανόμενη υπόψη ως έννοια λόγω της φύσης της που περιέχει τη λέξη ανάπτυξη ακούγεται σαν να έχει μόνο θετικά αποτελέσματα. Ωστόσο, πέρα από τις θετικές επιδράσεις της, φέρει και αρνητικές συνέπειες. Η ανάλυση και τελική αποτίμηση των πολλών θετικών αλλά και σημαντικών αρνητικών επιδράσεων της τουριστικής ανάπτυξης από μία μόνο επιστήμη αποτελεί μονοδιάστατη και αναποτελεσματική τακτική (Μαυροδόντης, 2006) και απαιτεί αναμφίβολα πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 1999) με τη βοήθεια όλων των κλάδων των κοινωνικών αλλά και θετικών επιστημών όπως η οικονομική επιστήμη, η κοινωνιολογία, η λαογραφία, η αρχιτεκτονική και η περιβαλλοντολογία. Ακολουθώντας την προαναφερόμενη θεωρία σχετικά με την ανάλυση των θετικών και αρνητικών αποτελεσμάτων της τουριστικής ανάπτυξης, επιχειρείται παρακάτω η ταξινόμηση των ανάλογων αποτελεσμάτων.

Τα θετικά και αρνητικά αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής φαίνονται σε οικονομικό, κοινωνικο-ψυχολογικό, πολιτισμικό και περιβαλλοντικό επίπεδο.

Όσον αφορά το οικονομικό επίπεδο τα αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης είναι συχνά θετικά και αφορούν στην απασχόληση και στο εισόδημα (Μαυροδόντης, 2006). Η αύξηση της τουριστικής ζήτησης προσελκύει επιχειρήσεις ώστε να

πραγματοποιήσουν καινούριες επενδύσεις με άμεση συνέπεια να απασχολούν περισσότερο εργατικό δυναμικό και να συμβάλλουν στη μείωση της ανεργίας. Επίσης, η ανάπτυξη του τουρισμού δημιουργεί αύξηση τόσο των ατομικών εισοδημάτων όσο και του εθνικού εισοδήματος, λόγω κυρίως της διεύρυνσης της φορολογικής βάσης, η οποία αύξηση λειτουργεί πολλαπλασιαστικά επηρεάζοντας θετικά ολόκληρο το οικονομικό κύκλωμα. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία αυτό συμβαίνει και στην ελληνική οικονομία (IOBE, 2012). Μεταξύ των πολλών θετικών αποτελεσμάτων της τουριστικής ανάπτυξης δεν λείπουν και τα αρνητικά αποτελέσματα. Αυτά μπορούν να συνοψιστούν ως ακολούθως: πληθωριστικές πιέσεις των τιμών των προϊόντων και της γης, διαρροές κεφαλαίων στο εξωτερικό, εποχικότητα, χαμηλές αποδοχές, εισαγωγή εργατικού δυναμικού κ.ά. Η τουριστική ανάπτυξη έχει επίσης θετικά αποτελέσματα στο ισοζύγιο πληρωμών. Η θετική επίδραση των συναλλαγματικών εισροών αντισταθμίζεται σε ένα βαθμό από τις εκροές λόγω της εισαγωγής προϊόντων και υπηρεσιών αναγκαίων για την εξυπηρέτηση της τουριστικής ζήτησης. Το τελικό αποτέλεσμα αυτής της σχέσης βαίνει θετικό εφόσον η τουριστική δραστηριότητα βασίζεται στον ορθολογικό σχεδιασμό και προγραμματισμό (Μαυροδόντης, 2006).

Ανάμεσα στα άμεσα αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης συγκαταλέγεται και η δημιουργία και βελτίωση έργων υποδομής των τουριστικών περιοχών. Η ικανοποίηση της αυξημένης ζήτησης επιβάλλει όχι μόνο τη χρήση της υφιστάμενης υποδομής (δρόμοι, αποχετευτικό δίκτυο κ.λπ.) αλλά και την επέκτασή της, όπως και την ανάπτυξη νέας υποδομής αποκλειστικά για τη στήριξη της τουριστικής ανάπτυξης (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999). Οι αλλαγές αυτές συμβάλλουν στη βιωσιμότητα, την ανάπτυξη και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των τουριστικών περιοχών. Όμως, αυτή αποτελεί μια πτυχή που χρήζει την προσοχή διότι λανθάνει ο κίνδυνος αλλοίωσης ή καταστροφής των ευαίσθητων φυσικών και πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων της περιοχής.

Η ανάπτυξη του τουρισμού συμβάλλει επίσης στην περιφερειακή ανάπτυξη και την ανάπτυξη υποβαθμισμένων περιοχών συντελώντας στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου, τη συγκράτηση του πληθυσμού και την άμβλυση των ανισοτήτων κέντρου και περιφέρειας. Η άναρχη όμως και χωρίς τον κατάλληλο σχεδιασμό ανάπτυξη

προκαλεί την εμφάνιση σοβαρών προβλημάτων, όπως είναι οι περιφερειακές ανισότητες (Μαυροδόντης, 2006).

Τα αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης φαίνονται και στο κοινωνικο-ψυχολογικό επίπεδο. Αρνητικά από την ανάπτυξη του τουρισμού επηρεάζεται η κοινωνική δομή. Παρεπόμενα του τουρισμού όπως αύξηση εισοδημάτων, αλλαγή τρόπου ζωής, μίμηση και ξενομανία, αλλοιώνουν τα χαρακτηριστικά των τοπικών κοινωνιών υποδοχής, τον τρόπο ζωής και τις οικογενειακές σχέσεις. Οι ντόπιοι συχνά υιοθετούν ξενικά πρότυπα, η συμπεριφορά τους αλλάζει, κυριεύονται από ψυχοφθόρα συναισθήματα, αλλοιώνονται τα συστήματα αξιών, μεταβάλλονται οι σχέσεις των δύο φύλων και αμβλύνεται η αίσθηση της κοινότητας (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 1999). Από την άλλη υπάρχει και ένα σημαντικό αποτέλεσμα από την αλληλεπίδραση γηγενών και τουριστών. Αυτό είναι η προώθηση της παγκόσμιας ειρήνης μέσω της επικοινωνίας και γνωριμίας διαφορετικών πολιτισμών, η ενδυνάμωση των τοπικών κοινωνιών, η θετική αυτοθεώρηση και το αίσθημα καταξίωσης και υπερηφάνειας στις τοπικές κοινωνίες (Κρητικός, 2012).

Ένα από τα αρνητικά αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης και της γνωριμίας και αλληλεπίδρασης με τους ξένους είναι η απαξίωση και η εγκατάλειψη των αγροτικών ενασχολήσεων. Μεγάλος αριθμός κατοίκων μετακινείται σε τουριστικές περιοχές εγκαταλείποντας τις αγροτικές ώστε να βρει εργασία. Παράλληλα όμως, ο τουρισμός αναβιώνει περιοχές, συγκρατώντας τον πληθυσμό και αποτρέποντας παθολογικά κοινωνικά και ψυχολογικά φαινόμενα που πηγάζουν από τη φτώχεια και την ανεργία (Μαυροδόντης, 2006).

Ένα άλλο επίπεδο των αποτελεσμάτων της τουριστικής ανάπτυξης είναι το πολιτισμικό επίπεδο. Η τουριστική ανάπτυξη συντελεί στην διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και παράδοσης (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 1999). Η θετική συνεισφορά της τουριστικής ανάπτυξης βοηθά στη συνειδητοποίηση της αξίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και των παραδόσεων και την ανάδειξη και την προστασία τους. Από την άλλη όμως οδηγεί την εμπορευματοποίηση της παραδοσιακής κουλτούρας, απόρροια της οποίας είναι ο εκφυλισμός και η εγκατάλειψη της. Κληρονομίες αιώνων καταντούν να συντηρούνται εξεζητημένα, με μοναδικό σκοπό την εμπορική τους εκμετάλλευση. Επιπλέον, ένα άλλο θετικό της ανάπτυξης ήταν ότι πολλά έθιμα επιβίωσαν, αναβίωσαν και διατηρούνται χάρη στον τουρισμό

(Ζαχαράτος και Τσάρτας, 1999). Βέβαια, η υιοθέτηση αστικών προτύπων, η έλλειψη ελεύθερου χρόνου λόγω ενασχόλησης με τον τουρισμό και η εμπορευματοποίηση των ηθών και εθίμων για κατανάλωσή τους ως προϊόντα, οδηγεί μοιραία, ιδιαίτερα τη νεολαία, στη σταδιακή εγκατάλειψή, που ανήκει στα αρνητικά αποτελέσματα

Η ανάπτυξη του τουρισμού, με έμφαση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού βοήθησε στις δραστηριότητες παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 1999). Ο τουρισμός με τις εναλλακτικές μορφές του βοηθά στη διατήρηση και διάδοση παραδοσιακών τεχνών που διαφορετικά θα είχαν εξαφανιστεί λόγω της τεχνολογικής προόδου. Σε περιβαλλοντικό επίπεδο, αν και στην πλειοψηφία τους οι συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης επιβαρύνουν το περιβάλλον, μπορούν εντούτοις να αποτελέσουν αφορμή για την ορθή διαχείριση και προστασία του, με την προϋπόθεση ότι η τουριστική ανάπτυξη είναι προϊόν ορθολογικού σχεδιασμού με προοπτικές βιωσιμότητας (Τσάρτας κ. συν. - WWF Ελλάς, 2010). Οι κυριότερες άμεσες θετικές επιδράσεις του εναλλακτικού τουρισμού στο φυσικό περιβάλλον είναι η ενίσχυση της συνειδητοποίησης και της ευαισθητοποίησης σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, ή σε πολλές περιπτώσεις υιοθέτηση προτύπων συμπεριφοράς φιλικής προς το περιβάλλον, η βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και κατ' επέκταση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω της δημιουργίας έργων υποδομής που σε άλλες συνθήκες δεν θα κατασκευάζονταν, η δημιουργία έργων ανάδειξης των πόρων μιας περιοχής και η ανάπτυξη δράσεων προστασίας και ορθολογικής διαχείρισης πάρκων, δρυμών, περιοχών φυσικού κάλλους κ.λπ. (Σαμαρά, 2008). Δυστυχώς, αρνητικά αποτελέσματα όπως η ατμοσφαιρική ρύπανση, αύξηση και κακή διαχείριση στερεών, υγρών και αέριων αποβλήτων, ρύπανση υδάτινων πόρων και θαλασσών, χημική μόλυνση, υπέρβαση της φυσικής φέρουσας ικανότητας, αποψίλωση δασών, υποβάθμιση και εξαφάνιση βιοτόπων και οικοσυστημάτων, εξάντληση φυσικών πόρων και ενέργειας, διατάραξη της βιολογικής ισορροπίας, άναρχη οικοδόμηση και διάβρωση τοπίων, εντατική χρήση και εγκατάλειψη γαιών, περιορισμός αγροτικών εκτάσεων και ηχορύπανση (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999). Όμως, η αρνητική επιβάρυνση του περιβάλλοντος οφείλεται κατά κύριο λόγο στον μαζικό τουρισμό και όχι στον εναλλακτικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

2.1 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ

Γεωγραφική τοποθέτηση στον Νομό Θεσσαλονίκης

Ο Νομός Θεσσαλονίκης βρίσκεται στην κεντρική Μακεδονία και η πρωτεύουσα του νομού είναι η πόλη της Θεσσαλονίκης. Ο νομός Θεσσαλονίκης δυτικά βρέχεται από τον Θερμαϊκό Κόλπο και ανατολικά από τον Στρυμονικό Κόλπο. Στο κεντρικό και βόρειο τμήμα του νομού απλώνεται η κοιλάδα της Μυγδονίας με τη Λίμνη Κορώνεια ή αλλιώς η Λίμνη Αγίου Βασιλείου ή Λίμνη Λαγκαδά, όπως ονομάζεται και ανατολικά αυτής της λίμνης, υπάρχει η Λίμνη Βόλβη. Τα βουνά του νομού είναι ο Χορτιάτης στην κεντροδυτική πλευρά του νομού, το Σιβρί και ο Βερτίσκος βρίσκονται στην βόρεια πλευρά του νομού, ενώ στην βορειοανατολική πλευρά του νομού βρίσκονται τα όρη Βόλβης, τμήμα από τα Κρούσια και τμήμα από τα Κερδύλια.

Στον νομό Θεσσαλονίκης περιλαμβάνονται δεκατέσσερις δήμοι. Ορισμένοι από αυτούς ήδη ελκύουν πολλούς τουρίστες, καθώς οι υπόλοιποι παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης εφόσον γίνει σωστή προβολή και εκμετάλλευση των πόρων τους. Συγκεκριμένα, οι δήμοι που βρίσκονται στο νομό Θεσσαλονίκης είναι ο Δήμος Αμπελοκήπων – Μενεμένης, ο Δήμος Βόλβης, ο Δήμος Δέλτα, ο Δήμος Θερμαϊκού, ο Δήμος Θέρμης, ο Δήμος Θεσσαλονίκης, ο Δήμος Καλαμαριάς, ο Δήμος Κορδελιού – Ευόσμου, ο Δήμος Λαγκαδά, ο Δήμος Νεάπολης – Συκεών, ο Δήμος Παύλου Μελά, ο Δήμος Πυλαίας – Χορτιάτη, ο Δήμος Χαλκηδόνος και ο Δήμος Ωραιοκάστρου.¹

¹<http://www.ypes.gr/el/Regions/Aytodioikhsh/StatesMunicipalities/thessalonikis/>



2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης (ΟΤΘ)

Στον Νομό Θεσσαλονίκης λειτουργεί ένας φορέας ο οποίος ασχολείται αποκλειστικά με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, ο γνωστός ΟΤΘ. Ο Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης (ΟΤΘ) είναι ένας αστικός μη κερδοσκοπικός οργανισμός που αποτελεί τον επίσημο τουριστικό φορέα της περιοχής. Ο Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης συνεργάζεται με διάφορους φορείς για την επίτευξη της αποστολής του. Αποστολή του οργανισμού είναι η υποστήριξη των βασικών ζητημάτων τουριστικής ανάπτυξης του νομού όπως:

- Η διαφήμιση και τουριστική προώθηση του Νομού Θεσσαλονίκης στο εσωτερικό της χώρας, όπως επίσης και στο εξωτερικό
- Η κατάρτιση στρατηγικού σχεδίου για την τουριστική ανάπτυξη στο Νομό Θεσσαλονίκης
- Η εφαρμογή στρατηγικού σχεδίου για την τουριστική ανάπτυξη στο Νομό Θεσσαλονίκης
- Η διαμόρφωση τουριστικής ταυτότητας του νομού
- Η προώθηση και προβολή των στρατηγικών πλεονεκτημάτων της περιοχής

- Η έκδοση πληροφοριακού υλικού για τον τουρισμό στον Νομό Θεσσαλονίκης
- Η υποστήριξη και ο συντονισμός δράσεων για την ενίσχυση του νομού ως τουριστικού προορισμού

Ο Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης βρίσκεται στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της, που παρέχει πληροφορίες εκτός από τον Νομό Θεσσαλονίκης και ιδιαίτερα για την πόλη της Θεσσαλονίκης η οποία αποτελεί πόλο έλξης μεγάλου αριθμού τουριστών. Η ιστοσελίδα του ΟΤΘ βρίσκεται κάτω από την ηλεκτρονική διεύθυνση <https://thessaloniki.travel/el/poioi-eimaste/organismos-tourismou-thessalonikis> και είναι διαθέσιμη σε έξι γλώσσες , συγκεκριμένα στην ελληνική, την αγγλική, την κινέζικη, την ιταλική, την γερμανική και την ρωσική. Αντίθετα, λείπουν οι επιλογές της ισπανικής και της γαλλικής γλώσσας. Επίσης, στην ιστοσελίδα είναι διαθέσιμες τρισδιάστατες προβολές διαφόρων σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος στον Νομό Θεσσαλονίκης.

Χάρτης αξιοθεάτων Νομού Θεσσαλονίκης

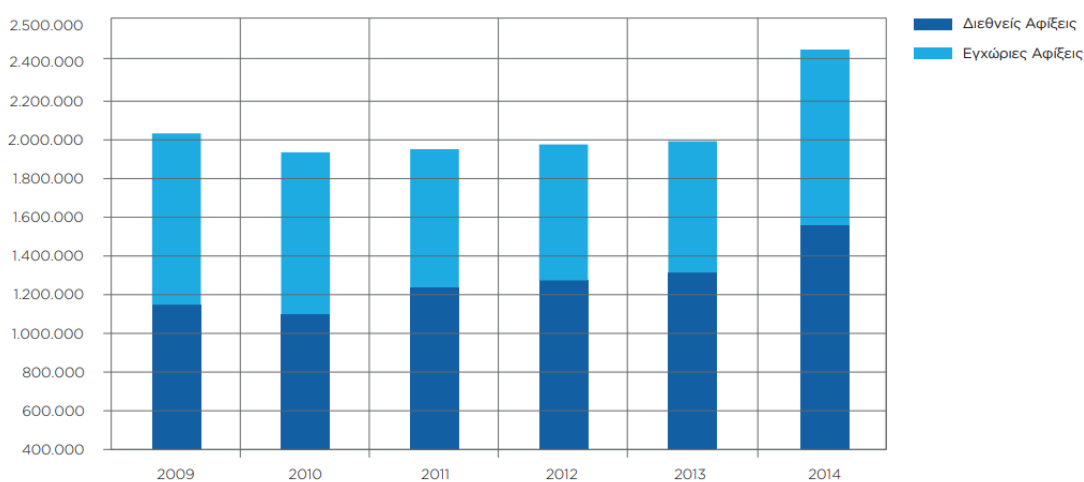
Ο Οργανισμός Τουρισμού Θεσσαλονίκης (ΟΤΘ) με σκοπό την ανάδειξη των αξιοθεάτων και την διευκόλυνση των επισκεπτών δημιούργησε έναν χάρτη με τα σημαντικότερα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στον Νομό Θεσσαλονίκης. Ο χάρτης τουριστικού ενδιαφέροντος που ονομάζεται «Thessaloniki roadplan and sights» είναι στην Αγγλική γλώσσα και σε διαστάσεις Α3. Ο χάρτης τουριστικών αξιοθεάτων του Νομού Θεσσαλονίκης περιλαμβάνει συνολικά 49 σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος ανάμεσα στα οποία συγκαταλέγονται μνημεία Unesco, μουσεία, μνημεία των νεωτέρων χρόνων, αξιοθέατα αλλά και νοσοκομεία, πάρκινγκ, σταθμούς και αθλητικά στάδια στο πολεοδομικό συγκρότημα Θεσσαλονίκης. Ο χάρτης έχει διπλή όψη και στην άλλη όψη του παρουσιάζονται τα σημαντικότερα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος στις άλλες Περιφερειακές Ενότητες της Κεντρικής Μακεδονίας (Βεργίνα, Δίον, Πέλλα, Όλυμπος, Στάγαιρα, Αμφίπολη, Αλιστράτη, Έδεσσα, Πετράλωνα κα) με τα οποία συνδέεται οδικά η Θεσσαλονίκη και προσφέρονται για κοντινές τουριστικές διαδρομές.

Σημασία του αεροδρομίου Θεσσαλονίκης για την τουριστική ανάπτυξη

Η περιοχή της Θεσσαλονίκης παρουσιάζει ένα μεγάλο προτέρημα έχοντας ένα αεροδρόμιο. Το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης ή αλλιώς ο διεθνής κρατικός αερολιμένας Θεσσαλονίκης «Μακεδονία» βρίσκεται 15 χλμ. νοτιοανατολικά από την πόλη της Θεσσαλονίκης, στο Δήμο Θέρμης και το 2008 ήταν το τρίτο σε κίνηση αεροδρόμιο της Ελλάδας. Παλαιότερα ονομαζόταν «Κρατικός Αερολιμένας Μίκρας Θεσσαλονίκης», αλλά μετονομάστηκε το 1992 παίρνοντας το όνομα της ιστορικής γεωγραφικής περιοχής της Μακεδονίας. Η σημασία του αεροδρομίου στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής είναι τεράστια επειδή προσφέρει εύκολη πρόσβαση στους τουρίστες από το εξωτερικό και το εσωτερικό. Ειδικότερα, όσον αφορά τους τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό, φαίνεται να δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην εύκολη και γρήγορη πρόσβαση με αεροπλάνο. Έτσι, η ύπαρξη του αεροδρομίου αποτελεί έναν από τους λόγους προτίμησης της περιοχής.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται ορισμένα στοιχεία που αποτυπώνουν τη σημασία του αεροδρομίου με αριθμούς και γραφήματα τα τελευταία χρόνια. Πρώτα, το ποσοστό των ταξιδιωτών που έρχονται στη Θεσσαλονίκη από το εξωτερικό έχει σταθερή αύξηση από 58% το 2009 σε 64% το 2014.

Διεθνείς vs εγχώριων αφίξεων κατά την περίοδο 2009 - 2013



Πηγή: Πολιτική αεροπορία

Όπως φαίνεται, το διάστημα 2009 - 2013 ο αριθμός των ταξιδιωτών από το εξωτερικό αυξάνεται, ενώ οι αφίξεις ταξιδιωτών του εσωτερικού μειώνονται και ανακάμπτουν

το 2014. Το 2014 καταγράφηκαν επίπεδα ρεκόρ στις αφίξεις. Ο αριθμός των επιβατών διεθνών πτήσεων συνέχισε να αυξάνεται, ενώ οι αφίξεις επιβατών εσωτερικού ξεπέρασαν τα επίπεδα του 2009.

Διεθνείς αφίξεις
2009 - 2014

2009	1.186.723
2010	1.131.462
2011	1.247.651
2012	1.303.390
2013	1.347.338
2014	1.565.974

Εγχώριες αφίξεις
2009 - 2014

2009	854.665
2010	806.364
2011	708.872
2012	674.664
2013	651.996
2014	884.327

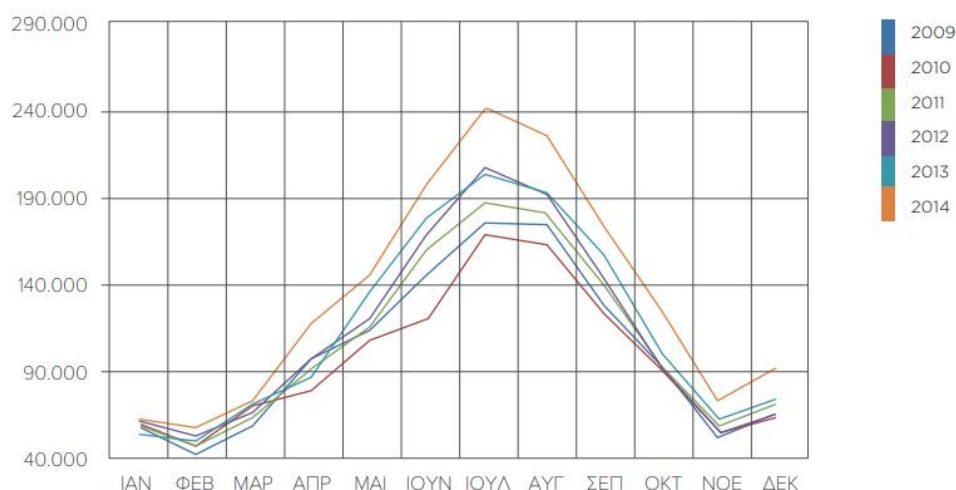
Πηγή: Πολιτική αεροπορία

Σημαντικές αυξήσεις στις διεθνείς αφίξεις το 2014, με διψήφιο ποσοστό αύξησης τους περισσότερους μήνες. Τα υψηλότερα ποσοστά αύξησης καταγράφηκαν τον Απρίλιο και τον Οκτώβριο. Οι αφίξεις εμφανίζουν εποχικότητα, κυρίως λόγω των επιβατών που κάνουν διακοπές στη Χαλκιδική. Η περίοδος αιχμής διαρκεί από τον Μάιο μέχρι τον Σεπτέμβριο. Το Φεβρουάριο και Νοέμβριο παρατηρούνται οι λιγότερες διεθνείς αφίξεις. Το πρώτο τρίμηνο του 2014 οι εγχώριες αφίξεις, σημειώνοντας μια μικρή πτώση, βρέθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα από το αντίστοιχο διάστημα του 2013. Ωστόσο, από τον Απρίλιο και μετά παρατηρείται σημαντική αύξηση.

ΜΗΝΑΣ	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2014 /13
ΙΑΝ	57.780	75.216	48.950	45.385	45.415	44.910	-1%
ΦΕΒ	57.474	72.611	47.547	46.626	47.701	46.417	-3%
ΜΑΡ	61.959	76.612	54.765	53.669	51.706	50.239	-3%
ΑΠΡ	69.665	69.484	64.201	62.569	50.375	72.980	45%
ΜΑΙ	66.877	61.781	63.376	56.001	54.092	68.829	27%
ΙΟΥΝ	73.898	61.046	61.544	55.620	53.939	77.740	44%
ΙΟΥΛ	82.390	74.839	72.089	64.418	62.836	90.881	45%
ΑΥΓ	84.201	77.381	78.012	67.446	65.120	92.230	42%
ΣΕΠ	75.756	67.199	65.519	60.318	61.384	89.878	46%
ΟΚΤ	72.669	60.819	54.185	56.613	57.869	84.964	47%
ΝΟΕ	75.614	53.661	47.437	53.012	49.268	80.315	63%
ΔΕΚ	76.382	55.715	51.247	52.987	52.291	84.944	62%
ΣΥΝΟΛΟ	854.665	806.364	708.872	674.664	651.996	884.327	36%

Πηγή: πολιτική αεροπορία

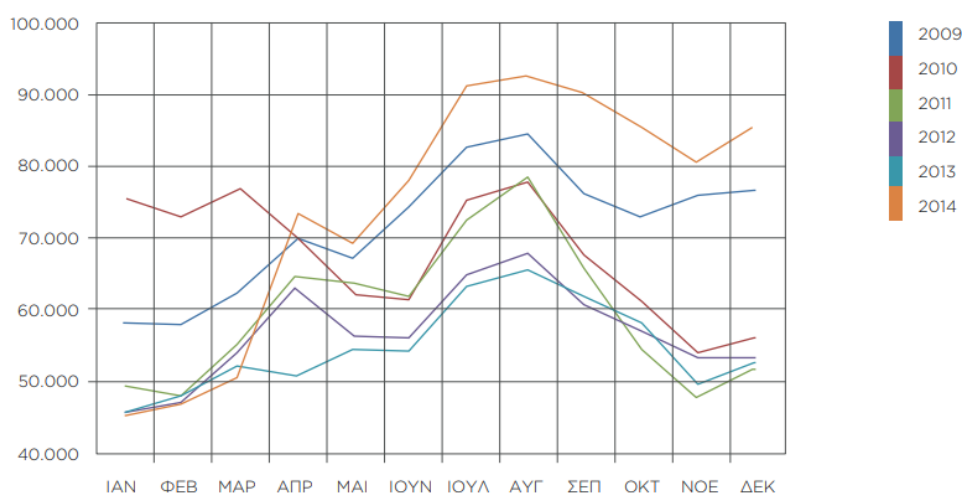
Ο Αύγουστος αποτελεί τον μήνα αιχμής για τα έτη 2009 – 2013.



Πηγή: Πολιτική αεροπορία

Κατά την περίοδο 2009 - 2014 σημαντικές αυξήσεις παρατηρούνται στις αφίξεις από τη Ρωσία και την Ιταλία, οι οποίες βρίσκονται μέσα στις 5 κορυφαίες χώρες, αλλά και από την Τουρκία και το Βέλγιο, οι οποίες κατέχουν την έκτη και έβδομη θέση αντίστοιχα.

Το 2014 η Γερμανία, ως η κύρια χώρα, παρουσίασε αύξηση των αφίξεων κατά 20% σε σχέση με το 2013, ενώ οι αφίξεις από την Ρωσία υποχώρησαν. Ο Ιούλιος είναι ο πρώτος μήνας σε προτίμηση για τους Γερμανούς, ενώ οι Ρώσοι επισκέπτονται τη Θεσσαλονίκη το διάστημα Ιουνίου – Σεπτεμβρίου. Οι αφίξεις από την Κύπρο δείχνουν κορύφωση τον Αύγουστο, ενώ από τη Βρετανία εκτείνονται σε όλη την περίοδο Μαΐου – Σεπτεμβρίου. Οι αφίξεις από την Ιταλία δείχνουν κορύφωση τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο, ενώ από την Τουρκία τον Ιούλιο.



Πηγή: Πολιτική αεροπορία

Σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής της Θεσσαλονίκης και οι στόχοι

Υφίσταται ένα σχέδιο ανάπτυξης της περιοχής της Θεσσαλονίκης στα πλαίσια του προγράμματος για την ανάπτυξη της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας, το οποίο διαχειρίζεται η Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης του Επιχειρησιακού Προγράμματος Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας. Ο βασικός στόχος του σχεδίου ανάπτυξης είναι η ορθολογική αξιοποίηση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων για την τουριστική και γενικότερα την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη. Για την κατάρτιση του προβλέπονται ορισμένες εργασίες. Αυτές παρουσιάζονται συνοπτικά στη συνέχεια:

1. Συγκέντρωση, επεξεργασία και σύνθεση κειμένων που θα συμβάλλουν στον προσδιορισμό των βασικών κατευθύνσεων, της στρατηγικής και των προτεραιοτήτων.
2. Συλλογή και επεξεργασία πρωτογενών ή/και δευτερογενών στοιχείων με στόχο τον προσδιορισμό της περιοχής παρέμβασης, την αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης και την εξειδίκευση της αναπτυξιακής στρατηγικής και των απαιτούμενων παρεμβάσεων.
3. Στήριξη της Περιφέρειας στη διοργάνωση εξειδικευμένων συναντήσεων διαβούλευσης με εμπλεκόμενους φορείς, κοινωνικούς εταίρους και άλλων εκδηλώσεων στο πλαίσιο του Σχεδίου.
4. Συλλογή – επεξεργασία στοιχείων και προτάσεων φορέων και εμπλεκόμενων υπηρεσιών και φορέων, καθώς και των κοινωνικών εταίρων για θέματα τουριστικής Ανάπτυξης.
5. Καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με έμφαση στους τομείς που συνδέονται με την Ολοκληρωμένη Τουριστική Ανάπτυξη.
6. Διαμόρφωση της Στρατηγικής για την Ολοκληρωμένη Τουριστική Ανάπτυξη.
7. Κατάρτιση σχεδίου δράσης που θα περιλαμβάνει την εξειδίκευση των παρεμβάσεων του ΘΣ 6 και των άλλων συναφών ΘΣ του ΕΠ-ΠΔΜ 2014-2020, την εξειδίκευση των ενδεικτικών παρεμβάσεων από τα αντίστοιχα τομεακά προγράμματα, καθώς επίσης την εξειδίκευση ενδεικτικών παρεμβάσεων από άλλες πιθανές χρηματοδοτικές πηγές. Το σχέδιο θα λάβει υπόψη τις προτεινόμενες δράσεις των αρμόδιων υπηρεσιών και των εμπλεκόμενων τοπικών φορέων/οργανισμών.

Αποτελέσματα μελέτης για την τουριστική και ξενοδοχειακή υποδομή της Θεσσαλονίκης

Η τουριστική ανάπτυξη της περιοχής της Θεσσαλονίκης είναι ένα θέμα που απασχολεί τους επίσημους φορείς διότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων, ο οποίος παρουσιάζει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης. Ο οργανισμός τουριστικής προβολής και μάρκετινγκ Θεσσαλονίκης σε συνεργασία με την ένωση

ξενοδόχων Θεσσαλονίκης και την Helexpro A.E. πραγματοποίησε μια μελέτη με στόχο να αποτυπώσει την σημερινή κατάσταση του τουρισμού της Θεσσαλονίκης, να αναδείξει τις δυνατότητες ανάπτυξης του, να υπολογίσει τα οικονομικά οφέλη που θα προκύψουν από την ανάπτυξη αυτή και να προσδιορίσει τον τρόπο υλοποίησης ενός τόσο σημαντικού εγχειρήματος. Όσον αφορά τη σημερινή κατάσταση έχουν αναφέρει ότι η στασιμότητα του τουρισμού της Θεσσαλονίκης τα τελευταία χρόνια έχει συνδυαστεί με μια σημαντική αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού της πόλης. Συγκεκριμένα, οι προαναφερόμενοι φορείς έχουν επισημάνει ότι:

- οι διανυκτερεύσεις στο Δήμο Θεσσαλονίκης το 1995 ήταν περίπου 1,1 εκατ., το 2000 περίπου 1,2 εκατ. και το 2005 επίσης 1,2 εκατ.
- αντίθετα, ο αριθμός ξενοδοχειακών κλινών στην πόλη ενώ παρουσίασε μια μικρή πτώση από 6.512 σε 6.340 μεταξύ 1995 και 2000, αυξήθηκε σημαντικά μέχρι το 2005 σε 7.514. Μάλιστα η αύξηση αυτή ήταν κατ' εξοχήν στα ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων ενώ στις χαμηλότερες κατηγορίες 2 και 1 αστέρων παρατηρείται μείωση.
- αντίστοιχα για το Νομό Θεσσαλονίκης, οι διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν από 1,25 εκατ. το 1995 σε 1,6 εκατ. το 2000 και παρέμειναν σταθερές μέχρι το 2005.
- αντίθετα, ο αριθμός κλινών στο Νομό αυξήθηκε από 8.655 το 1995 σε 10.166 το 2000 και 12.433 το 2005. Και σε επίπεδο Νομού σχεδόν το σύνολο της αύξησης οφείλεται σε αύξηση κλινών σε ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων.
- αναπόφευκτη συνέπεια της τόσο σημαντικής αύξησης προσφοράς σε σχέση με την στάσιμη ζήτηση ήταν η πτώση των πληροτήτων. Έτσι η πληρότητα κλινών σε επίπεδο Νομού έπεσε από 52,3% το 2000 σε 42,8% το 2005 και σε επίπεδο Δήμου από 53,4% το 2000 σε 45,5% το 2004.
- τέλος, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι περισσότερο από 75% των τουριστών της Θεσσαλονίκης είναι Έλληνες ενώ η παρουσία τουριστών από αγορές long haul είναι μικρότερη του 5%.

Είναι γνωστό από τα αποτελέσματα άλλων μελετών, όπως τόνισαν οι προαναφερόμενοι φορείς που διεξήγαγαν τη μελέτη, ότι σε αντίθεση με τη

Θεσσαλονίκη σε πόλεις στην Ευρώπη, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διεθνώς άνθηση του «Τουρισμού Πόλεων» (city breaks) – περισσότερα από 35 εκατ. ταξίδια ετησίως και πολλές πόλεις που έχουν αναπτύξει αυτό το είδος του τουρισμού έχουν παρουσιάσει μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης άνω του 5% την τελευταία δεκαπενταετία. Η σημασία των city breaks αποδεικνύεται και από το κοινωνικοοικονομικό προφίλ των τουριστών αυτών που, σύμφωνα με έρευνα της IPK International, είναι:

- το 42% προέρχεται από τις ανώτερες εισοδηματικές τάξεις και το 28% από τις μεσο-ανώτερες,
- το 49% έχει ανώτερη και ανώτατη μόρφωση.

Είναι δηλαδή τουρίστες με σημαντικές δυνατότητες κατανάλωσης, αλλά και σημαντικές απαιτήσεις. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι ότι κύρια δραστηριότητα στα City Breaks είναι η περιήγηση και η επίσκεψη αξιοθέατων, όπως φάνηκε από τις απαντήσεις των 2 στους 3 τουρίστες. Η Θεσσαλονίκη και η ευρύτερη περιοχή της έχει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα στους χώρους περιήγησης και αξιοθεάτων. Το μεγαλύτερο πλεονεκτήματα είναι ότι τέτοιοι χώροι στη συγκεκριμένη περιοχή μπορούν να αξιοποιηθούν κατά κύριο λόγο τους μήνες Σεπτέμβριο έως Ιούνιο, δηλαδή την περίοδο που οι τουρίστες δεν πηγαίνουν στους συνήθεις προορισμούς ήλιος-θάλασσα-άμμος. Ένα παράδειγμα για την καλύτερη κατανόηση της πραγματικότητας που βιώνει ο κλάδος του τουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης είναι το μνημείο των Τάφων της Βεργίνας, που έχει επισκεψιμότητα περίπου 120.000, ενώ το Μουσείο της ποδοσφαιρικής ομάδας Barcelona δέχεται άνω του 1.000.000 επισκεπτών ετησίως.

Σύμφωνα με την μελέτη η οποία εξετάζεται σε αυτό το κομμάτι της παρούσας εργασίας και η απόρροια όλων των παραπάνω είναι:

- χαμηλές πληρότητες ιδιαίτερα στις υψηλές κατηγορίες όπου παρατηρείται υπερεπένδυση και χαμηλά έσοδα ανά δωμάτιο καθώς οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ρίχνουν τις τιμές για να προσελκύσουν πελάτες,
- ως αποτέλεσμα αδυναμία αποπληρωμής των πολύ σημαντικών επενδύσεων που έχουν γίνει και πιθανότατα αδυναμία διατήρησης του υπάρχοντος επιπέδου απασχόλησης στα ξενοδοχεία στο (εγγύς) μέλλον.

Επισημαίνεται ότι τα παραπάνω δεδομένα βασίζονται στην εμπειρία που βιώνουν οι τουρίστες στην Θεσσαλονίκη και την πληροφόρηση που έχουν για τις δυνατότητες που τους προσφέρει η πόλη. Η έρευνα απευθύνθηκε περίπου σε 350 τουρίστες την περίοδο Μάιο έως Οκτώβριο 2006. Το ερωτηματολόγιο κάλυψε:

- δημογραφικά στοιχεία
- στοιχεία για δαπάνες
- στοιχεία για δραστηριότητες
- αξιολόγηση εμπειριών σε κλίμακα 1 (ανεπαρκές) έως 10 (εξαιρετικό)

Τα αποτελέσματα της έρευνας των προαναφερόμενων φορέων σχετικά με την εικόνα που έχουν οι τουρίστες για τη Θεσσαλονίκη είναι ότι:

- σε επίπεδο γενικής αξιολόγησης, ο βαθμός της Θεσσαλονίκης (7,6) κρίνεται ως ικανοποιητικός, σίγουρα όμως μπορεί να βελτιωθεί,
- η γενική αξιολόγηση είναι μεγαλύτερη από τον μέσο όρο των επιμέρους αξιολογήσεων. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι οι παράγοντες με υψηλότερη αξιολόγηση έχουν μεγαλύτερη βαρύτητα για τους τουρίστες από αυτούς με χαμηλότερη,
- η συμπεριφορά του πληθυσμού και ο πολιτισμός δημιουργούν μια πιο θετική εικόνα από την γενική αξιολόγηση. Το ίδιο ισχύει και για την διασκέδαση και αναψυχή, τις εγκαταστάσεις όλων των ιδιωτικών επιχειρήσεων (ξενοδοχεία, bar – café, εστιατόρια, καταστήματα) καθώς και τη σχέση τιμής – ποιότητας των εστιατορίων και – οριακά – των ξενοδοχείων.
- αντίθετα, πιο αρνητική εικόνα από τη γενική αξιολόγηση έχουν όλες οι Δημόσιες Υποδομές, η Ρύπανση, η Καθαριότητα και η Σήμανση, αλλά και η σχέση Τιμής – Ποιότητας σε Καταστήματα και Bar-Café.

Δύο ακόμα σημαντικά ευρήματα της έρευνας είναι ότι:

- σχεδόν 50% των τουριστών δεν γνωρίζει ότι η Θεσσαλονίκη έχει παραλίες με Μπλε Σημαία σε απόσταση 30 λεπτών από το κέντρο ενώ, από αυτούς που το γνωρίζουν, τις έχει επισκεφθεί λιγότερο από το 40%,

- μόλις οι μισοί από τους επισκέπτες της Θεσσαλονίκης έχουν επισκεφθεί την Χαλκιδική.

Τέλος, περίπου 4 στους 5 επισκέπτες θέλουν να ξανάρθουν στην Θεσσαλονίκη ή θα τη συστήσουν σε κάποιο γνωστό και φίλο τους, ενώ 1 στους 5 δεν θέλει να ξανάρθει ούτε θα τη συστήσει. Μια πόλη με την οποία η Θεσσαλονίκη έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά (κλίμα, πληθυσμός) είναι η Βαλένθια της Ισπανίας. Μάλιστα, το 1995 και οι 2 πόλεις είχαν τον ίδιο αριθμό αφίξεων και διανυκτερεύσεων (περίπου 500.000 και 1.000.000 αντίστοιχα). Έκτοτε, και σε αντίθεση με τη Θεσσαλονίκη, η Βαλένθια ανέπτυξε σημαντικά τον τουρισμό της με αποτέλεσμα σήμερα να έχει περίπου 2.500.000 διανυκτερεύσεις έναντι 1.200.000 της πόλης της Θεσσαλονίκης (και 1.600.000 του Νομού).

Το παράδειγμα αυτό μας δείχνει ότι ο διπλασιασμός του τουριστικού ρεύματος προς την Θεσσαλονίκη μέσα σε μια 10ετία είναι εφικτός.

Όπως προαναφέρθηκε, η περίπτωση της Βαλένθια ακολουθεί ένα καλό ‘Σημείο Αναφοράς’ (Benchmark) για την πόλη της Θεσσαλονίκης:

- και οι 2 πόλεις είναι παραθαλάσσιες με παρόμοιο κλίμα,
- και οι 2 πόλεις έχουν παρόμοιο πληθυσμό,
- και στις 2 πόλεις υπάρχει Εκθεσιακός Οργανισμός,
- τα τουριστικά χαρακτηριστικά της Θεσσαλονίκης σήμερα είναι παρόμοια με αυτά της Βαλένθια πριν 10 χρόνια.

Η τουριστική ανάπτυξη της Βαλένθια πραγματοποιήθηκε μέσα από ένα φιλόδοξο αναπτυξιακό πρόγραμμα που περιλάμβανε:

- δημιουργία του Valencia Tourism & Convention Bureau με συμμετοχή Δημοσίων και Ιδιωτικών Φορέων για το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη διαχείριση του τουριστικού προϊόντος,
- ενέργειες καθιέρωσης της Βαλένθια ως «προορισμού» (υποδομές, events, κρουαζιέρες),
- προσέλκυση αερομεταφορέων χαμηλού κόστους (low cost carriers),

- στρατηγική e-marketing,
- ευρύτερη στρατηγική ανάπτυξης της πόλης.

Ως απόρροια των παραπάνω ενεργειών:

- οι διανυκτερεύσεις στη Βαλένθια το 2005 υπερέβησαν τα 2,5 εκ. από τα 1 εκ. περίπου προ 10ετίας,
- από 20 κρουαζιερόπλοια και 10 χιλ. επιβάτες το 2000, δέχθηκε 110 κρουαζιερόπλοια και 106 χιλ. επιβάτες το 2005,
- την ίδια χρονική περίοδο αύξησε τα Διεθνή Συνέδριά της από 13 σε 24 (ICCA),
- τα 2 κυριότερα μουσεία προσελκύουν 2,7 εκ. και 1,2 εκ. επισκέπτες αντίστοιχα.

Αν επιθυμούμε να πετύχουμε το ίδιο αποτέλεσμα και για την Θεσσαλονίκη θα πρέπει να ιδρύσουμε και στην Θεσσαλονίκη έναν αντίστοιχο Φορέα: τον Οργανισμό Τουρισμού Θεσσαλονίκης στα πρότυπα του Valencia Tourism and Convention Bureau.

Σκοπός του Οργανισμού θα είναι η Διαχείριση του brand «Θεσσαλονίκη» με στόχο τη διατήρηση και ανάπτυξη του τουρισμού στον Δήμο και το Νομό Θεσσαλονίκης, αλλά και τη μεγιστοποίηση απόδοσης Δημόσιων και Ιδιωτικών επενδύσεων.

2.3 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Ανάπτυξη αγροτουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης

Οι αγροτικές περιοχές καταλαμβάνουν ένα μεγάλο μέρος της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης και όπως είναι γνωστό, χαρακτηρίζονται ως ζωτικός χώρος για την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή όχι μόνο στη συγκεκριμένη περιοχή αλλά σε όλη τη χώρα. Για αυτό τον λόγο η ανάπτυξη αυτών των περιοχών με τη χρήση του αγροτουρισμού ως τουριστικού παράγοντα αποτελεί βασικό εργαλείο για την αναδιάρθρωση του γεωργικού τομέα και για την ενθάρρυνση της διαφοροποίησης και της καινοτομίας στις αγροτικές περιοχές. Επομένως, η πολιτική τουριστικής ανάπτυξης μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην ενίσχυση της αδύναμης οικονομίας των αγροτικών περιοχών. Έτσι, μια ολοκληρωμένη στρατηγική ανάπτυξης των

αγροτικών περιοχών οφείλει να λαμβάνει υπόψη το δυναμικό της περιοχής και να το αξιοποιεί στο μεγαλύτερο βαθμό.

Ας σημειωθεί ακόμη μια φορά ότι ο αγροτουρισμός αποτελεί μια σημαντική εναλλακτική μορφή τουρισμού αειφόρου ανάπτυξης. Έτσι, αν αξιοποιηθεί με τον σωστό τρόπο, η περιοχή της Θεσσαλονίκης έχει αρκετούς πόρους αγροτουριστικής ανάπτυξης. Πτυχές που μπορούν να αναδειχθούν και να αναπτυχθούν στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης μέσω του αγροτουρισμού είναι γενικότερα η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και πολυδραστηριότητα στον αγροτικό χώρο που αποσκοπούν στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση. Ειδικότερα, οι πτυχές που μπορούν να αξιοποιηθούν σχετίζονται με την ανάδειξη της ήπιας κλίμακας προσφοράς, της τοπικής αγροτικής παραγωγής, την πώληση των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων και την αξιοποίηση του πολιτιστικού πλούτου.

Μέσα από τον αγροτουρισμό επιδιώκεται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης η γνωριμία και η επαφή του επισκέπτη με τον τόπο για να γνωρίσει από κοντά τα έθιμα, την λαογραφία, την χειροτεχνία, τις παραδοσιακές τέχνες και εργασίες που τείνουν να εκλείψουν. Ταυτόχρονα, η ανάπτυξη του αγροτουρισμού αναμένεται να εξυπηρετήσει τη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας και την προστασία των σπάνιων φυσικών σχηματισμών. Συγκεκριμένα, οι περιοχές που ενδείκνυνται προς αγροτουριστική ανάπτυξη είναι τα χωριά στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης.

Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια από τις εναλλακτικές μορφές του τουρισμού που αναπτύσσεται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης και παρουσιάζει ακόμη περισσότερες προοπτικές ανάπτυξης στο μέλλον. Στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού η πόλη της Θεσσαλονίκης αποτελεί ιδανικό προορισμό για την διεξαγωγή συνεδρίων. Εκτός από τα συνεδριακά κέντρα στην πόλη της Θεσσαλονίκης, η ευρύτερη περιοχή προσφέρει διάφορες δραστηριότητες, οι οποίες θα μπορούσαν να προστεθούν στα προγράμματα συνεδρίων έτσι ώστε να μείνουν ικανοποιημένοι οι επισκέπτες. Οι δημοφιλέστεροι προορισμοί για δραστηριότητες μετά τα συνέδρια είναι περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας, όπως ο Όλυμπος, η λίμνη Κερκίνη, οι παραλίες της

Χαλκιδικής, οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία. Με αυτό τον τρόπο, η περιοχή της Θεσσαλονίκης προσφέρει τη δυνατότητα οργάνωσης και παρακολούθησης συνεδρίων και αναψυχής ταυτόχρονα.

Συμπερασματικά, η περιοχή της Θεσσαλονίκης διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές και περιοχές αναψυχής προκειμένου να φιλοξενήσει συνέδρια κάθε μορφής και έκτασης. Επίσης, η περιοχή αναμένεται να παρουσιάσει ανοδική πορεία ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού αφού έχει τη δυνατότητα να φιλοξενήσει τον συνεχώς αυξανόμενο αριθμό διεθνών και εγχώριων φορέων και οργανισμών. Αυτό φαίνεται και από το γεγονός ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού επέλεξε την πόλη της Θεσσαλονίκης για τη διεξαγωγή του Παγκόσμιου Συνεδρίου Τουρισμού για το Δρόμο του Μεταξιού. Επιπλέον, στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης βασικό ρόλο κατέχει η Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, η οποία αποτελεί τη μοναδική Περιφέρεια που συμμετείχε στην IBTM με δικό της σταντ στο ενιαίο περίπτερο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.

Η IBTM World η οποία αποτελεί τη σπουδαιότερη επαγγελματική B2B έκθεση συνεδριακού τουρισμού της Ευρώπης, εξασφάλισε την επαφή με επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων (hosted buyers) για τη διεξαγωγή στη Θεσσαλονίκη συνεδρίων ιδιαίτερα από την Ασία και την Ευρώπη, ιατροφαρμακευτικών συνεδρίων, καθώς επίσης συζητήθηκαν και προτάσεις για συμμετοχή σε μεγάλα ευρωπαϊκά προγράμματα για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού. Έτσι, ο συνεδριακός τουρισμός έχει μεγάλες πιθανότητες ανάπτυξης όχι μόνο από μεμονωμένες περιστάσεις αλλά μέσα από συλλογικές προσπάθειες, όπως αυτή που μόλις αναφέρθηκε.

Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης

Το εναλλακτικού είδους του θαλάσσιου τουρισμού προσφέρεται για ανάπτυξη στην περιοχή της Θεσσαλονίκης λόγω της γεωγραφικής θέσης και της φυσικής ομορφιάς της. Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια από τις δυναμικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στη συγκεκριμένη περιοχή, όμως παρουσιάζει περιθώρια για περαιτέρω ανάπτυξη. Στα πλαίσια του θαλάσσιου τουρισμού στην περιοχή μελέτης προσφέρονται βόλτες με σκάφος, διάφορα σπορ και ψάρεμα. Ιδιαίτερη αναπτυγμένη σε σχέση με τις υπόλοιπες δραστηριότητες είναι η ιστιοπλοΐα.

Ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης

Η ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης με τον πλούσιο φυσικό πλούτο αποτελεί ιδανικό προορισμό για οικοτουρισμό. Με τη σωστή διαχείριση των πόρων, την οργάνωση και τον συστηματικό προγραμματισμό η περιοχή μπορεί να προσελκύσει αξιοσημείωτο αριθμό τουριστών. Ήδη, η φυσική ομορφιά της περιοχής της Θεσσαλονίκης έχει βοηθήσει στην ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού με επίκεντρο την φύση και τον άνθρωπο προσφέροντας την ευκαιρία για εξερεύνηση των πανέμορφων περιοχών του νομού Θεσσαλονίκης, αλλά και την γνωριμία με το περιβάλλον. Οι κυριότερες περιοχές έλξης για τους οικοτουρίστες είναι λίμνη Κορώνεια, η λίμνη Βόλβη, η Νέα Αγαθούπολη και το Λευκοχώρι.

Μια από τις περιοχές με το μεγαλύτερο δυναμικό ανάπτυξης του οικοτουρισμού στην εν λόγω περιοχή είναι η λίμνη Κορώνεια η οποία βρίσκεται στη λεκάνη της Μυγδονίας, στον Λαγκαδά Θεσσαλονίκης. Μια άλλη ονομασία της λίμνης είναι λίμνη Αγίου Βασιλείου από το ομώνυμο χωριό. Η λίμνη βρίσκεται μερικά χιλιόμετρα ανατολικά από την Θεσσαλονίκη. Βόρεια της λίμνης υπάρχει η Εγνατία οδός, πράγμα που εμποδίζει την απομόνωση της. Αν και τα τελευταία χρόνια η λίμνη έχει προβλήματα έντονης αποξήρανσης συνεχίζει να ελκύει τους λάτρεις του οικοτουρισμού. Όμως, η λίμνη Κορώνεια πριν τις απώλειες υδάτων ήταν η 5η μεγαλύτερη λίμνη της χώρα με έκταση με 42,5 τ. χλμ. Η αποξήρανση της λίμνης αποτελεί αναμφισβήτητα έναν αρνητικό παράγοντα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Όμως, το λυπητερό αυτό γεγονός στην ιστορία της λίμνης μπορεί να αξιοποιηθεί στις δραστηριότητες του οικοτουρισμού, δείχνοντας την ως παράδειγμα απώλειας υδάτων. Ακόμη, το παράδειγμα της αποξήρανσης της λίμνης αυτής μπορεί να αξιοποιηθεί για εκπαιδευτικούς λόγους ως πόλο έλξης για τον εκπαιδευτικό τουρισμό.

Επιπλέον, κατά τις οργανωμένες περιηγήσεις μπορεί να γίνει αναφορά στην ιστορία της λίμνης, αφού μαζί με την γειτονική λίμνη Βόλβη και την λεκάνη της Μυγδονίας, συνθέταν μια πολύ μεγάλη λίμνη.

Μια άλλη περιοχή ανάπτυξης του οικοτουρισμού αποτελεί η λίμνη Βόλβη. Η λίμνη Βόλβη, όπως και η Κορώνεια βρίσκονται στην ίδια λεκάνη της περιοχής του Λαγκαδά. Η Βόλβη έχει έκταση 70 τ. χλμ και βάθος 20 μέτρων και είναι η δεύτερη

λίμνη της Ελλάδος σε έκταση. Η λίμνη Βόλβη έχει μακρόχρονη ιστορία και παράδοση στον αρχαίο κόσμο που μπορεί να εντυπωσιάζει τους τουρίστες. Συγκεκριμένα, στοιχεία από την αρχαία ιστορία που μπορούν να αξιοποιηθούν κατά τις οργανωμένες εκδρομές είναι η ιστορία κατά την οποία η Βόλβη ήταν η νύμφη που μαζί με τον Ηρακλή απέκτησαν τον Όλυμπο. Εκτός από το ιστορικό – μυθολογικό στοιχείο, η λίμνη σήμερα έχει να δείξει πλούσια ιχθυοπανίδα. Στην ιχθυοπανίδα της λίμνης περιλαμβάνονται 24 είδη ψαριών, συμπεριλαμβανομένου το είδος λιπαριά που δεν βρίσκεται κανείς σε άλλο μέρος του πλανήτη και είναι ενδημικό ψάρι της λίμνης. Επίσης, σημαντικό για την οικοτουριστική αξία της λίμνης είναι το γεγονός ότι η λίμνη Βόλβη προστατεύεται από την Συνθήκη Ramsar μαζί με άλλους 10 ελληνικούς υδροβιότοπους.

Ακόμη, μια περιοχή ανάπτυξης οικοτουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης είναι η Νέα Αγαθούπολη. Στην Νέα Αγαθούπολη σχηματίζονται αλμυρά έλη σε ένα Δέλτα, η τοποθεσία της λίμνης είναι νότια του Αλιάκμονα. Η αξία της περιοχής αυξάνεται χάρη στο άφθονο πράσινο των βοσκοτόπων και των βάλτων από γλυκό νερό. Επιπλέον, η Νέα Αγαθούπολη είναι μια περιοχή που φιλοξενεί σπάνια είδη πουλιών όπως ο θαλασσοσφυριχτής, ο πορφυροτσικνιάς, η χαλκόκοτα, η βαρβάρια και ο αργυροπελεκάνος, ενώ υπάρχουν και ζευγάρια θαλασσαιτών. Οι λάτρεις του οικοτουρισμού έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τη χλωρίδα και την πανίδα του τοπίου μέσα από εξορμήσεις και δραστηριότητες παρατήρησης των πουλιών. Υπάρχει ένα παρατηρητήριο πτηνών, όπου οι τουρίστες μπορούν να απολαύσουν και τη θέα που προσφέρουν ο Θερμαϊκός κόλπος και το Δέλτα Αλιάκμονα. Ακόμη, σε αυτό τον οικολογικό προορισμό υπάρχουν στη διάθεση των τουριστών οικολογικά προϊόντα και οργανωμένες ομαδικές ή ατομικές βόλτες με άλογα και ποδήλατα.

Το Λευκοχώρι είναι ένα μικρό χωριό στην περιοχή του Λαγκαδά, το οποίο παραμένει φυσικό τοπίο που έχει τις δυνατότητες να καλύψει τις προσδοκίες των τουριστών. Στο Λευκοχώρι μπορεί να βρει κανείς τα ποικίλα αγροτικά προϊόντα της περιοχής και έχει τη δυνατότητα να συμμετάσχει στις παραγωγικές διαδικασίες τους. Οι πιο διαδεδομένες δραστηριότητες είναι η παρασκευή κομπόστας, την βιωματική εμπειρία της δημιουργίας του κρασιού στους αμπελώνες και στα κτήματα της περιοχής. Επίσης, προσφέρονται άλλες δραστηριότητες όπως η ποδηλασία μέσα στο δάσος, κανό στη τεχνητή λίμνη, ιππασία και τοξοβολία, αλλά και βόλτες με γουρούνα.

Ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στην περιοχή της Θεσσαλονίκης

Η πόλη της Θεσσαλονίκης μαζί με τις γύρω περιοχές έχει μακρά θρησκευτική παράδοση. Η Θεσσαλονίκη είναι μια πόλη που αριθμεί πολλές βυζαντινές εκκλησίες και ναούς. Η Θεσσαλονίκη κατέχει τη δεύτερη θέση σε αριθμό και αξία μνημείων μετά την Κωνσταντινούπολη. Στη Θεσσαλονίκη πραγματοποιούνται κυρίως ταξίδια θρησκευτικού τουρισμού από Έλληνες και Ρώσους Ορθόδοξους Χριστιανούς ή από καθολικούς Άγγλους, Γάλλους, Αμερικανούς που επισκέπτονται μνημεία και περιοχές που αντιπροσωπεύουν το δόγμα τους όπως π.χ. το Σπήλαιο της Αποκάλυψης στην Πάτμο όπου ήταν ο Ευαγγελιστής Ιωάννης και από όπου πέρασε και δίδαξε ο Απόστολος Παύλος. Οι κυριότεροι βυζαντινοί ναοί στην πόλη της Θεσσαλονίκης είναι οι ακόλουθοι:

- **Ροτόντα:** Πρόκειται ίσως για το πιο γνωστό θρησκευτικό μνημείο στην πόλη της Θεσσαλονίκης. Η Ροτόντα είναι το κυκλικό οικοδόμημα το οποίο αποτελεί θρησκευτικό κτίσμα που προσελκύει πολλούς τουρίστες λόγω της ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής και εσωτερικής διακόσμησης του. Η κατασκευή της Ροτόντας χρονολογείται στον 4ο αιώνα μ.Χ. και το έργο αποδίδεται στον Καίσαρα Γαλέριο. Με την επικράτηση του χριστιανισμού, η Ροτόντα λειτούργησε ως «Μαρτύριο», δηλαδή τόπος λατρείας λειψάνων των αθλοφόρων μαρτύρων. Ένα άλλο στοιχείο που καθιστά Ένα άλλο στοιχείο που προσδίδει μεγάλη θρησκευτική τουριστική αξία στη Ροτόντα είναι τα ψηφιδωτά της που συγκρίνονται με αυτά της Ραβέννας σε κάλλος και δύναμη.
- **Ναός της Αχειροποιήτου:** Η Αχειροποίητος είναι μία από τις πρώτες εκκλησίες του χριστιανισμού και αποτελεί έναν από τους πόλους έλξης του θρησκευτικού τουρισμού στην πόλη της Θεσσαλονίκης. Ο Ναός εγκαινιάστηκε ανάμεσα στο 450 και 475 μ. Χ. και είναι μια παλαιοχριστιανική τρίκλιτη ξυλόστεγη βασιλική. Βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της πόλης, στην οδό Αγίας Σοφίας. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ψηφιδωτά, οι τοιχογραφίες, ο διάκοσμος και οι φορητές εικόνες της Αχειροποιήτου για τους πιστούς.
- **Άγιος Δημήτριος – ο προστάτης της Θεσσαλονίκης:** Πρόκειται για τον σπουδαιότερο ναό του στρατηλάτη Αγίου Δημητρίου βρίσκεται στην οδό

Αγίου Δημητρίου. Πρόκειται για μια πεντάκλιτη βασιλική με εγκάρσιο κλίτος και ο ζωγραφικός και μαρμάρινος διάκοσμος του ναού είναι εξαιρετικής τέχνης. Αν και ο σημερινός ναός χτίστηκε τον 7ο αιώνα μ.Χ από τον επίσκοπο Ιωάννη, προϋπήρχε ένας παλαιότερος ναός επάνω στα ερείπια του είναι χτισμένος ο σημερινός.. Στο υπόγειο του ναού και στην κρύπτη λειτουργεί μόνιμη έκθεση των γλυπτών, των κιονόκρανων, των θωρακίων και των άλλων κειμηλίων του ναού.

- **Μονή Λατόμου:** Το παλαιό καθολικό της Μονής Λατόμου, το οποίο σήμερα είναι εκκλησία αφιερωμένη στον Όσιο Δαβίδ, βρίσκεται στην Άνω Πόλη της Θεσσαλονίκης το οποίο χτίστηκε στο τέλος του 5ου μ. Χ. Αιώνα. Αυτό που προσελκύει τους επισκέπτες είναι ότι στο ψηφιδωτό της κόγχης του ναού φιλοξενείται μια, μοναδική στον κόσμο, παράσταση. Πρόκειται για όραμα του Ιεζεκιήλ, με τον Χριστό ως Εμμανουήλ, νεαρό δηλαδή, εν μέσω ουράνιου τόξου. Στη σύνθεση απεικονίζονται, ακόμα, ο ίδιος ο Ιεζεκιήλ, καθώς και ο Προφήτης Αββακούμ.
- **Ναός Αγίας Σοφίας:** Η Αγία Σοφία χτίστηκε τον 8ο αιώνα μ.Χ. στη θέση παλαιότερου ναού, ο οποίος καταστράφηκε από σεισμό. Έκτοτε και μέχρι σήμερα αποτελεί πνευματικό φάρο της Θεσσαλονίκης, με αδιάκοπη λειτουργία. Είναι βασιλικού τύπου με θολωτό και τα μωσαϊκά, τα ψηφιδωτά και η αγιογράφηση του ναού είναι μοναδικής ωραιότητας.
- **Παναγία των Χαλκέων – η «κόκκινη εκκλησιά»:** Σύμφωνα με την κτητορική επιγραφή, η Παναγία των Χαλκέων χτίστηκε το 1028 από τον πρωτοσπαθάριο Χριστόφορο, Κατεπάνω της Λομβαρδίας. Βρίσκεται στην πλατεία της Αρχαίας Αγοράς. Η τοιχοποιία του ναού είναι από τούβλα με ζωνρό κόκκινο χρώμα, εξ ου και η προσωνυμία «Κόκκινη Εκκλησιά». Ανήκει στον κλασικό βυζαντινό ρυθμό, με τέσσερις στήλες και τρεις τρούλους και τα σκαλιστά της μάρμαρα έχουν διατηρηθεί μέχρι τις ημέρες μας ανέπαφα, καθώς και οι νωπογραφίες που την κοσμούν.
- **Ναός Αγίου Παντελεήμονα - το ιερό εν μέσω της πόλης:** Ένα άλλο σημείο θρησκευτικού ενδιαφέροντος το οποίο επισκέπτονται τόσο οι ντόπιοι όσο και οι ξένοι τουρίστες είναι ο ναός του Αγίου Παντελεήμονα. Ο ναός που

αποτελεί πόλο έλξης για τους τουρίστες βρίσκεται στο κέντρο της Θεσσαλονίκης, στη συμβολή της Εγνατίας με την οδό Ιασωνίδου, χρονολογείται στα τέλη του 13ου αιώνα μ. Χ. Ο ναός ταυτίζεται με τη μονή της Παναγίας Περιβλέπτου, η οποία ήταν γνωστή και ως μονή του Κυρ – Ισαάκ. Από τον αρχικό διάκοσμο σώζονται οι τοιχογραφίες του διακονικού και της πρόθεσης.

- **Ναός Αγίων Αποστόλων:** Ο ναός των Αγίων Αποστόλων αποτελεί έξοχο δείγμα ιερής αρχιτεκτονικής της Παλαιολογικής περιόδου και βρίσκεται στην αρχή της οδού Ολύμπου, στο δυτικό τμήμα της Θεσσαλονίκης. Χτίστηκε το 1310 από τον οικουμενικό πατριάρχη Νήφωνα τον Α΄. Στην οθωμανική περίοδο λειτούργησε ως τζαμί και οι τοιχογραφίες του ναού καλύφθηκαν, αφού αφαιρέθηκαν οι χρυσές ψηφίδες. Από το 1926, σταδιακά, ξεκίνησε η αποκάλυψη των αγιογραφιών του ναού, με αφαίρεση των επιχρισμάτων. Το 2002 έγινε η πλήρης αποκατάσταση του πλούσιου διάκοσμου και ο ναός έλαμψε με όλη του τη δόξα.

Αυτοί είναι μερικοί από τους πολυάριθμους χριστιανικούς ναούς και παρουσιάστηκαν σε αυτό το σημείο για να γίνει ευρέως κατανοητό το δυναμικό της πόλης στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού. Εκτός από το δυναμικό ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού της πόλης της Θεσσαλονίκης, υπάρχει και το τεράστιο δυναμικό στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης. Το βασικότερο σημείο επίσκεψης των τουριστών είναι το Άγιον Όρος.

Το άγιον Όρος εδώ και πολλά χρόνια ελκύει τους επισκέπτες, πιστούς και μη, λόγω του μυστηριώδους στοιχείου καθώς και της εξαιρετικής ομορφιάς φύσης του. Οι επισκέπτες το αντιλαμβάνονται ως χώρο αναζήτησης της ηρεμίας και της εσωτερικής γαλήνης. Η Χερσόνησος του Άθω, το Άγιον Όρος είναι ένας μοναδικός χώρος προσέλκυσης των θρησκευτικών τουριστών από όλο τον κόσμο. Το γεγονός ότι δεν επιτρέπονται παιδιά και κυρίως γυναίκες να πατήσουν το πόδι τους στο Άγιον Όρος το καθιστά ακόμη πιο ελκυστικό για τους άνδρες τουρίστες. Η χερσόνησος του Άθω, από τον 10ο αιώνα συγκεντρώνει μοναχούς οι οποίοι χτίζουν μοναστήρια, ενώ τον 16ο αιώνα, ο αριθμός των μονών έφτασε τα 40. Ο χώρος διατηρήθηκε κατά βάση χάρη στις μεγάλες δωρεές αυτοκρατόρων και ευγενών. Ο Άθω μετονομάστηκε στο γνωστό Άγιον Όρος όταν οι καλόγεροι έφτασαν τους 40.000. Στις ημέρες μας, το

Άγιον Όρος αριθμεί περίπου 2.000 μοναχούς, τους οποίους επισκέπτονται οι θρησκευτικοί τουρίστες. Η αρχιτεκτονική των κτιρίων, οι τοιχογραφίες τους, οι πλούσιες βιβλιοθήκες, τα χειρόγραφα, τα ασημένια αφιερώματα, τα ψηφιδωτά και κάθε λογής κειμήλια προσελκύουν κάθε χρόνο εκατοντάδες χιλιάδες προσκυνητές. Επιπλέον, το φυσικό τοπίο παρουσιάζει ιδιαίτερες ομορφιές που διακοσμούνται με θρησκευτικά σύμβολα, για παράδειγμα στην κορυφή στα 2033 μέτρα είναι στημένος ένας απλός σιδερένιος σταυρός.

Επιπλέον, οι επισκέπτες ζητούν να δουν τους θησαυρούς του Αγίου Όρους, πρόκειται για δείγματα έργων της Αθωνικής αρχιτεκτονικής των εκκλησιών όπως οι ψηφιδωτές απολήξεις του εγκάρσιου κλίτους και ο διπλός νάρθηκας. Οι αρχαιότερες τοιχογραφίες ανήκουν στην μακεδονική σχολή (14ος αιώνας), με κύριο πρόσωπο τον Εμμανουήλ Πανσέληνο και τους συνεργάτες του. Οι θαυμάσιες τοιχογραφίες του Πανσέληνου κοσμούν την αρχαιότερη εκκλησία του Αγίου Όρους, την εκκλησία του Πρωτάτου (στις Καρυές), ενώ οι τοιχογραφίες των σύγχρονων κοσμούν το καθολικό της μονής του Βατοπεδίου.

Ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού στη Θεσσαλονίκη

Αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού αναπτύσσεται με μεγάλη επιτυχία στη Θεσσαλονίκη. Στη Θεσσαλονίκη συναντάται συχνά πρώτα επειδή υπάρχουν το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο και το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και φιλοξενούν αρκετούς φοιτητές από το εξωτερικό, επιστήμονες και συνεργάτες τους, και δεύτερον, λόγω της αυξημένης επίσκεψης για εκμάθηση της ελληνικής γλώσσας. Επίσης, σημαντικό κομμάτι έρχεται στη Θεσσαλονίκη για άλλους εκπαιδευτικούς λόγους. Η ύπαρξη ιδιωτικών σχολών ή η διοργάνωση εκπαιδευτικών σεμιναρίων μικρής και μεγάλης διάρκειας αποτελούν λόγους προσέλκυσης. Επιπλέον, δεν πρέπει να παραλείπονται οι εκπαιδευτικές σχολικές εκδρομές που γίνονται στην πόλη και κυρίως στη ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης.

Ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού στη Θεσσαλονίκη

Η Θεσσαλονίκη είναι γνωστή για τις διεθνείς εκθέσεις της. Επίσης, στη Θεσσαλονίκη πραγματοποιούνται και εκθέσεις πανελλαδικής εμβέλειας. Η Θεσσαλονίκη πληροί

όλες τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού. Στη Θεσσαλονίκη υπάρχει η ΔΕΘ (Διεθνείς Έκθεση Θεσσαλονίκης). Η ΔΕΘ-Helexpo στη Θεσσαλονίκη βρίσκεται σε έκταση 180.000 τ.μ., εκ των οποίων τα 62.000 τ.μ. αποτελούν στεγασμένο εκθεσιακό χώρο. Ο χώρος είναι ιδανικός για να εξυπηρετήσει ένα ευρύ κοινό και πολυάριθμους εκθέτες, καθώς αποτελείται από τρία συνεδριακά κέντρα, το «Νικόλαος Γερμανός», το «Ιωάννης Βελλίδης» και το Helexpo Corona. Η συνολική χωρητικότητα του εκθεσιακού κέντρου ανέρχεται στις 4.000 θέσεις. Όσον αφορά τον εξοπλισμό αυτών, διαθέτουν σύγχρονο εξοπλισμό, ο οποίος σύμφωνα με τις πληροφορίες του κέντρου, εκσυγχρονίζονται όποτε παρουσιάζεται ανάγκη έτσι ώστε οι εκθέτες να μένουν ευχαριστημένοι. Η διάθεση σύγχρονου εξοπλισμού και μοντέρνου χώρου αποτελεί μια στρατηγική προσέλκυσης εκθετών, οι οποίοι συνεπώς θα ελκύσουν επισκέπτες στην έκθεση. Εκτός από τα τρία εκθεσιακά κέντρα, η ΔΕΘ-Helexpo διαθέτει το Helexpo Maroussi, στη λεωφόρο Κηφισίας στο Μαρούσι, ένα εκθεσιακό κέντρο που έχει πολλαπλή χρήση και το οποίο έχει τη δυνατότητα να φιλοξενεί εκθέσεις σε έκταση 30.000 τ.μ.. Ακόμη, διαθέτει επιπλέον συνεδριακό χώρο συνολικής χωρητικότητας 600 θέσεων. Αυτό χρησιμοποιείται για τη διοργάνωση και πολιτιστικών, κοινωνικών και επιχειρηματικών εκδηλώσεων. Όλες αυτές οι εγκαταστάσεις καθιστούν τη Θεσσαλονίκη κέντρο εκθεσιακού τουρισμού στην Ελλάδα, διότι πως αναφέρθηκε παραπάνω, οι εγκαταστάσεις και οι συναφείς χώροι και υπηρεσίες εξυπηρέτησης των εκθετών και των επισκεπτών αποτελούν τα θεμελιώδη στοιχεία για την ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού.

2.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στη Θεσσαλονίκη – 2018

Σύμφωνα με στοιχεία της Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ) Ελλάδος ο τουρισμός στη Θεσσαλονίκη έμεινε σταθερός το 2018 και δεν παρουσίασε την αύξηση που παρουσίασαν άλλες περιοχές (π.χ. Νότια Ελλάδα). Όπως δείχνουν τα δεδομένα των ερευνών, ο τουρισμός στην περιοχή της Θεσσαλονίκης κατά το 2018 κυμάνθηκε στα ίδια επίπεδα με το 2017. Αυτό σημαίνει ότι δεν παρατηρήθηκε αύξηση της τάξεως του 5 με 10% που παρατηρήθηκε σε άλλες περιοχές.

Συγκεκριμένα, όπως δείχνουν τα στοιχεία, οι αφίξεις από τη Ρωσία ελαττώθηκαν κατά 10%. Όμως, αυξήθηκαν οι αφίξεις από τη Βρετανία και τη Γερμανία. Έτσι

καλύφθηκε το κενό αφίξεων που δημιουργήθηκε από τη μείωση τους από τη Ρωσία. Όσον αφορά τις αφίξεις από τις Βαλκανικές χώρες, χώρες δεν παρατηρήθηκε ούτε αύξηση ούτε μείωση. Αυτές παρέμειναν σταθερά, αν και αφορούν μόνο τις 110 μέρες της καλοκαιρινής σεζόν και όχι όλο το έτος.

Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα

Ως γνωστόν, πολλοί κλάδοι της οικονομίας βίωσαν τεράστια προβλήματα στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης. Ο κλάδος του τουρισμού παρέμεινε ανεπηρέαστος από την οικονομική κατολίπηση της χώρας. Η τουριστική ανάπτυξη συνέχισε να σημειώνει ανοδική πορεία. Μάλιστα, η ανοδική πορεία του τουριστικού κλάδου ήταν μεγαλύτερη σε σχέση με την ανάπτυξη των χρόνων πριν την κρίση. Στην ίδια κατεύθυνση προβλέπεται η πορεία της τουριστικής ανάπτυξης και για το μέλλον. Οι έρευνες δείχνουν ότι ο τουριστικός τομέας συνεχίζει να αυξάνεται σταθερά μαζί με τον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα και να δημιουργηθεί απασχόληση και πυλώνες εσόδων για τους κατοίκους.

Τα δεδομένα που παρατίθενται στην παρούσα εργασία ξεκινούν από το 1996, έτσι ώστε να πραγματοποιηθεί μια λεπτομερειακή μελέτη για την τουριστική ανάπτυξη και πορεία της Ελλάδας. Παρατηρούμε ότι σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού οι αυξήσεις την περίοδο 1996-1997 αυξήθηκαν κατά 8,24%, την περίοδο 1997-1998 κατά 7,325, την περίοδο 1998-1999 κατά 10,93% και την περίοδο 1999-2000 κατά 7,63%. Οι αφίξεις από τις χώρες της Ευρώπης σημείωσαν μεγαλύτερη αύξηση συγκριτικά με τις αφίξεις από τις υπόλοιπες χώρες. Οι αφίξεις από τις χώρες της Ευρώπης αυξήθηκαν κατά 10,205 την περίοδο 1996-97, κατά 9,66% την περίοδο 1997-1998, κατά 11,26% την περίοδο 1998-199 και κατά 7,91% την περίοδο 1999-2000.

Στοιχεία του Οργανισμού WTO (World Tourism Organization) δείχνουν ότι η Ελλάδα ήταν το 2000 ο 15ος πιο δημοφιλής τόπος προορισμού παγκοσμίως με 12,2 εκατ. αφίξεις, παρουσιάζοντας μια άνοδο της τάξεως του 2,8% συγκριτικά με το 1999. Το ποσοστό αυτό αντιπροσωπεύει το 1,8% των παγκοσμίων αφίξεων. Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της ΕΣΥΕ οι αφίξεις την περίοδο Δεκέμβρης 2000 – Δεκέμβρης 2001 έφτασαν τα 14.033.378. Αν διευρύνουμε περισσότερο την

ανάλυση των δεδομένων, βλέπουμε ότι οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών το 2001 ήταν αυξημένες κατά 2,88% έναντι του 2000. Εδώ είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι οι αεροπορικές αφίξεις των αλλοδαπών αποτελούν το 79,83% του συνόλου των αφίξεων. Αν αναλύσουμε τις αφίξεις σε εισόδημα, θα παρατηρήσουμε ότι οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες την περίοδο 2000-2001 αυξήθηκαν κατά 1,9%. Με αυτά τα ποσοστά η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων στον κόσμο.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού για την απασχόληση στον κλάδο «Ξενοδοχεία και Εστιατόρια». Σύμφωνα με αυτά βλέπουμε ότι η απασχόληση στον αναφερόμενο κλάδο αυξήθηκε από 252.652 άτομα το 2000 σε 254.984 το 2001 (δηλαδή κατά 0,9%) και σε 272.717 το 2002 (αύξηση κατά 7%). Το 53,8% των απασχολουμένων στον εν λόγω κλάδο το 2002 είναι άνδρες και το 46,2% είναι γυναίκες. Σ' ότι αφορά τη θέση των απασχολουμένων στην επιχείρηση παρατηρούμε ότι το 57,4% των απασχολουμένων το 2002 είναι μισθωτοί, το 20,1% αυτοαπασχολούμενοι χωρίς προσωπικό, το 11,3% αυτοαπασχολούμενοι με προσωπικό και το 11,1% είναι βοηθοί στην οικογενειακή επιχείρηση. Το 2015 ο κλάδος του τουρισμού απασχολούσε 657 χιλιάδες. Ο αριθμός αυτός αντιπροσώπευε περίπου το 16% της παραγωγής της χώρας κατά το ίδιο έτος.

Σύμφωνα με στοιχεία του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού, το 2015 η Ελλάδα υπήρξε ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, αφού κατείχε την 7 θέση ανάμεσα στους 10 πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Ευρώπης. Η Ευρώπη ως ήπειρος κατείχε την πρώτη θέση στον παγκόσμιο τουρισμοί, ενώ ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών ήταν στην Ελλάδα με ποσοστό 51%. Στην Ελλάδα ο αριθμός των τουριστών το 2015 ήταν παραπάνω από το διπλάσιο του πληθυσμού της χώρας (UNWTO, 2016). Ο αριθμός των τουριστών στη χώρα έχει αυξηθεί κατά 10 εκατομμύρια τα τελευταία 15 χρόνια. Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία το 2015, 23,5 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφτηκαν την Ελλάδα. Την δεκαπενταετία από το 2000 έως το 2015 σημειώθηκε συνολικό εισόδημα τουριστικών εσόδων 6,5 δισ. Δολαρίων στην Ελλάδα. Το μεγαλύτερο ποσό εισοδήματος υπήρξε το έτος 2014 το οποίο έφτασε τα 17.7 δισεκατομμύρια δολάρια. Όμως, τα στοιχεία δείχνουν ότι ο αριθμός των τουριστών και των εισοδημάτων δεν είναι πάντα ανάλογος, κυρίως αν λάβουμε υπόψη τον αριθμό τουριστών που επισκέφθηκαν τη χώρα τα τελευταία χρόνια και το

συνολικό τουριστικό εισόδημα. Ιδιαίτερα εντυπωσιακή είναι η ετήσια αύξηση κατά 6%, που επιτεύχθηκε το 2017, στη συνολική συμβολή του τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, που ήταν πολύ υψηλότερη των ρυθμών ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, και σχεδόν διπλάσια του παγκόσμιου μέσου όρου (ο τομέας των ταξιδιών και του τουρισμού συνέβαλε στο 10,4% της παγκόσμιας οικονομίας το 2017). Επίσης, οι ταξιδιωτικές δαπάνες των ξένων επισκεπτών έφτασαν τα 17,1 δις. ευρώ, αντιπροσωπεύοντας το 28,4% των συνολικών εξαγωγών. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τομέας των ταξιδιών και του τουρισμού αφορά συνολικά σε 935.000 θέσεις εργασίας και αντιστοιχεί στο 24,8% της συνολικής απασχόλησης. Αναμένεται δε, να δημιουργήσει περίπου 332.000 νέες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα την επόμενη δεκαετία. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2014 φαίνεται ότι υπάρχουν σημαντικές αυξήσεις στον αριθμό των τουριστών μεταξύ των μηνών Ιουνίου και Σεπτεμβρίου. Ο συνολικός αριθμός των τουριστών που φθάνουν στην Ελλάδα κατά τους τέσσερις μήνες μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου είναι 15,4 εκατομμύρια. Οι ελάχιστες αφίξεις τουριστών είναι μεταξύ Δεκεμβρίου και Φεβρουαρίου. Ο αριθμός των τουριστών που ήρθαν στην Ελλάδα είναι 4,8 εκατομμύρια τον Αύγουστο και 4,2 εκατομμύρια τον Ιούλιο. Ο κρουαζιερόπλοιος τουρισμός, ο οποίος αποτελεί σημαντικό μέρος της τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας, παρουσιάζει μείωση το 2013 και το 2016. Το 2013, 5.6 εκατομμύρια τουρίστες έφτασαν στην Ελλάδα με 4.288 κρουαζιερόπλοια. Με αριθμό 1.320 τουριστών ανά πλοίο, ο κρουαζιερόπλοιος τουρισμός επηρεάστηκε από τις αρνητικές εξελίξεις κυρίως στην ανατολική Μεσόγειο και την επιθυμία των Συριακών προσφύγων να μετακινηθούν στην Ευρώπη μέσω των ελληνικών νησιών. Το 2014 σημειώθηκε μείωση -12,9%, ενώ το 2015 σημειώθηκε αύξηση του αριθμού των τουριστών κατά 0,5% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Το 2016, 5,1 εκατομμύρια τουρίστες κρουαζιερόπλοιων επισκέφθηκαν την Ελλάδα, αριθμός που ισοδυναμεί με αύξηση 4,8% σε σύγκριση με το 2014. Ο σημαντικότερος λόγος για τη μείωση των κατά κεφαλήν δαπανών είναι η αύξηση των φορολογιών ως αποτέλεσμα της αύξησης του ΦΠΑ από την ελληνική κυβέρνηση. Ως δεύτερος λόγος, μπορεί να θεωρηθεί ο χρόνος που περνούν στην Ελλάδα ή η μείωση των τιμών στην Ελλάδα. Εξετάζοντας τα στοιχεία που δείχνουν τις κατά κεφαλήν δαπάνες των τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα, αποδεικνύεται ότι οι κατά κεφαλήν δαπάνες γενικά

μειώνονται. Τα περισσότερα έσοδα ανά άτομο προέρχονται από τουρίστες που έρχονται από την Αυστραλία, τις ΗΠΑ, τον Καναδά και τη Ρωσία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση

Η τουριστική ζήτηση επηρεάζεται από μια σειρά παραγόντων. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι οικονομικοί όπως το εισόδημα των τουριστών, οι τιμές των τουριστικών προϊόντων κλπ. Η αύξηση των εισοδημάτων αλλά και η αυξανόμενη διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου αποτέλεσαν τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης τα τελευταία πενήντα χρόνια. Παράλληλα, η τεχνολογική πρόοδος, ιδιαίτερα στις αεροπορικές μεταφορές, ήδη από τη δεκαετία του 1960, έδωσε τη δυνατότητα μετάβασης σε εύλογο χρονικό διάστημα σε μακρινούς τόπους με ελκυστικά χαρακτηριστικά για ξεκούραση και αναψυχή (Vellas, 2007). Πρώτα όμως θα παρουσιαστούν τα βασικά στοιχεία της τουριστικής ζήτησης διότι αποτελούν τα βασικά στοιχεία που επηρεάζονται από τους διάφορους παράγοντες. Τα βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης, λοιπόν, είναι:

- Ενεργός ή Πραγματική Ζήτηση: άνθρωποι που μετέχουν στον τουρισμό (στατιστικά για αναχωρήσεις και αφίξεις)
- Συγκαλυμμένη (ή Δυνητική) Ζήτηση: πληθυσμός που δεν μπορεί να ταξιδέψει λόγω κάποιων καταστάσεων (οικονομικών, προσωπικών κ.α.) Μπορεί να μετατραπεί σε ενεργό ζήτηση
- Μη ζήτηση: πληθυσμός που δεν επιθυμεί ή δεν μπορεί να ταξιδέψει

Στη συνέχεια αναφέρονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης. Ένας μελετητής ο οποίος ασχολήθηκε με τους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση είναι ο Cunha (2001). Οι καθοριστικοί παράγοντες ή αλλιώς προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι:

- Οικονομικοί Προσδιοριστικοί Παράγοντες: Διαθέσιμο εισόδημα, ιδιωτική κατανάλωση, κόστος ζωής σε σχέση με τους προορισμούς, κόστος

μεταφοράς, τιμές σε ανταγωνιστικούς προορισμούς, διαφορές συναλλάγματος κ.α.

- Κοινωνικο-ψυχολογικοί παράγοντες: κίνητρα, ταξιδιωτικές προτιμήσεις, εικόνα & αντίληψη προορισμών, ποσότητα ελεύθερου & ταξιδιωτικού χρόνου, προηγούμενη εμπειρία, φυσική κατάσταση, επιδιωκόμενα οφέλη
- Εξωγενείς Παράγοντες (επιχειρηματικό περιβάλλον): Οικονομική ανάπτυξη & σταθερότητα προορισμού, πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον, προσβασιμότητα, τεχνολογική πρόοδος, ύφεση, φυσικές καταστροφές, πόλεμος, περιορισμοί, κανόνες & εμπόδια, κοινωνικά και πολιτιστικά θέλγητρα, ειδικοί παράγοντες (πχ. Mega-events) κ.α.
- Παράγοντες που σχετίζονται με το τουριστικό προϊόν, όπως η απόσταση, το κόστος ζωής στη χώρα υποδοχής, το επίπεδο τομών, το επίπεδο πληροφόρησης κλπ.
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων και η βελτίωση των εισοδημάτων τους επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες.

Η Ελλάδα, εκτός από τους παραπάνω παράγοντες, παρουσιάζει συμπληρωματικά και τους εξής:

- Η τουριστική μονοκαλλιέργεια (Ηλιο και Θάλασσα)
- Η μέση διάρκεια παραμονής των αλλοδαπών τουριστών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες και η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.
- Υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης που κατευθύνεται σε προορισμούς στους οποίους κυριαρχεί ο μαζικός παραθεριστικός τουρισμός.
- Αυξανόμενη εποχικότητα της ζήτησης

3.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά

Η τουριστική προσφορά δεν είναι ανεπηρέαστη. Υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες οι οποίοι επιδρούν καθοριστικά στην τουριστική προσφορά. Σε αυτό το σημείο ακολουθεί μια σύντομη αναφορά σε αυτούς τους παράγοντες διότι αποτελούν το

δεύτερο κομμάτι των προσδιοριστικών παραγόντων της τουριστικής ανάπτυξης. Έτσι, οι παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά απαριθμούνται ως εξής:

- Οι βελτιώσεις στα μεταφορικά μέσα και η μείωση του κόστους μεταφοράς.
- Η αύξηση των τουριστικών καταλυμάτων.
- Η αύξηση της τουριστικής προσφοράς των τουριστικών πακέτων – διακοπών.
- Τα φυσικά χαρακτηριστικά της περιοχής.
- Τα κατασκευαστικά στοιχεία όπως μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, δημόσια πάρκα κλπ.
- Ο φυσικός και πολιτιστικός πλούτος μιας περιοχής.
- Τα ήθη και τα έθιμα της περιοχής
- Η βασική και ειδική τουριστική υποδομή μιας περιοχής.
- Η ευκολία πρόσβασης σ' ένα τουριστικό προορισμό.
- Το κόστος της επίσκεψης.

Η ανάπτυξη του τουρισμού εξαρτάται τόσο από την τουριστική ζήτηση όσο και από την τουριστική προσφορά. Αν υποθέσουμε ότι ένα κομμάτι της τουριστικής ανάπτυξης επηρεάζεται από την τουριστική ζήτηση, το δεύτερο κομμάτι επηρεάζεται από την τουριστική προσφορά. Στην πραγματικότητα, η τουριστική ζήτηση και προσφορά είναι έννοιες αλληλένδετες και εξαρτώμενες η μια από την άλλη. Ειδικότερα, σε περίπτωση που αναζητούμε τα αίτια της κρίσης ή μείωσης της τουριστικής ανάπτυξης, στην πλευρά της ζήτησης μπορούμε να προσδιορίσουμε τα αίτια της κρίσης στη στροφή των ξένων τουριστών προς τις ανταγωνίστριες χώρες, στη μείωση του μαζικού τουρισμού και στη γενικότερη οικονομική κρίση. Ενώ, στην πλευρά της προσφοράς υπάρχει υπερπληθώρα τουριστικών υπηρεσιών ιδιαίτερας χαμηλής ποιότητας και μη συνδεδεμένων με άλλες δραστηριότητες.

3.3 ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η επίδραση του διαδικτύου στην τουριστική ανάπτυξη

Το διαδίκτυο αποτελεί πλέον βασικό κομμάτι της σύγχρονης πραγματικότητας σε όλους τους τομείς. Στις μέρες μας το διαδίκτυο είναι ισχυρό μέσο ενημέρωσης και διαχείρισης της πληροφορίας που προκαλεί σημαντικές αλλαγές στον τουρισμό

(Buhalis D. κ.ά., 2005). Έτσι, κατέχει σημαντική θέση ανάμεσα στους παράγοντες που επηρεάζουν και την ανάπτυξη του τουρισμού. Το διαδίκτυο είναι ένα εργαλείο το οποίο είναι απαραίτητο να αξιοποιείται στον τουρισμό.

Το διαδίκτυο οφελεί τόσο τον καταναλωτή όσο και τον τουριστικό φορέα. Ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα άμεσης πληροφόρησης για προορισμούς αλλά και για επιλογές σε μετακινήσεις, διαμονή, δραστηριότητες αναψυχής, πακέτα διακοπών. Έτσι η χρήση του διαδικτύου του προσφέρει ευελιξία, πολλαπλές επιλογές αλλά και σύγκριση σε τιμές και ευκαιρίες. Με αυτό τον τρόπο ο σύγχρονος τουρίστας διαμορφώνει το δικό του πακέτο και πρόγραμμα σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις ανάγκες του. Ένα άλλο θετικό στοιχείο για τον τουρίστα είναι ότι ολοκληρωμένες πληροφορίες που ανανεώνονται συνεχώς για υπηρεσίες και ό,τι αφορά έναν προορισμό (εκδηλώσεις, καιρικές συνθήκες, εξυπηρετήσεις κ.λπ.) σε πραγματικό χρόνο. Αυτό ενισχύει ακόμη περισσότερο την εξατομίκευση της αναψυχής και του τουρισμού (Yeoman I., 2008).

Η χρήση του διαδικτύου και η εφαρμογή νέων τεχνολογιών πληροφορικής έχει φέρει σημαντικές αλλαγές και θετικές επιδράσεις και για τις επιχειρήσεις. Το ηλεκτρονικό (e)-επιχειρείν αποτελεί πλέον βασικό εργαλείο της τουριστικής επιχείρησης με σημαντικές ευκαιρίες ως προς την ευελιξία και την ενίσχυση της ανεξαρτησίας/αυτονομίας της επιχείρησης σε ένα διαρκώς αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον (Buhalis D., 2003). Οι αλλαγές αυτές έχουν και σημαντικές επιπτώσεις στη διάρθρωση και τη ροή της προσφοράς σε υπηρεσίες· για παράδειγμα, συρρικνώνοντας τον παραδοσιακό ρόλο των ενδιάμεσων κρίκων της αλυσίδας (π.χ. τα ταξιδιωτικά γραφεία). Επιπρόσθετα, το διαδίκτυο αποτελεί ένα πολύτιμο έργο διαφήμισης και προβολής για τις επιχειρήσεις, όχι μόνο σε τοπικό επίπεδο αλλά σε παγκόσμιο επίπεδο με ελάχιστα έξοδα.

Με την εμπλοκή του διαδικτύου στις τουριστικές δραστηριότητες, εν συντομία, μπορούμε να διακρίνουμε τα εξής οφέλη:

- την αύξηση των πωλήσεων
- την γρηγορότερη, ευκολότερη και φθηνότερη ενημέρωση των πελατών
- την ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης
- τη δοκιμή νέων προϊόντων και υπηρεσιών

- την απεξάρτηση από τους παραδοσιακούς φορείς οργάνωσης ταξιδιών
- τη δοκιμή νέων αγορών
- τη μείωση του κόστους πωλήσεων, αφού η αμεσότητα της επαφής με τον πελάτη μειώνει δραστικά τον κύκλο των ενδιαμέσων.
- την αύξηση της γνώσης του καταναλωτή γύρω από την τουριστική αγορά της περιοχής της επιχείρησης
- την παροχή υπηρεσιών μετά την πώληση και στην εφαρμογή δημόσιων σχέσεων με πελάτες που ήδη υπάρχει
- την εύκολη παρακολούθηση των ενεργειών των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που έχουν δικές τους ηλεκτρονικές διευθύνσεις
- την άμεση προσαρμογή σου στις αλλαγές της αγοράς, ιδιαίτερα στην πολιτική τιμών που εφαρμόζεται από τις διάφορες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις
- την έγκυρη, ουσιαστικότερη και πλουραλιστική πληροφόρησή των πελατών και των επιχειρήσεων, καθώς και στη συλλογή ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων για την ηλεκτρονική σου πελατεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΤΑΣΕΙΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τάσεις και προβλέψεις για το μέλλον του τουρισμού

Όπως φαίνεται από τη μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας, των ερευνών και των στατιστικών στοιχείων, οι τάσεις ανάπτυξης του τουρισμού στο μέλλον θα είναι θετικές. Προβλέπεται ότι η τουριστική ανάπτυξη τόσο παγκοσμίως όσο και στην Ελλάδα θα ακολουθήσει αύξουσα πορεία.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από το παγκόσμιο ΑΕΠ μπορούμε να επιβεβαιώσουμε την παραπάνω πρόβλεψη. Αν εστιάσουμε στις αφίξεις των διεθνών τουριστών το 2008 είναι εύκολο να δούμε ότι ξεπέρασαν τα 924 εκατομμύρια συμβάλλοντας (μαζί με τις αερομεταφορές) πάνω από ένα τρις δολάρια ΗΠΑ στην παγκόσμια οικονομία (UNWTO, 2008). Ο διεθνής τουρισμός έχει τριπλασιαστεί μέσα σε είκοσι πέντε χρόνια (1975-2000) και σύμφωνα με πρόσφατες προβλέψεις (UNWTO, 2008) αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται με υψηλούς ρυθμούς. Με βάση τις προβλέψεις αυτές οι αφίξεις παγκοσμίως αναμένεται να διπλασιαστούν σχεδόν στα επόμενα δεκαπέντε έως είκοσι χρόνια και ξεπέρασε τα 1,6 δις σε διεθνείς αφίξεις περίπου το

2020 (UNWTO, 2008). Οι προβλέψεις αυτές υπογραμμίζουν, αφενός, το δυναμισμό του τουρισμού, και αφετέρου, μια εδραιωμένη πίστη ότι παρά τα ενδεχόμενα βραχυχρόνια σκαμπανεβάσματα ο τουρισμός θα αναπτύσσεται μακροχρόνια, πιο γρήγορα από την παγκόσμια οικονομία.

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία, ο τουρισμός θα ακολουθήσει αύξουσα πορεία σε παγκόσμιο επίπεδο, ενώ διάφορες περιοχές του κόσμου αναμένεται να έχουν διαφορετική αύξηση. Συγκεκριμένα, ορισμένες περιοχές αναμένεται να αναπτύσσονται ταχύτερα τουριστικά, κυρίως οι μακρινοί προορισμοί και άλλες περιοχές αναμένεται να αυξάνονται με πιο αργά βήματα.

Οι δείκτες δυναμισμού της τουριστικής ανάπτυξης οι οποίοι πρέπει να λαμβάνονται υπόψη είναι ο αριθμός των αφίξεων, το σχετικό μέγεθος (βάσης) και με τα έσοδα από τον τουρισμό. Η Ευρώπη συγκεντρώνει το 53,6% των διεθνών αφίξεων (484,4 εκατομμύρια το 2007) και περισσότερο από το 50% των εσόδων (UNWTO-Tourism Highlights 2008). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει πως οι διεθνείς αφίξεις στην Ευρώπη θα ξεπεράσουν τα 717 εκατομμύρια το 2020. Αν και υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστικοί προορισμοί, η Ευρώπη προβλέπεται πως θα συνεχίσει να κατέχει την σημαντικότερη θέση στις προτιμήσεις των τουριστών ως τουριστικού προορισμού. Η Ευρώπη, συν τοις άλλοις, αντιπροσωπεύει τον μεγαλύτερο τουριστικό προορισμό ανά τον κόσμο.

Για την μελλοντική πορεία της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα παίζει καθοριστικό ρόλο η συμπεριφορά της μεσογειακής Ευρώπης, που σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία δέχεται το 1/3 των τουριστών του συνόλου της Ευρώπης αλλά αυξάνεται ταχύτερα από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Επιπλέον, λαμβάνοντας υπόψη τις προσπάθειες που καταβάλλονται από τους επίσημους και ανεπίσημους φορείς τουρισμού, αναμένεται ότι η Ελλάδα θα συνεχίσει να προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών, σημειώνοντας παράλληλα ανοδική πορεία. Ειδικότερα, η περιοχή της Θεσσαλονίκης η οποία ήδη έχει ένα ποσοστό προσέλκυσης τουριστών, προβλέπεται ότι θα σημειώσει μικρή ανοδική πορεία στα επόμενα χρόνια ή θα παραμείνει στάσιμη η τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή, αν δεν ξεπεραστούν ορισμένα εμπόδια π.χ. το ανολοκλήρωτο έργο του μετρό, ο κορεσμός σε χαμηλής ποιότητας καταλύματα όπως τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, η έλλειψη ποικιλίας εναλλακτικών δραστηριοτήτων.

Συμπεράσματα

Από τη μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας, των ερευνών, των στατιστικών στοιχείων και των μελετών σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη με ιδιαίτερη έμφαση στην περίπτωση της Θεσσαλονίκης, προκύπτουν ορισμένα συμπεράσματα. Αυτά απαριθμούνται στη συνέχεια, έτσι ώστε να γίνουν κατανοητά από τον αναγνώστη.

- Πρώτα, θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός αποτελεί ζωτικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας. Είναι η πηγή εσόδων τόσο για τους πολίτες, τις επιχειρήσεις τόσο για το κράτος. Η συμβολή της στην οικονομία των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας. Ενώ, η συμβολή της στην εθνική οικονομία και στο ΑΕΠ είναι καθοριστική.
- Δεύτερον, ο τουρισμός βοηθά στην καταπολέμηση και μείωση της ανεργίας. Ορισμένες από τις εργασίες που προσφέρονται στον τομέα του τουρισμού είναι εποχικές ενώ άλλες μόνιμες.
- Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού οδήγησε στην αστικοποίηση και στην ερήμωση των αγροτικών περιοχών. Μια διαφορετική πνοή όμως έδωσαν οι διάφορες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες πραγματοποιούνται κατά κύριο λόγο εκτός μεγάλων αστικών κέντρων.
- Οι υποδομές των τουριστικών περιοχών αναπτύχθηκαν έτσι ώστε να είναι σε θέση να παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες στους τουρίστες. Αυτό οδήγησε και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των μόνιμων κατοίκων.
- Ο εναλλακτικός τουρισμός άρχισε να παίρνει μεγάλες διαστάσεις στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Σημαντικοί παράγοντες για αυτή την εξέλιξη είναι οι φυσικές ομορφιές της χώρας, η πλούσια ιστορική, θρησκευτική και πολιτισμική παράδοση της και τις παράλληλες δυνατότητες που παρέχονται.
- Ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός είναι οι τρεις από τις μεγαλύτερες κατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες αναπτύσσονται στην Ελλάδα.
- Στη Θεσσαλονίκη γνωρίζει μεγάλη άνθηση ο θρησκευτικός τουρισμός λόγω του μεγάλου αριθμού ναών με ιστορική σημασία.
- Στη Θεσσαλονίκη αναπτύσσονται επίσης, ο συνεδριακός τουρισμός και ο εκθεσιακός τουρισμός. Οι υποδομές της πόλης και η ύπαρξη συνεδριακών και

εκθεσιακών κέντρων διαδραματίζουν τον κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη αυτών των μορφών του εναλλακτικού τουρισμού.

- Η ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης προσφέρεται ιδιαίτερα για τον οικολογικό τουρισμό. Ήδη έχει αναπτυχθεί αρκετά και υπάρχουν οργανωμένες εκδρομές και περιηγήσεις σε ανάλογα σημεία ενδιαφέροντος.
- Επιπλέον, στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης καλλιεργείται ο αγροτουρισμός. Ο κλάδος αναπτύσσεται εύκολα διότι υπάρχει παραγωγή ποικίλων αγροτικών προϊόντων και έχουν πραγματοποιηθεί επενδύσεις σε αγροτουριστικές επιχειρήσεις.
- Η περιοχή της Θεσσαλονίκης παρουσιάζει μεγάλο δυναμικό ανάπτυξης του εκπαιδευτικού τουρισμού. Ήδη έχουν σημειωθεί ορισμένα βήματα για την ανάπτυξη του είδους, αλλά δεν συναντώνται ακόμη οργανωμένα παραδείγματα, ενώ το είδος του εκπαιδευτικού τουρισμού προσφέρεται για περαιτέρω ανάπτυξη.
- Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που έχει προσελκύει πολλούς και για αυτό τον λόγο απαιτεί περισσότερη οργάνωση και προσφορά.
- Άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είτε δεν εμφανίζονται στην περιοχή είτε σπανίζουν. Όμως ύστερα από διεξοδική μελέτη θα μπορούσαν να γίνουν επενδύσεις και σε αυτές ή κάποιες από αυτές διότι η περιοχή της Θεσσαλονίκης έχει ήδη ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών που την επισκέπτονται κάθε χρόνο και με την ορθολογική χρήση των δυνατοτήτων της θα μπορούσε να φιλοξενήσει ακόμη περισσότερους.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση και ελληνική βιβλιογραφία

Andriotis, K., 2003. Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του.

Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, Ecotourism, and protected areas: The state of nature based tourism around the world and guidelines for its development. IUCN. Gland. Switzerland.

Kefala, M. and Κεφαλα, Μ., 2013. Μάρκετινγκ και συμπεριφορά του καταναλωτή στον τουρισμό.

Marson, D., 2011. From mass tourism to niche tourism. *Research themes for tourism*, pp.1-11.

Steiger, R., 2012. Scenarios for skiing tourism in Austria: integrating demographics with an analysis of climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(6), pp.867-882.

Tremblay, P., 1998. The economic organization of tourism. *Annals of tourism research*, 25(4), pp.837-859.

Yeoman, I., 2009. *Tomorrow's tourist: scenarios & trends*. Routledge.

Zagalaki, T., Ζαγαλάκη, Θ., Αεράκη, Μ. and Αεράκη, Μ., 2011. Μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών στο διαδίκτυο: αξιολόγηση των επίσημων ιστότοπων τουριστικής προβολής των μεσογειακών χωρών.

Γαλανάκη, Ε. and Galanaki, E., 2011. Από τη διοίκηση προσωπικού στη διοίκηση ανθρώπινων πόρων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Γεωργακόπουλος, Α.Θ., 2013. Πράσινο τουρισμός: διαχείριση και προοπτικές.

Γλύπτου, Κ. and Καραγάλης, Ν., 2016. 13η Διδακτική Ενότητα. Η Βιώσιμη ανάπτυξη προορισμών και ο ρόλος του τουριστικού επιχειρείν.

Ελληνική Τράπεζα Βιομηχανικής Ανάπτυξης (Ε.Τ.Β.Α). Μεταβολή του Πρότυπου του Μαζικού Τουρισμού, εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Ζαχαράτος, Γ. and Τσάρτας, Π., 1999. Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής ανάπτυξης. τόμος Γ', *Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα*.

Κούτουλας, Δ., 2001. *Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού μάρκετινγκ* (Doctoral dissertation, Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Σχολή Επιστημών της Διοίκησης. Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων).

Μητρογιάννης, Κ., 2017. Η επιρροή του μείγματος μάρκετινγκ στην επιλογή τουριστικού καταλύματος.

Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ). Διερεύνηση Σκοπιμότητας Ίδρυσης Ειδικών Σχολών Τουριστικής Εκπαίδευσης, αγροτικός τουρισμός, ορεινός τουρισμός, θρησκευτικός – πολιτιστικός τουρισμός. Planet A.E – Intergration E.Π.Ε, Νοέμβριος 1994

Παναγιωτίδου, Κ.Ε., 2010. Στάσεις και αντιλήψεις των επισκεπτών για την προστατευόμενη περιοχή της παραλίας Ρεθύμνου.

Παπουτσάκη, Κ. and Παρουτσάκη, Κ., 2010. Αειφορία και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στα Χανιά.

Σπανέα, Ρ.Α., 2016. Μελέτη τουριστικής ζήτησης Δυτικής Μακεδονίας (2005-2015).

Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Σταυρινούδης, Θ. and Πρωΐου, Ε., 2016. 1η διδακτική ενότητα. Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις.

Τσάρτας, Π., Λαγός, Δ., Σταυρινούδης, Θ. and Πρωΐου, Ε., 2016. Μια εισαγωγή στον τουρισμό. Βασικές έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις.

Τσουπρακάκου, Χ. and Τσουπρακάκου, C., 2008. Τουριστική οικονομία.

Χατζησωτηρίου, Π., 2014. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στη διαμόρφωση του ελληνικού ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών.

Χλέτσος, Μ. και Παλυβός, Θ. Τεχνολογική προοπτική διερεύνηση στην Ελλάδα. Έκθεση ΟΕ Τουρισμός.

Διαδικτυακή βιβλιογραφία

FRONTEX <https://frontex.europa.eu/>

<https://inthessaloniki.com/el/item/%CE%B8%CE%B5%CF%83%CF%83%CE%B1%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%BA%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/>

Ο σύγχρονος τουρισμός και η Ελλάδα ως προορισμός

<https://static.eudoxus.gr/books/19/chapter-58519.pdf>

ΕΛΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/>

WTO <http://www2.unwto.org/>

ΔΕΘ HELEXPO <https://tif.helexpo.gr/>

Υπουργείο Τουρισμού <http://www.mintour.gov.gr/>