



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ
ΤΩΝ ΧΑΝΙΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγήτρια: Ευαγγελία Καλλιδονάκη, 1724

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©

2016



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF
CRETE**

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND
ECONOMICS**

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

URBAN TOURISM IN CHANIA

DIPLOMA THESIS

Student: Evangelia Kallidonaki, 1724

Supervisor: Dr. Nikolaos Trihas

©

2016

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επιπλέον βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Θέμα της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού, ειδικότερα του αστικού τουρισμού στην πόλη των Χανίων. Αρχικά, γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως εναλλακτικού προτύπου τουριστικής ανάπτυξης από τον μαζικό τουρισμό. Στη συνέχεια, διερευνώνται μέσω δευτερογενών πηγών τα χαρακτηριστικά του αστικού τουρισμού, καθώς και οι τουριστικοί πόροι στην πόλη των Χανίων. Για την πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση του θέματος, διεξήχθη αριθμός συνεντεύξεων σε πληροφορητές – εκπροσώπους φορέων, διευθυντές ξενοδοχείων και υπεύθυνους τουριστικών γραφείων – ώστε να καταγραφούν και οι δικές τους απόψεις. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση παρουσιάζουν ενδιαφέρον, καθώς σταδιακά- συστηματικά αρχίζει να αναπτύσσεται ο αστικός τουρισμός στα Χανιά.

Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, αστικός τουρισμός, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Χανιά, πόλη

ABSTRACT

The subject of this thesis is the development of alternative tourism, in particular the urban tourism in the city of Chania. Initially, there is a theoretical approach of special and alternative forms of tourism as an alternative tourism development model from mass tourism. Then, features of urban tourism and the tourist resources in the city of Chania are explored through secondary sources. For the most comprehensive approach, a number of interviews conducted in key informants - representatives of institutions, hotel managers and managers of travel agencies in order to record and their own opinions. The conclusions resulting from the analysis are of special interest as urban tourism begins to develop over time in Chania.

Key words: tourism, urban tourism, alternative tourism, chania, city

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	11
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	12
1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ	13
ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΙΣΤΟΡΙΚΟ	13
1. Η έννοια του τουρισμού.....	13
1.1.Ο μαζικός τουρισμός.....	14
1.2 Ειδικές μορφές τουρισμού	16
1.2.1.Κοινωνικός τουρισμός (social tourism):.....	17
1.2.2.Τουρισμός υγείας (health tourism):	18
1.2.3.Εκπαιδευτικός/επιστημονικός τουρισμός (educational tourism):.....	24
1.2.4.Θρησκευτικός τουρισμός (religious tourism):.....	25
1.2.5.Συνεδριακός τουρισμός (congress and convention tourism)	28
1.2.6.Εκθεσιακός τουρισμός (exhibition tourism).....	30
1.2.7.Τουρισμός κινήτρων (incentive tourism).....	32
1.2.8.Επαγγελματικός τουρισμός (business travel)	33
1.2.9.Θεματικός τουρισμός (theme tourism)	34
1.3 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού	35
1.3.1.Αγροτουρισμός/αγροτικός τουρισμός (agri-tourism).....	36
1.3.2.Τουρισμός υπαίθρου (outdoor tourism).....	38
1.3.3.Αθλητικός τουρισμός (sports tourism)	39
1.3.4.Περιηγητικός τουρισμός (sight seeing tourism)	40
1.3.5.Θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism).....	41
1.3.6.Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός (ecotourism)	41
1.3.7.Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism).....	43
1.3.8.Ορεινός τουρισμός (mountain tourism).....	44

1.3.9.Χειμερινός τουρισμός (winter tourism)	45
1.3.10.Ορειβατικός τουρισμός (naturism tourism)	46
1.3.11.Τουρισμός περιπέτειας (adventure tourism)	47
Κεφάλαιο 2	50
Αστικός Τουρισμός Ή Τουρισμός Πόλεων (City Break).....	50
2.1.Εισαγωγή	50
2.2. Χαρακτηριστικά του αστικού τουρισμού	50
2.3. Υποδομές- πόροι, η προσβασιμότητα(μεταφορά) και τα καταλύματα.....	52
2.4. Χωρική- Χρονική διάσταση και αγορά-στόχος.....	52
Κεφάλαιο 3	54
Η πόλη των Χανίων.....	54
3.1. Εισαγωγή	54
3.2. Παλιά πόλη των Χανίων	54
3.3. Κουμ-καπί	55
3.4.Η σύγχρονη πόλη	56
3.5.Δημοτικός κήπος.....	56
3.6.Δημοτική Αγορά και Δικαστήρια	56
3.7.Χαλέπα και Ταμπακαριά.....	57
3.8.Η ψυχαγωγία-διασκέδαση	57
3.9. Μορφές τουρισμού στα Χανιά.....	58
3.10. Τουριστικές υποδομές στα Χανιά.....	60
3.10.1.Αεροδρόμιο	60
3.10.2.Λιμάνι	60
3.10.3.Λεωφορεία	60
3.10.4.Ταξί.....	61
3.10.5.Ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα	61

3.10.6.Καταλύματα στα Χανιά	61
3.10.7.Εστιαση στα Χανιά	62
3.11. Προφίλ των επισκεπτών.....	62
3.11.1Διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο των Χανίων.....	62
Κεφαλαιο 4	66
Μεθοδολογια της ερευνας	66
4.1 Εισαγωγή	66
4.2 Τι είναι και ποιος ο σκοπός της ποιοτικής έρευνας.	66
4.3. Διαδικασία της ποιοτικής έρευνας.	68
4.3.1. Η σε βάθος συνέντευξη (In Depth Interview)	68
4.3.2. Ομάδες εστίασης και ομαδικές συνεντεύξεις (focus groups)	69
4.3.3. Προβολικές τεχνικές.....	69
4.3.4. Μελέτη περίπτωσης	70
4.3.5. Συμμετοχική παρατήρηση	71
4.4 Μεθοδολογία της έρευνας	71
4.5. Οι περιορισμοί της έρευνας	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	74
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	74
5.1 Εισαγωγή	74
5.2 Αποτελέσματα της έρευνας	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	78
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	78
6.1 Εισαγωγή	78
6.2. Προτάσεις	78
6.2.1. Προτάσεις προς τους φορείς του Ν.Χανίων	78
6.2.2. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	79

Βιβλιογραφία	81
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	84

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Αριθμός ξενοδοχείων ανάλογα με την κατηγορία τους	61
Πίνακας 1.2. Κατηγορία Αστέρια και το δυναμικό κάμπινγκ για επισκέπτες.....	61
Πίνακας 2. Αφίξεις αλλοδαπών με charters στο αεροδρόμιο Χανίων ανά εθνικότητα (Ιανουάριος – Δεκέμβριος 2012- 2013).....	63
Πίνακας 3: Στοιχεία πληροφορητών έρευνας.....	72

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1. Αφίξεις αλλοδαπών ανά εθνικότητα στο αεροδρόμιο Χανίων.....	64
Γράφημα 2. Αφίξεις Σκανδιναβών και μη Σκανδιναβών με charters στο αεροδρόμιο Χανίων	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΙΣΤΟΡΙΚΟ

1. Η έννοια του τουρισμού

Σε αυτό το κεφάλαιο θα επικεντρωθούμε στην έννοια του τουρισμού, γενικότερα τον μαζικό, τις εναλλακτικές μορφές και τις ειδικές μορφές τουρισμού. Υπάρχει η δυσκολία ορισμού διότι ο τουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο και πολυσύνθετο φαινόμενο. Γενικά, αν ληφθούν υπόψη τα κοινά στοιχεία των διαφόρων ορισμών που διαχρονικά έχουν ειπωθεί, τότε ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ότι είναι «ένα πολυπρισματικό οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής που τους ικανοποιούν ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες, μέσα από συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση σε ξένο γεωγραφικό χώρο και παραμονή τους για χρονικό διάστημα μέχρι ένα έτος, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές, θρησκευτικές κ.λπ.» (Λαγός, 2005). Διεθνώς, υπάρχουν οι εξής διακρίσεις του τουρισμού (W.T.O, 1995:26):

- **Εγχώριος τουρισμός** (domestic tourism), που αφορά τους κατοίκους μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- **Εξερχόμενος τουρισμός** (outbound tourism), που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν σε άλλη χώρα (π.χ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στην Ιταλία).
- **Εισερχόμενος τουρισμός** (inbound tourism), που αφορά τους αλλοδαπούς οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (π.χ. ένας Ιταλός που ταξιδεύει στην Ελλάδα).
- **Διεθνής τουρισμός** (international tourism) που ονομάζεται ο εξερχόμενος (outbound tourism) και ο εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism) (Λαγός, 2005).

Επίσης, πέραν των ανωτέρω μορφών, υπάρχουν και οι ακόλουθες διακρίσεις (Λαγός, 2005):

- **Εσωτερικός τουρισμός** (internal tourism), που καλύπτει τόσο τον εγχώριο (domestic tourism), όσο και τον εισερχόμενο ή τον προς τα έσω τουρισμό (inbound tourism).
- **Εθνικός τουρισμός** (national tourism), που καλύπτει τόσο τον εγχώριο (domestic tourism), όσο και τον εξερχόμενο ή τον προς τα έξω τουρισμό (outbound tourism).

Επιπλέον, υπάρχουν οι κατηγοριοποιήσεις του τουρισμού σε μορφές. Οι διάφορες μορφές τουρισμού σχετίζονται με τα κίνητρα και τις ανάγκες που έχει κάθε άτομο να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι. Αυτές οι μορφές είναι τρεις: ο μαζικός τουρισμός (mass tourism), ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων (special interest tourism) και ο εναλλακτικός τουρισμός (alternative tourism). Επισημαίνεται ότι μπορούμε να διατυπώσουμε τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και τον εναλλακτικό τουρισμό με τον όρο *ειδικές μορφές τουρισμού* (special interest tourism) (Λαγός, 2005).

1.1.Ο μαζικός τουρισμός

Ο μαζικός τουρισμός εκφράζει την παραδοσιακή αγορά διακοπών, δηλαδή τα 3S (sun, sea, sand), τα οποία έχουν να κάνουν μόνο με ξεκούραση, αναψυχή και διασκέδαση. Επίσης, χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών. Ο ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, δηλαδή του ταξιδιού. Συνήθως, η διαμονή τους είναι σε παράκτιες περιοχές και υπάρχει η εποχικότητα. Εν συνέχεια τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί το σύστημα GIT (group inclusive tours), που προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες, δηλαδή πακέτα που περιλαμβάνουν το τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και τη μεταφορά. Αναπτύχθηκε γρήγορα μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, αυτό βοήθησε να πάρει ένα οργανωμένο χαρακτήρα (Λαγός, 2005, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης και Λύτρας, 1999, Βενετσανοπούλου, 2006). Στην ανάπτυξη του συνέβαλαν διάφορες ευνοϊκές συνθήκες και παράγοντες όπως (Λαγός, 2005):

- Η βελτίωση των όρων εργασίας και της αμοιβής των εργαζομένων.
- Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων.
- Η εξέλιξη των συγκοινωνιακών μέσων και ιδιαίτερα του αεροπλάνου.

- Η οργάνωση των ταξιδιών με το σύστημα των ναυλωμένων πτήσεων (charter flights) και με τα τουριστικά πακέτα (package tour).
- Η εμφάνιση των οργανωτών ταξιδιών (tour operators) και των τουριστικών πρακτόρων (travel agents).
- Η εμφάνιση νέων αγορών σε νέες περιοχές (π.χ. Ασιατικές χώρες).
- Η ανάπτυξη των τεχνολογιών πληροφόρησης.
- Η μαζική τουριστική παραγωγή, κατανάλωση και διαφήμιση.
- Η απελευθέρωση των περιορισμών στις αερομεταφορές (airline deregulation).

Αργότερα στο μαζικό τουρισμό και ιδιαίτερα από το τέλος της δεκαετίας του 1970, άρχισε να δημιουργείται η αμφισβήτηση του με δύο κύρια θέματα. Το πρώτο έχει να κάνει με προβληματικές επιπτώσεις στην κοινωνία, τον πολιτισμό, το περιβάλλον και την οικονομία. Δηλαδή, στην κοινωνία και στον πολιτισμό προκαλεί αλλαγές στη κοινωνική δομή, στα ήθη-έθιμα, στις αρνητικές κοινωνικές συμπεριφορές όπως αλκοόλ, βία και ναρκωτικά, ενώ εμπορευματοποιούνται στοιχειά της τοπικής παράδοσης. Μέσω αυτού του τουρισμού επιφέρεται υποβάθμιση του περιβάλλοντος, μόλυνση-ρύπανση στους φυσικούς-πολιτιστικούς πόρους που διαθέτει κάθε προορισμός, δημιουργούνται συγκρούσεις στις χρήσεις γης. Τέλος, η εγκατάλειψη άλλων παραγωγικών δραστηριοτήτων όπως γεωργία, βιοτεχνία που δημιουργεί έλλειψη των κλάδων κι εποχικότητα που μειώνει τα κέρδη (Λαγός, 2005). Το δεύτερο οφείλεται στα μακροπρόθεσμα προβλήματα που δημιουργούνται από την υιοθέτηση του προτύπου μαζικού τουρισμού. Λόγω του έντονου ανταγωνισμού μπορεί να υποβαθμιστεί η ποιότητα του. Με αυτό το τρόπο, μειώνεται η ζήτηση ή προσελκύεται χαμηλότερη ποιότητα τουρισμού. Με τα παραπάνω καταλήγουμε ότι χρειάζεται να εισέλθουν νέα μοντέλα ανάπτυξης, ώστε να υπάρξει ισορροπία και αιεφόρος ανάπτυξη στις τοπικές κοινωνίες (Λαγός, 2005).

Στη θέση του μαζικού τουρισμού αναπτύχθηκαν δύο άλλα πρότυπα τουρισμού, που εκφράζουν μια διαφορετική αναπτυξιακή προσέγγιση, τα οποία δίνουν έμφαση στην ποιότητα κι όχι στην ποσότητα. Τα πρότυπα αυτά είναι οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Στόχος της ανάπτυξης τέτοιων μορφών είναι είτε η βελτίωση των

παρεχόμενων υπηρεσιών του μαζικού τουρισμού είτε η ανάπτυξη μιας μορφής που ανταποκρίνεται σε ειδικά ενδιαφέροντα τουριστών και στον διαφορετικό τρόπο διακοπών. Επιπρόσθετα, να τονίσουμε ότι οι νέες μορφές τουρισμού δεν πρόκειται να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, αφού θα αναπτύσσονται παράλληλα, μαζί με αυτόν θα χρησιμοποιούν ίδιους μηχανισμούς προώθησης, διακίνησης και θα αναζητούν πρόσθετους νέους τουρίστες. Το ενδιαφέρον πολλών επενδυτών και δημόσιων φορέων έχει στραφεί προς την προώθηση πιο ήπιων μορφών τουριστικής ανάπτυξης, που επίκεντρο δεν είναι το οικονομικό, αλλά εστιάζεται στο σεβασμό του περιβάλλοντος, του πολιτισμού και στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού (Λαγός, 2005, Βενετσανοπούλου, 2006). Σύμφωνα με τον Read (1980:195) «ο τουρισμός των ειδικών ενδιαφερόντων περιλαμβάνει τα ταξίδια που κάνουν οι άνθρωποι με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (κίνητρα), τα οποία μπορούν να ικανοποιηθούν σε συγκεκριμένη περιοχή ή σε συγκεκριμένο προορισμό». Ο τουρισμός αυτής της μορφής, πολλές φορές ονομάζεται «ενεργός τουρισμός». Αυτό συμβαίνει γιατί οι τουρίστες ενασχολούνται με το πολιτιστικό ή με το φυσικό περιβάλλον που επισκέπτονται κι αυτό θεωρείται βασικό στοιχείο του τουρισμού των ειδικών ενδιαφερόντων. Επίσης, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 1985:3), οι «ενεργές διακοπές» ορίζονται ως οι διακοπές εκείνες όπου ένα άτομο ασχολείται με πολιτιστική ή άλλη ενασχόληση στον ελεύθερο χρόνο του, με σκοπό την προσωπική του ικανοποίηση και την ανάπτυξη της προσωπικότητάς του (Λαγός, 2005)

1.2 Ειδικές μορφές τουρισμού

Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που έχει σκοπό την εξυπηρέτηση των τουριστών της κάθε ειδικής μορφής. Ο τουρισμός αυτής της μορφής είναι μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει ομαδικές ή ατομικές μετακινήσεις ανθρώπων για να αναπτύξουν ειδικά ενδιαφέροντα και να επισκεφθούν αξιοθέατα, μέρη που συνδέονται με ένα συγκεκριμένο θέμα (π.χ. υγεία, θρησκεία κ.λπ.) (Λαγός, 2005, Βενετσανοπούλου, 2006). Εν συνέχεια, ο τουρισμός των ειδικών ενδιαφερόντων είναι σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό. Αυτό επιχειρείται με την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της ποιοτικής αναβάθμισης του τουρισμού, με την άμβλυνση

της εποχικότητας, με την προστασία του φυσικού-πολιτιστικού περιβάλλοντος, και με τη δημιουργία νέων τουριστικών προορισμών. Οι κυριότερες ειδικές μορφές τουρισμού είναι (Λαγός, 2005):

1. Κοινωνικός τουρισμός (social tourism)
2. Τουρισμός υγείας (health tourism)
3. Εκπαιδευτικός/επιστημονικός τουρισμός (educational tourism)
4. Θρησκευτικός τουρισμός (religious tourism)
5. Συνεδριακός τουρισμός (congress and convention tourism)
6. Εκθεσιακός τουρισμός (exhibition tourism)
7. Τουρισμός κινήτρων (incentive tourism)
8. Επαγγελματικός τουρισμός (business travel)
9. Θεματικός τουρισμός (theme tourism)
10. Αστικός τουρισμός ή τουρισμός των πόλεων (urban or city tourism)

1.2.1.Κοινωνικός τουρισμός (social tourism)

Ορισμός: *Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί μια ευρύτερη μορφή τουρισμού εμπειρικλείοντας το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, άμεσων ή έμμεσων, που διευκολύνουν και ενισχύουν τη συμμετοχή στον τουρισμό ασθενέστερων ειδικών κοινωνικοοικονομικών ομάδων όπως είναι οι νέοι, οι αγρότες, οι άνεργοι, οι πολύτεκνοι.* (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Επίσης, ο κοινωνικός τουρισμός είναι μια μορφή κοινωνικής παροχής του κράτους, το οποίο παρέχει δωρεάν ή φθηνότερες διακοπές σε νέους, ηλικιωμένους, πολύτεκνους, οι οποίοι δίχως τη βοήθεια του δεν θα είχαν την δυνατότητα να τις πραγματοποιήσουν. Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (Bureau Internationale la Tourisme Social), Κοινωνικός Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη Πολιτεία, βάσει ορισμένων προγραμμάτων, με συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα (Σφακιανάκης, 2000). Ο στόχος του κοινωνικού τουρισμού στηρίζεται στο «Κράτος

Πρόνοιας» ή «Κοινωνικό Κράτος» το οποίο έχει υποχρέωση να εξασφαλίσει διακοπές σε άτομα χαμηλού εισοδήματος, προκειμένου να ισορροπήσουν σωματικά και ψυχικά. Επίσης, ενισχύει την τοπική κοινωνία, τις επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια χαμηλής τουριστικής αιχμής. Ο τουρισμός αυτός είναι εσωτερικός, οι τουριστικοί προορισμοί επιλέγονται από τους φορείς, η διάρκεια του ταξιδιού είναι 5-7 ημέρες και οι δραστηριότητες που προσφέρονται έχουν χαρακτήρα πολιτιστικό, εκπαιδευτικό, ψυχαγωγικό, αθλητικό και αναψυχής (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006).

1.2.2. Τουρισμός υγείας (health tourism)

Ο τουρισμός και τα ταξίδια συνδέονται στενά με τη βελτίωση της ανθρώπινης υγείας, την αναζωογόνηση, και την καλή φυσική κατάσταση. Περιλαμβάνει όλο το εύρος δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον ιαματικό τουρισμό ή θερμαλισμό, τον τουρισμό ευεξίας και τον ιατρικό τουρισμό (Βενετσανοπούλου, 2006).

Ορισμοί: Βασικό στοιχείο του ιαματικού/θεραπευτικού τουρισμού αποτελεί η χρήση ιαματικών πηγών ή θεραπειών, ενώ στόχος είναι η πρόληψη, η διατήρηση ή η αποκατάσταση της σωματικής/ψυχικής υγείας του ατόμου. (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009:141, ΙΤΑ, 2008:35).

Στον ιατρικό τουρισμό σκοπός είναι η παροχή ιατρικών υπηρεσιών σε μη υγιή άτομα για αποκατάσταση ασθενειών/παθήσεων και μάλιστα σε ειδικούς χώρους με νοσοκομειακές υποδομές (Αποστολόπουλος και Σδράλη, 2009:141-142).

Στον τουρισμό ευεξίας το ταξίδι που πραγματοποιείται έχει ως κύριο κίνητρο τη διατήρηση ή τη βελτίωση της υγείας εκείνων που συμμετέχουν σε αυτό, με δραστηριότητες αθλητισμού ή υγείας-θεραπείες, spa κ.ο.κ. (Διακοστεργίου, 2007).

Ο ιαματικός τουρισμός απευθύνεται κυρίως σε ασθενείς ή άτομα της τρίτης ηλικίας που έχουν ανάγκη συγκεκριμένης θεραπείας, αλλά και σε υγιή άτομα νεότερων ηλικιών που εκτιμούν τα οφέλη τα οποία προκύπτουν από τη χρήση ιαματικών θεραπειών, τη συχνή άσκηση, τη βελτίωση της διατροφής και γενικότερα τον υγιεινό τρόπο ζωής. Ο τουρισμός αυτός γίνεται όπου υπάρχουν ιαματικές πηγές, τις οποίες και η Ελλάδα διαθέτει. Τέτοιο είδος τουρισμού μπορεί να συμβεί όλο το χρόνο, αλλά μόνο στην περίπτωση που κάποιες πηγές γίνονται την καλοκαιρινή περίοδο, ένα

ταξίδι μπορεί να διαρκέσει από μια εβδομάδα ή και ένα μήνα ανάλογα τη θεραπεία που έχει σκοπό να πραγματοποιήσει. Οι ιαματικές πηγές διακρίνονται ανάλογα με (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006):

- i. Τη χωροταξική τους διάταξη σε λουτροπόλεις (χώροι οργανωμένης λουτροθεραπείας που είναι ενταγμένοι σε μεγάλα ή μικρά αστικά κέντρα), λουτρικά πολυλειτουργικά κέντρα (χώροι με εγκαταστάσεις οργανωμένης λουτροθεραπείας και αναψυχής που λειτουργούν αυτόνομα και δορυφορικά προς τους κοντινούς οικισμούς), λουτρικούς σταθμούς (χώροι με οργανωμένες εγκαταστάσεις λουτροθεραπείας σε μικρούς περιφερειακούς οικισμούς και καθαρά τοπικής εμβέλειας με δραστηριότητες ειδικού θεραπευτικού τουρισμού), πολυλειτουργικά συγκροτήματα θεραπευτικού τουρισμού (χώροι με οργανωμένες εγκαταστάσεις λουτροθεραπείας και αναψυχής που έχουν χαλαρή σχέση με το οικιστικό δίκτυο της περιοχής και λειτουργούν αυτόνομα και ανεξάρτητα από αυτό).
- ii. Τη θερμοκρασία των νερών τους σε ψυχρές (οι πηγές των οποίων τα θερμομεταλλικά νερά έχουν θερμοκρασία μέχρι 20°C και χρησιμοποιούνται κυρίως για εμφιάλωση), υπόθερμες (οι πηγές των οποίων τα θερμομεταλλικά νερά έχουν θερμοκρασία από $20-40^{\circ}\text{C}$ και είναι συνήθως χλωρονατριούχες πηγές των αλκαλικών γαιών), μεσόθερμες (οι πηγές των οποίων τα θερμομεταλλικά νερά έχουν θερμοκρασία από $35-50^{\circ}\text{C}$), υπέρθερμες ιαματικές πηγές (οι πηγές των οποίων τα θερμομεταλλικά νερά έχουν θερμοκρασία άνω των 50°C), θερμές και υπέρθερμες πηγές αερίων.
- iii. Τη χημική σύσταση των νερών τους, δηλαδή ανάλογα με την ποσότητα και το είδος διαλυμένων αλάτων που υπάρχουν στο νερό, τα ιχνοστοιχεία και τα αέρια που περιέχουν, σε θερμομεταλλικές και όξινες.
- iv. Τη σημασία τους, σε ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας, τοπικής σημασίας με σημαντική κίνηση, τοπικής σημασίας με περιορισμένη κίνηση, πόσιμου μεταλλικού ύδατος.

- v. Το νερό των πηγών τους, σε πηγές με ολιγομεταλλικά νερά, πολυμεταλλικά νερά και θερμομεταλλικά νερά.

Τα κέντρα διαθέτουν σύγχρονα ιατρεία, εξοπλισμένα γυμναστήρια, ειδικά προγράμματα υγιεινής διατροφής, δίαιτας και ομορφιάς, μασάζ, σάουνα, καθώς και τεχνολογικό εξοπλισμό για φυσικές μεθόδους θεραπείας, ενώ προσφέρουν δυνατότητες αθλητικές κι αναψυχής. Τα παραπάνω σχετίζονται και με τον τουρισμό ευεξίας. Τέτοια κέντρα είναι (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006):

- i. Spa resorts: εάν το προϊόν στοχεύει κυρίως στη θεραπεία με τη χρήση ιαματικών νερών και όχι μόνο, σε περιβάλλον ποιότητας και αναψυχής.
- ii. Health resorts: εάν το προσφερόμενο προϊόν, εκτός από τη θεραπεία στοχεύει περισσότερο στην ξεκούραση και την αναψυχή που μπορούν να δημιουργηθούν ακόμα και σε χώρους στους οποίους δεν υπάρχουν ιαματικές πηγές.
- iii. Health farms: βρίσκονται σε εντυπωσιακό φυσικό περιβάλλον, ιδεώδες για ανάπαυση, χαλάρωση και αυτογνωσία. Υπάρχουν άφθονες δυνατότητες για περιηγήσεις και εξερεύνηση σε πλούσιο φυσικό περιβάλλον, καθώς και για πλήθος σπορ (ιπασία, ορειβασία, τένις), ενώ οι υπηρεσίες κυμαίνονται από αισθητική περιποίηση προσώπου/σώματος και προγράμματα υγιεινής διατροφής έως μαθήματα αυτογνωσίας, γιόγκα, τεχνικές χαλάρωσης, διαλογισμό κ.λπ.

Οι πιο βασικές κατηγορίες κέντρων του ιαματικού τουρισμού είναι (Βενετσανοπούλου, 2006:246-247):

- i. Μονάδες ιαματικής θεραπείας: ειδικές εγκαταστάσεις με κατάλληλη υποδομή/εξοπλισμό στις οποίες γίνεται χρήση ιαματικών φυσικών πόρων με ιατρική παρακολούθηση για λόγους υγείας/φυσικής αποκατάστασης/αναζωογόνησης με σκοπό την πρόληψη ή τη θεραπεία.

- ii. Κέντρα ιαματικού τουρισμού-θερμαλισμού: ειδικές τουριστικές εγκαταστάσεις με κατάλληλη υποδομή/εξοπλισμό στις οποίες γίνεται χρήση ιαματικών φυσικών πόρων και εντάσσονται μονάδες εντατικής θεραπείας.
- iii. Κέντρα θαλασσοθεραπείας: ειδικές εγκαταστάσεις με κατάλληλη υποδομή/εξοπλισμό στις οποίες γίνεται χρήση θερμαινόμενου θαλασσινού νερού, φυκιών, λάσπης, άμμου, για λόγους υγείας/ προληπτικούς/ θεραπευτικούς με κατάλληλη ιατρική παρακολούθηση.
- iv. Κέντρα αναζωογόνησης (spa): ειδικές εγκαταστάσεις με κατάλληλη υποδομή/εξοπλισμό στις οποίες γίνεται χρήση ιαματικών πόρων/θερμαινόμενου θαλασσινού νερού/θερμού φυσικού νερού με προσθήκη πηλού, βοτάνων, φυτών, αρωμάτων, φωτός, θερμότητας, μασάζ, ατμόλουτρων, με σκοπό την παροχή υπηρεσιών ευεξίας, αναζωογόνησης και αισθητικής του σώματος.

Υπάρχουν ασθένειες και παθήσεις που θεραπεύονται από τις ιαματικές πηγές. Οι πιο χαρακτηριστικές από αυτές τις παθήσεις είναι (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης 2000, Βενετσανοπούλου, 2006):

- i. Παθήσεις αναπνευστικού συστήματος όπως βρογχικό άσθμα, η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η εισπνοθεραπεία.
- ii. Παθήσεις ουροποιητικού και πεπτικού συστήματος, όπως νεφρολιθίαση, χολολιθίαση, δυσκινησία χοληφόρων, η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η ποσιθεραπεία.
- iii. Δερματολογικές, γυναικολογικές και στοματικές/γναθικές παθήσεις όπως έκζεμα, ψωρίαση, νεανική ακμή, κολπίτιδες, ουλίτιδες και τερηδόνα, η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η λουτροθεραπεία.
- iv. Ρευματικές παθήσεις όπως ρευματοειδής αρθρίτιδα οστεοαρθρίτιδα η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η λασποθεραπεία.
- v. Παθήσεις μυοσκελετικού συστήματος οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται είναι η λουτροθεραπεία, λασποθεραπεία, και η κινησιοθεραπεία.

- vi. Νευρολογικές/ψυχιατρικές και καρδιοαγγειακές παθήσεις όπως αϋπνία, άγχος, φλεβίτιδα, ενδοαρτηρίτιδα η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι ο συνδυασμός διαφόρων μεθόδων..

Ο ιατρικός τουρισμός απευθύνεται σε ασθενείς οι οποίοι επιθυμούν την καλύτερευση της υγείας τους (βελτίωση ή θεραπεία) αλλά και για τη πραγματοποίηση μίας ή σειράς επεμβάσεων/εγχειρήσεων ή θεραπειών προκειμένου να αντιμετωπίσουν σοβαρά προβλήματα υγείας (υποστήριξη ασθενών οι οποίοι θέλουν να κάνουν διακοπές). Τέτοιο είδος τουρισμού γίνεται σε μεγαλουπόλεις που διαθέτουν ειδικές εγκαταστάσεις ή σε τουριστικές περιοχές. Επίσης, πραγματοποιείται όλο το χρόνο κι η διάρκεια του εξαρτάται από την θεραπεία ή την ανάρρωση του ασθενή. Οι δραστηριότητες που προσφέρονται στον ασθενή ή το συνοδό του είναι ποικίλες, έχει χαρακτήρα ιατρικό, πολιτιστικό, εκπαιδευτικό, ψυχαγωγικό και αθλητικό (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Ο τουρισμός ευεξίας απευθύνεται σε υγιή άτομα με κυρίαρχο χαρακτηριστικό του την πρόληψη, προσφέρει ατομικές υπηρεσίες υγείας κι ευεξίας, με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ατόμων, για να αποκτήσουν ισορροπία στο σώμα και πνεύμα. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνουν φροντίδα, θεραπείες ομορφιάς και καλής φυσικής κατάστασης, ισορροπημένη δίαιτα και υγιεινή διατροφή, χαλάρωση, διαλογισμό. Αυτό το είδος τουρισμού γίνεται στις μεγαλουπόλεις και στις τουριστικές περιοχές. Συμβαίνει όλο το χρόνο εκτός αν είναι ξενοδοχείο μόνο σε περίοδο αιχμής, η διάρκεια του εξαρτάται ανάλογα τα με προγράμματα/περιποίηση/θεραπεία που πραγματοποιούνται. Επίσης, είναι ακριβός τουρισμός λόγω των υπηρεσιών που διαθέτει. Τα βασικά στοιχεία της ευεξίας είναι: το σώμα που έχει να κάνει με κίνηση, διατροφή και την επιδερμίδα, την ψυχή με τη χαλάρωση, διαχείριση του άγχους κι τον διαλογισμό, το πνεύμα με την καλλιέργεια την επιμόρφωση σε θέματα υγείας, την επικοινωνία με κοινωνικές επαφές, συναντήσεις και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση που έχει να κάνει με μαθήματα οικολογίας, χρήση οικολογικών προϊόντων και τη γνωριμία με τη φύση. Έχουμε δυο είδη θεραπείας (Τσάρτας κ.α., 2001β:93, 128-129, Βενετσανοπούλου, 2006:242)

1. Υδροθεραπεία: δηλαδή, θεραπεία μέσω του νερού, η οποία μπορεί να είναι εξωτερική ή εσωτερική. Εκμεταλλεύεται την αντίδραση του σώματος στο

καυτό και στο κρύο, στην πίεση του νερού και στην αίσθηση που δίνει. Αποτελεί θεραπευτική αγωγή της οποίας ο τρόπος, η μορφή, η διάρκεια και η συχνότητα θα καθορίσουν τα ανάλογα αποτελέσματα.

2. Θαλασσοθεραπεία: δηλαδή, ολοκληρωμένο πρόγραμμα για θεραπεία, πρόληψη και προώθηση της υγείας, το οποίο εφαρμόζεται σε συγκεκριμένες παθήσεις με τη βοήθεια ιατρικού (ή/και παραϊατρικού προσωπικού). Καλύπτει μια ευρεία γκάμα, από ιατρική φροντίδα και χρόνιες ασθένειες έως προφύλαξη και πρόληψη για υγιή άτομα.

Υπάρχουν διαφορές περιποίησης στο πρόσωπο και στο σώμα, όπως καθαρισμός, απολέπιση, μασάζ, μάσκες ομορφιάς. Εν συνέχεια, διαθέτουν διαφορά είδη προγραμμάτων όπως (Διακοστρεγίου, 2007):

1. Πνευματική χαλάρωση, με σκοπό ο πελάτης να ξεφύγει από το στρες, το άγχος, τη ρουτίνα και την πίεση της καθημερινότητας.
2. Ολική χαλάρωση, με σκοπό την εναρμόνιση και την εξισορρόπηση σώματος-πνεύματος.
3. Ολοκληρωμένη περιποίηση, δηλαδή γενικές ή συμπληρωματικές περιποιήσεις ομορφιάς και αναζωογόνησης.
4. Διατροφής σε συνδυασμό με αθλητισμό, στα οποία τα αθλητικά προγράμματα συνδυάζονται σε μεγάλο βαθμό με ειδική διατροφή/δίαιτα για καλύτερα αποτελέσματα.
5. Περιποιήσεις με την υπογραφή του εκάστοτε κέντρου. Πρόκειται για μοναδικά προγράμματα που αποτελούν και πόλο έλξης μιας και δεν υπάρχουν παρά μόνο στο εκάστοτε κέντρο spa.
6. Προγράμματα ενδυματολογίας και «κοινωνικής παρουσίας», στα οποία ουσιαστικά διδάσκονται τρόποι ένδυσης και συμπεριφοράς, από έμπειρο προσωπικό.

Τέλος, υπάρχουν οι κατηγορίες spa (ITA,2008:37-38) που είναι:

- i. Day spa: παρέχεται ποικιλία υπηρεσιών οι οποίες συμπεριλαμβάνουν θεραπείες περιποίησης προσώπου και σώματος που διαρκούν μερικές ώρες από την ημέρα.
- ii. Destination spa: πρόκειται για μοναδικά, εξειδικευμένα προγράμματα που δεν παρέχονται αλλού με τον ίδιο τρόπο έχουν σκοπό έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής σε αυτούς που επισκέπτονται το κέντρο.
- iii. Medical spa: είναι κέντρο στο οποίο παρέχουν ιατρικές υπηρεσίες που είναι επαγγελματικές στο χώρο της υγείας.
- iv. Cruise-ship spa: είναι κέντρο εγκατεστημένο σε κρουαζιερόπλοιο, το οποίο παρέχει επαγγελματικές υπηρεσίες spa, άσκηση, περιποιήσεις προσώπου.
- v. Resort-hotel spa: στο οποίο η διανυκτέρευση είναι προϋπόθεση. Περιλαμβάνει διαιτολόγιο, διατροφή.
- vi. Club Spa: στην εγκατάσταση αυτή προσφέρονται υπηρεσίες από επαγγελματίες, που έχουν ως στόχο την καλή φυσική κατάσταση του πελάτη. Συνήθως είναι κέντρα άθλησης.
- vii. Mineral springs spa: πρόκειται για spa που έχει πηγή και κάνει χρήση μεταλλικού, ιαματικού ή θαλασσινού νερού το οποίο χρησιμοποιείται σε υδροθεραπείες. (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011)

1.2.3.Εκπαιδευτικός/επιστημονικός τουρισμός (educational tourism)

Ορισμός: Ως εκπαιδευτικός και επιστημονικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι με κίνητρο, αφενός, την εκπαίδευση (σεμινάρια, εκδηλώσεις, επισκέψεις κ.ά.) και, αφετέρου, την επιστήμη (επιστημονικές ανταλλαγές, έρευνες, επισκέψεις κ.λπ.) συγκεκριμένων ομάδων τουριστών (νέων επιστημόνων, εκπαιδευτικών, φοιτητών, μαθητών) (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Σε αυτή την ειδική μορφή τουρισμού συμπεριλαμβάνονται τα ταξίδια που, κατά κύριο λόγο, πραγματοποιούνται από νέους, οι οποίοι έχουν ως κίνητρο την εκπαίδευση και τη μόρφωση. Στόχος αυτών των ταξιδιών είναι συνήθως οι περιοχές με πλούσιο πολιτισμό ή μεγάλη παράδοση σε κάποια επιστήμη. Επίσης, η συγκρότηση και η ανάδειξη δραστηριοτήτων και υποδομών οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν πεδίο

εκπαιδευτικού ή επιστημονικού ενδιαφέροντος για τουρίστες με αυτά τα κίνητρα. (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Λαγός, 2005). Υπάρχουν διάφοροι τύποι όπως (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011):

- i. Ομαδικές εκδρομές σε διάφορες χώρες (συνδυασμός γνώσεων και αναψυχής) κυρίως για μαθητές και φοιτητές. Συνήθως διαρκεί 5 ημέρες.
- ii. Εκπαιδευτικές επισκέψεις (study visits), δηλαδή επιτόπια μελέτη σε χώρες που έχουν να δείξουν σημαντική πρόοδο σε σχέση με το εκπαιδευτικό αντικείμενο, απευθύνεται κυρίως σε ακαδημαϊκούς ερευνητές ή στελέχη επιχειρήσεων.
- iii. Εκπαιδευτικές και επιστημονικές ανταλλαγές οι οποίες ενθαρρύνουν την ανάπτυξη σχέσεων, κυρίως, μεταξύ καθηγητών, μαθητών ή φοιτητών διαφόρων χωρών, όπως το Erasmus.
- iv. Εκπαιδευτικές κρουαζιέρες στις οποίες σε ειδικά πλοία φιλοξενούνται ολόκληρα τμήματα μαζί με τους εκπαιδευτές τους, προκειμένου να συνεχίσουν τα μαθήματα τους «εν πλω».

Επιπλέον, οι συμμετέχοντες στον εκπαιδευτικό και επιστημονικό τουρισμό προέρχονται από αναπτυγμένες χώρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, οι οποίοι επιλέγουν μια μεγάλη ποικιλία προορισμών με βάση την εκπαίδευση/επιστήμη. Πραγματοποιείται όλο το χρόνο, αν και σε κάποιες περιπτώσεις λόγω των σχολείων γίνεται σε καθιερωμένες αργίες όπως Χριστούγεννα, Πάσχα, καλοκαίρι. Οι δραστηριότητες των συμμετεχόντων είναι για τον πολιτισμό, την ιστορία, τα ήθη-έθιμα των λαών, τις τέχνες και τα γράμματα (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000).

1.2.4.Θρησκευτικός τουρισμός (religious tourism)

Ορισμός: *Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, όπως είναι οι Άγιοι Τόποι, η Μέκκα και ο Άγιος Πέτρος, αλλά και εξερευνήσεις ή επισκέψεις σε περιοχές με θρησκευτικά μνημεία με σκοπό την επαφή, τη γνωριμία, τη μελέτη και τη γνώση της θρησκευτικής παράδοσης και κληρονομιάς, και συνδέονται στενά με τον πολιτισμό, εφόσον η θρησκεία αποτελεί τμήμα του* (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Ο θρησκευτικός τουρισμός έχει να κάνει με την ανάδειξη και την

προβολή περιοχών ή αξιοθέατων θρησκευτικού χαρακτήρα, ώστε να είναι επισκέψιμα από ταξιδιώτες με θρησκευτικό ή προσκυνηματικό κίνητρο. Στην Χριστιανική θρησκεία καθιερώθηκε μια θρησκευτική εορτή κάθε εβδομάδα, αυτής της Κυριακής, αλλά κι κάθε ημέρα τιμάμε τη μνήμη ενός ή περισσότερων Αγίων, Μαρτύρων, Οσίων. Οι μεγαλύτερες θρησκευτικές εορτές είναι τα Χριστούγεννα, το νέο έτος, των Θεοφάνιων, το Πάσχα, η πεντηκοστή, η γιορτή της Παναγίας στις 15 Αυγούστου. Όμως μεγάλες θεωρούνται και οι τοπικές γιορτές που τιμούν την μνήμη των Αγίων για τους οποίους έχουν κτιστεί Μοναστήρια ή ξωκκλήσια. Αυτές οι τοπικές εορτές συχνά παίρνουν τη μορφή πανηγυριών (Σφακιανάκης, 2000). Υπάρχουν διάφοροι προορισμοί/περιοχές του θρησκευτικού τουρισμού όπως (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011):

- i. Εμβληματικοί τόποι προσκυνήματος ή ταξίδια σε θρησκευτικά κέντρα: ιεροί τόποι ανοιχτοί για όλους τους πιστούς/επισκέπτες ή για συγκεκριμένες κατηγορίες ατόμων (μοναχοί, δάσκαλοι).
- ii. Θρησκευτικοί προορισμοί που συνδέονται με ιστορικά γεγονότα ή πολιτιστικά επιτεύγματα ή ταξίδια σε πανηγύρια. Στις μέρες μας ο κυρίαρχος λόγος για να επισκεφτεί κάποιος αυτούς τους προορισμούς δεν είναι το θρησκευτικό κίνητρο, αλλά πολύ περισσότερο ο πολιτιστικός χαρακτήρας του μνημείου ή του χώρου.
- iii. Θρησκευτικά φεστιβάλ ή ταξίδια σε φεστιβάλ: πρόκειται για διοργάνωση θρησκευτικών εκδηλώσεων από την εκκλησία, που πλαισιώνονται από πολιτιστικά προγράμματα, τονίζοντας τη σύνδεση θρησκείας, πολιτισμού και παράδοσης.

Στο θρησκευτικό τουρισμό τα ταξίδια γίνονται για συγκεκριμένο γεγονός όπως θρησκευτική εορτή, πανηγύρι. Από την άλλη όμως, γίνονται για ειδικούς λόγους όπως αναζήτηση ευλογίας, μετάληψη θείας κοινωνίας. Τα βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία των ταξιδιών θρησκευτικού τουρισμού αποτελούν (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011):

- i. Τάμα: αποτελεί για τον προσκυνητή απαραίτητη διαδικασία η οποία λειτουργεί κατά κάποιον τρόπο ανταποδοτικά, δηλαδή προκειμένου να

εκπληρωθεί η ευχή του αγοράζει και προσφέρει ως «ευχαριστώ» κάποιο «αντάλλαγμα», όπως χρυσαφικά, εικόνες, δωρεά.

- ii. Θρησκευτικό ενθύμιο/αναμνηστικό: έχει καταγραφεί ότι οι τουρίστες θρησκευτικού τουρισμού αγοράζουν προσκυνηματικά ενθύμια και αλλά προϊόντα όπως σταυρούς, κομποσκοίνια, εικόνες αγίων. Εννοείται ότι η ιερότητα του αντικειμένου είναι συνάρτηση του τόπου από τον οποίο αγοράστηκε το ενθύμιο.

Επιπλέον, οι θρησκευτικοί προορισμοί διακρίνονται στις ακόλουθες περιπτώσεις (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011):

- i. Ιερά κέντρα που συνδέονται άμεσα με κεφαλή της εκκλησίας ή ιδρυτή του δόγματος (αποτελούν υποχρεωτικό προορισμό για τους πιστούς)
- ii. Μέρη που συνδέονται στενά με την παρουσία του Θεού στη γη, δηλαδή τοποθεσίες στις οποίες έλαβαν χώρα θαύματα, φυλάσσονται λείψανα/κειμήλια θεότητας
- iii. Τοποθεσίες που συνδέονται με διαφορετικές παραδόσεις θρησκευτικής πίστης ή έδρες θρησκευτικών ιδρυμάτων κι οργανισμών ή προορισμοί στους οποίους δραστηριοποιήθηκαν στο παρελθόν μεγάλοι δάσκαλοι ή άγιοι όπως ναοί, μονές.

Τα ταξίδια αυτά πραγματοποιούνται σε όλες τις εποχές του έτους. Η διάρκεια του ταξιδιού καθορίζεται τόσο από τον θρησκευτικό χαρακτήρα των επισκέψεων όσο κι από την ηλικία των συμμετεχόντων. Για τους τουρίστες αυτής της μορφής έχουμε δυο κατηγορίες (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011, Βενετσανοπούλου, 2006):

- 1. Τους πιστούς, οι οποίοι μοιάζουν περισσότερο με προσκυνητές που κινούνται με σκοπό να επισκεφτούν έναν θρησκευτικό προορισμό για λόγους αμιγώς θρησκευτικούς.
- 2. Οι περισσότεροι αποστασιοποιημένοι θρησκευτικά, οι οποίοι προσομοιάζουν με κλασικούς τουρίστες που μεταβαίνουν σε δημοφιλείς θρησκευτικούς τόπους είτε από θαυμασμό για τα θρησκευτικά κειμήλια είτε από πολιτισμικό ή εκπαιδευτικό ενδιαφέρον.

1.2.5.Συνεδριακός τουρισμός (congress and convention tourism)

Ορισμός: *πρόκειται για οργανωμένες συναντήσεις ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα ή επαγγελματικές ιδιότητες και με πρωτεύοντα σκοπό την επιστημονική ενημέρωση, αλλά και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων μεταξύ των παρευρισκομένων στην εκδήλωση-συνέδρων, ομιλητών* (Γκρίμπα, 2005: 85-86, Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007: 37). Αυτό το είδος τουρισμού έχει να κάνει με την συγκέντρωση ατόμων από διάφορα μέρη ώστε να συζητήσουν διάφορα θέματα κοινού ενδιαφέροντος, να ενημερωθούν, να ανταλλάξουν επιστημονικές γνώσεις, να προβούν σε επιστημονικές ανακοινώσεις αλλά στον εκτός του συνεδρίου χρόνο έχουν τουριστικές δραστηριότητες (Βενετσανοπούλου, 2006).

Ο σκοπός του συνεδριακού τουρισμού σχετίζεται με το φορέα διοργάνωσης και ποικίλει όπως η επιστήμη, η πολιτική, η προβολή προϊόντων. Οι παράγοντες για την επιλογή του τόπου διεξαγωγής ενός συνεδρίου και του βαθμού ικανοποίησης των συμμετεχόντων μπορούν να ομαδοποιηθούν σε πολιτισμικούς, κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς, πολιτικούς, οικονομικούς, σχετιζόμενους με τις υποδομές και τις διευκολύνσεις του τόπου και τέλος προσβασιμότητας (Bradley κ.ά., 2002). Υπάρχουν διάφορα είδη χώρων διεξαγωγής συνεδρίων όπως (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011):

- i. Αυτόνομα συνεδριακά κέντρα
- ii. Ξενοδοχεία με συνεδριακές αίθουσες/χώρους
- iii. Πανεπιστήμια (αίθουσες ή αμφιθέατρα)
- iv. Ασυνήθιστοι χώροι (κρουαζιερόπλοια, πολυχώροι, κινηματογραφικά studios)
- v. Αίθουσες τοπικών/ δημόσιων φορέων (επιμελητηρίων, νομαρχιών, δήμων)
- vi. Κέντρα εκπαίδευσης οργανισμών (ΚΕΚ, τραπεζών, ινστιτούτων)

Στο συνεδριακό τουρισμό σημαντικό ρόλο έχουν οι συμμετέχοντες οι οποίοι διακρίνονται σε κατηγορίες (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011):

1. Σύεδροι, που αποτελούν τον κυρίαρχο όγκο της συνεδριακής πελατείας, και οι συνοδοί είναι διαφορετικοί ανάλογα το συνέδριο (γραμματείς, βοηθοί, σύζυγος).
2. Επίσημοι προσκεκλημένοι: άτομα που εκφωνούν εναρκτήριοις χαιρετισμούς (υπουργοί, επιστήμονες, ακαδημαϊκοί)
3. Επίσημοι/ομιλητές, οι οποίοι θα καθορίσουν τη προσέλευση των συμμετεχόντων. Οφείλουν να είναι καταξιωμένοι στο χώρο τους και να έχουν διεθνή φήμη.
4. Δημοσιογράφοι, οι οποίοι καλύπτουν τη συνεδριακή εκδήλωση, ενημερώνοντας την κοινή γνώμη.
5. Χορηγοί, συνήθως αναλαμβάνουν μέρος ή ολόκληρη τη δαπάνη της εκδήλωσης αποσκοπώντας την προβολή, την δημοσιότητα, την έκθεση προϊόντων.
6. Τεχνικό προσωπικό: βοηθούν την τεχνική υποστήριξη ώστε να μην υπάρχουν τυχόν προβλήματα (ηλεκτρολόγοι, μεταφραστές, γραμματείς).
7. Προσωπικό τουριστικής υποστήριξης: αναλαμβάνουν το τουριστικό κομμάτι της συνεδριακής εκδήλωσης, δηλαδή μεταφορά, διαμονή, διατροφή (ξενοδόχοι, εταιρίες εστίασης).

Διακρίσεις επίσης υπάρχουν στα είδη συνεδρίων όπως: επιστημονικά συνέδρια, εμπορικά – επαγγελματικά συνέδρια, πολιτικά, κομματικά συνέδρια, συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών, συσκέψεις και σεμινάρια. Εν συνέχεια, η οργάνωση των συνεδρίων έχει να κάνει με την συγκέντρωση ενός αριθμού ατόμων που θα λάβουν μέρος σ' αυτά. Συνήθως, κατά τη διάρκεια αυτών γίνεται συνδυασμός της εργασίας με την ανάπαυση, την αναψυχή, και την περιήγηση. Γι' αυτό μαζί με τα προγράμματα εργασίας καταρτίζονται και προγράμματα τουριστικού περιεχομένου, που περιλαμβάνουν περιήγηση στην πόλη, επίσκεψη σε διάφορα μουσεία, αξιοθέατα. Επίσης, τα άτομα που συμμετέχουν στα συνέδρια μπορούν να παρατείνουν την παραμονή τους, ώστε να γνωρίσουν ακόμη καλύτερα τον τόπο (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Έχει διαπιστωθεί ότι αυτοί που συμμετέχουν σε συνεδριακές

δραστηριότητες, καθώς και σε παράλληλα αναπτυσσόμενες μορφές (εκθεσιακός τουρισμός, ταξίδι κινήτρων για επαγγελματικούς λόγους), είναι η πλειονότητα τους υψηλού οικονομικού και μορφωτικού επίπεδου και δαπανούν στις μετακινήσεις τους αυτές μεγαλύτερα χρηματικά ποσά από ό,τι ο μέσος τουρίστας. Συχνότατα τα άτομα που συμμετέχουν σε συνέδρια συνοδεύονται κι από μέλη της οικογένειάς τους, τα οποία βρίσκουν μια ευκαιρία για διακοπές. Ένα συνέδριο διαρκεί 3-4 ημέρες και πραγματοποιείται όπου υπάρχουν χώροι διεξαγωγής. Η λειτουργία του συνεδρίου γίνεται σε περιόδους εκτός αιχμής, η ζήτηση της αγοράς αυτής κορυφώνεται τα διαστήματα μεταξύ Φεβρουαρίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011), Βενετσανοπούλου, 2006).

1.2.6. Εκθεσιακός τουρισμός (exhibition tourism)

Ορισμός: *πρόκειται για παρουσιάσεις προϊόντων ή υπηρεσιών σε συγκεκριμένους χώρους, με πρωτεύοντα σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερομένων-επισκεπτών, εκθετών και δευτερεύοντα σκοπό την αγορά αυτών* (Γκρίμπα, 2005:95, Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007:38). Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού δημιουργείται γύρω από κάθε είδους εκθέσεις, οι οποίες συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα. Οι επισκέπτες αυτών των εκθέσεων μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια άλλη μορφή τουρισμού. Ο σκοπός του εκθεσιακού τουρισμού είναι η προβολή προϊόντων, η κλαδική προβολή νέων προϊόντων ή εταιριών και οι εμπορικές συμφωνίες. Όμως ο σκοπός των εκθέσεων δεν είναι μονό εμπορικός. Μπορεί να είναι πολιτιστικός, κοινωνικός, τουριστικός ή να εξυπηρετεί άλλους σκοπούς όπως μάρκετινγκ, πώλησης, διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις. Τα εκθέματα μπορεί να είναι προϊόντα (φυσικά, βιομηχανικά), έργα τέχνης (αγάλματα, αγγεία) και διάφορες υπηρεσίες (φύση και τρόπος προσφοράς τους) (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Λαγός, 2005, Σφακιανάκης, 2000). Για την ανάπτυξη του εκθεσιακού τουρισμού απαιτείται εκτός των άλλων και η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, σύγχρονοι εκθεσιακοί χώροι που να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι και να διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους όπως εστιατόρια, καφετερίες, ιατρούς, χώρους στάθμευσης (Βενετσανοπούλου, 2006). Έχουμε είδη χώρων διεξαγωγής εκθέσεων που είναι αυτόνομα εκθεσιακά κέντρα, ξενοδοχεία με βοηθητικές αίθουσες, ειδικές αίθουσες και ανοιχτές εκτάσεις ή

υπαίθριοι χώροι (κήποι, κτήματα). Στον εκθεσιακό τουρισμό σημαντικό ρόλο έχουν οι συμμετέχοντες οι οποίοι διακρίνονται σε κατηγορίες:

- i. Εκθέτες, συνήθως είναι καταξιωμένοι στο χώρο τους και όσο γνωστοί είναι αυτοί αλλά και τα προϊόντα/ υπηρεσίες τους, τόσο μεγαλύτερο αριθμό παρευρισκομένων αναμένεται να προκαλέσει.
- ii. Επισκέπτες, είναι όσοι επισκέπτονται την έκθεση κι ενημερώνονται για τα εκθέματα. Αυτοί χωρίζονται στους εμπορικούς επισκέπτες, στους ιδιώτες και στους ίδιους τους εκθέτες.
- iii. Συνοδοί: είναι είτε βοηθητικό προσωπικό είτε σύζυγοι/παιδιά, των οποίων ο ελεύθερος χρόνος είναι πολύ πιο περιορισμένος από συνεδριακές δραστηριότητες.
- iv. Επίσημοι προσκεκλημένοι: απευθύνουν εναρκτήριοις χαιρετισμούς/ καλωσόρισμα (π.χ. υπουργοί, επιχειρηματίες) ανάλογα με το χαρακτήρα της έκθεσης.
- v. Δημοσιογράφοι: αναλαμβάνουν να ενημερώσουν το κοινό σχετικά με την εκθεσιακή εκδήλωση (ώρες λειτουργίας, προϊόντα/υπηρεσίες, δελτία Τύπου).
- vi. Χορηγοί, αναλαμβάνουν το κόστος της χρηματοδότησης της διοργάνωσης προκειμένου να διαφημιστούν και να διευρύνουν συνεργασίες.
- vii. Εισηγητές/ομιλητές, οι οποίοι συμμετέχουν σε εκδηλώσεις με αντικείμενο σχετικό με αυτό της εκθεσιακής εκδήλωσης.
- viii. Εταιρείες οργάνωσης περιπτέρων: εξειδικευμένες εταιρείες οι οποίες «στήνουν» τα περίπτερα και επιμελούνται τα πάντα σχετικά με το σχεδιασμό του περιπτέρου, τα υλικά από τα οποία θα αποτελείται, τα χρώματα που θα χρησιμοποιηθούν, το στολισμό κ.ά.
- ix. Προσωπικό τουριστικής υποστήριξης, δηλαδή οι εργαζόμενοι που αναλαμβάνουν το τουριστικό κομμάτι της εκδήλωσης, όπως τη διαμονή, τη διατροφή, την ψυχαγωγία.
- x. Λοιπό προσωπικό, που παρέχει υποστηρικτικές εργασίες.

Ο εκθεσιακός τουρισμός πραγματοποιείται όπου διατίθενται οι χώροι διεξαγωγής, και γίνεται σε περίοδο εκτός αιχμής. Η ζήτηση της αγοράς αυτής κορυφώνεται τα διαστήματα μεταξύ Φεβρουαρίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000).

1.2.7. Τουρισμός κινήτρων (incentive tourism)

Ορισμός: *πρόκειται για ταξίδι-δώρο που προσφέρουν επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται, κυρίως, στον ιδιωτικό τομέα στα στελέχη ή στους συνεργάτες ως κίνητρο, αναγνώριση και επιβραβεύονται της πετυχημένης απόδοσης στην εργασία τους* (Γκρίμπα, 2005:104).

Κίνητρο είναι μια εσωτερική κατάσταση που ενεργοποιεί, δραστηριοποιεί ή υποκινεί ένα άτομο και το αναγκάζει να διαμορφώσει μια συμπεριφορά και να προβεί σε ενέργειες που έχουν σκοπό την επίτευξη ενός επιθυμητού στόχου.

Ο τουρισμός κινήτρων στηρίζεται στο ότι οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων και κατ' επέκταση τη ανταγωνιστικότητά τους, στις αγορές του εσωτερικού και εξωτερικού. Οι επιχειρήσεις προσφέρουν διάφορα κίνητρα στους εργαζομένους μεταξύ των οποίων είναι και ομαδικά τουριστικά πακέτα συνήθως για το εξωτερικό. Τα είδη ταξιδιού κινήτρων είναι είτε ατομικό χωρίς συνεργασία είτε ομαδικό όταν η επικοινωνία κι συνεργασία κρίνεται απαραίτητη. Οι μορφές κινήτρων είναι η ηθική επιβράβευση (προφορική), η χρηματική επιβράβευση (bonus), η επιβράβευση με τη μορφή δώρου (υλικό αγαθό), η επιβράβευση με τη μορφή ειδικών προσφορών (εκπτώσεων, εκπτώτικα κουπόνια), και η επιβράβευση με τη μορφή ταξιδιού (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000). Στον τουρισμό κινήτρων σημαντικό ρόλο έχουν οι συμμετέχοντες οι οποίοι διακρίνονται σε κατηγορίες (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011):

- i. Βραβευθέντες/συνοδοί: οι νικητές-εργαζόμενοι που πέτυχαν τους στόχους τους οποίους έθεσε η εταιρεία αποτελούν τους βραβευθέντες. Πρόκειται για εργαζομένους που υπερέβαλαν προσπάθεια γι' αυτό το αποτέλεσμα. Στους συνόδους συγκαταλέγεται η οικογένεια του νικητή (συνήθως σύντροφος και σπανιότερα τα παιδιά).

- ii. Επίσημοι: συνήθως είναι εκπρόσωποι της διοίκησης του εργασιακού φορέα, οι οποίοι κηρύσσουν την έναρξη ή και τη λήξη του ταξιδιού ευχαριστώντας το προσωπικό για τη συμμετοχή και τις επιδόσεις του. Το τιμούν με την παρουσία τους και απονέμουν αναμνηστικά δώρα.
- iii. Αρχηγός γκρουπ/Tour leader: τις περισσότερες φορές είναι κάποιος εργαζόμενος που αναλαμβάνει το ρόλο του συντονιστή/ εκπαιδευτή, λειτουργώντας και ως καθοδηγητής διευθύνοντας τις διάφορες δραστηριότητες και τις ομάδες εργασίας. Μπορεί όμως να είναι και ουδέτερο πρόσωπο από την εταιρεία που διοργάνωσε το πρόγραμμα.
- iv. Δημοσιογράφοι/φωτογράφοι: άτομα του εργασιακού φορέα ή ανεξάρτητες εταιρείες που καλύπτουν το ταξίδι με φωτογραφίες και βίντεο που θα λειτουργήσουν ως αποδεικτικά στοιχεία και κίνητρα για όσους εργαζομένους δεν πέτυχαν το στόχο ή δεν συμμετείχαν στη διαδικασία.
- v. Ξεναγός/εμπνευστής (animateur): προέρχεται από την εξειδικευμένη εταιρεία που διοργανώνει το ταξίδι κινήτρων, γνωρίζει καλά τον τόπο προορισμού και αρκετές φορές αναλαμβάνει να ψυχαγωγήσει το γκρουπ των βραβευθέντων οργανώνοντας ειδικές θεματικές βραδιές, απεικονίζοντας κάποιο συγκεκριμένο event, σχεδιάζοντας εκδηλώσεις περιπέτειας κ.ά.

Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το ταξίδι κινήτρων είναι αυτοκινητοβιομηχανίες, εταιρίες καλλυντικών, εταιρίες επίπλων. Επίσης, χώροι διεξαγωγής είναι κρουαζιερόπλοια, ιστορικοί–αθλητικοί χώροι και θεματικά πάρκα. Οι τουριστικοί προορισμοί επιλέγονται με βάση το κριτήριο της αυθεντικότητας, της διαφορετικότητας, του καινούργιου που θα ζήσει ο εργαζόμενος. Το ταξίδι καθορίζεται σε περίοδο μη αιχμής (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

1.2.8.Επαγγελματικός τουρισμός (business travel)

Ορισμός: *πρόκειται για ταξίδια που πραγματοποιούνται σε ατομική βάση για τις ανάγκες της επιχείρησης στην οποία εργάζεται ο επαγγελματίας-πωλητής* (Γκρίμπα, 2005:113-114, Κραβαρίτης και Παπαγεωργίου, 2007:38). Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού έχει ως κριτήριο διάκρισης τον ταξιδιωτικό σκοπό και σχετίζεται με την προώθηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των συμμετεχόντων (Λαζανά,

2003:25-32). Εν συνέχεια, οι συμμετέχοντες, που ταξιδεύουν για λόγους εργασίας, είναι οι ίδιοι οι εργαζόμενοι όπως πλασιέ, διανομείς, αντιπρόσωποι. Οι εργαζόμενοι δεν συνοδεύονται από σύντροφο ή παιδιά λόγω φορτωμένου ωραρίου εργασίας αλλά συνήθως από βοηθούς/γραμματείς ώστε να έχουν ένα άριστο αποτέλεσμα. Μπορεί επίσης να είναι πελάτες, συνεργάτες, συνάδελφοι στο ταξίδι που συνεργάζονται οι εργαζόμενοι. Τέλος, λοιπά εμπλεκόμενα άτομα που θα βοηθήσουν στη διεξαγωγή των ταξιδιών χωρίς προβλήματα. Για τα έξοδα των ταξιδιών υπάρχει μια διαφορά στο ότι οι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες καλύπτουν οι ίδιοι τα έξοδα του ταξιδιού ενώ για τα στελέχη από την επιχείρηση είναι πληρωμένα. Τελειώνοντας, οι προορισμοί ταξιδιών εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τόπο που βρίσκεται ο συνεργάτης που θα συναντήσει ο εργαζόμενος. Η χρονική περίοδος γίνεται κατόπιν συζήτησης με τον συνεργάτη και ανάλογα και τις ανάγκες (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Λαγός, 2005).

1.2.9.Θεματικός τουρισμός (theme tourism)

Ορισμός: *πρόκειται για πάρκα ή ειδικού τύπου μουσεία που έχουν ως σκοπό να ψυχαγωγήσουν τους ενδιαφερόμενους (συνήθως μεγάλες ομάδες με ομοειδή χαρακτηριστικά) και τα οποία συγκεντρώνουν πληθώρα στοιχείων, όπως αξιοθέατα και καταστήματα, σε ένα ενιαίο σύνολο. Ένα πάρκο ψυχαγωγίας ή ένα θεματικό μουσείο συνδέεται συνήθως με κάποια ειδικά χαρακτηριστικά σχετικά, για παράδειγμα με την παιδική ηλικία (πάρκα Ντίσνεϊ, Αστερίξ, Στρουμφ) ή με κάποιο ειδικό γεγονός ή παραγόμενο προϊόν (Μουσεία Αυτοκινήτου, Μουσεία εταιρειών παραγωγής ούισκι ή σοκολάτας)* (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού είναι οργανωμένα συμπλέγματα δραστηριοτήτων και υποδομών (θεματικά πάρκα /μουσεία), των οποίων κοινή συνισταμένη είναι κάποιο συγκεκριμένο θέμα. Υπάρχουν διάφορα είδη θεματικών πάρκων και μουσείων. Τα είδη των θεματικών πάρκων (Αποστολόπουλος, Σδράλη, 2009:148-149, Baud-Bovy, Lawson, 1977) είναι ιστορικά πάρκα, πάρκα διασκέδασης, πάρκα σαφάρι και λοιπές μορφές πάρκων. Τα είδη των θεματικών μουσείων σύμφωνα με το χωρικό κριτήριο (Τσάρτας, 2001γ:75) είναι τα κλασικά οργανωμένα μουσεία (χώροι για την προβολή εκθεμάτων) και μουσεία που δημιουργήθηκαν αξιοποιώντας τους υπάρχοντες χώρους, όπως νεοκλασικά οικήματα. Επίσης, είδη θεματικών μουσείων σύμφωνα με το κριτήριο χρήσης των νέων τεχνολογιών (Τσάρτας, 2001γ:75) είναι τα

στατικά/συντηρητικά μουσεία και μοντέρνα/διαδραστικά μουσεία. Τέλος, τα θεματικά μουσεία (Braun, 1988) τμηματοποιούνται με βάση τα ακόλουθα κριτήρια την περίοδο λειτουργίας (ετήσια/εποχική), τη χωροθέτηση (τουριστική ή μη τουριστική περιοχή), το μέγεθος (ύψος επένδυσης ή ποσοστό επισκεψιμότητας) και τον προσανατολισμό των δραστηριοτήτων (εκδηλώσεις ή προϊόντα/ υπηρεσίες). Τα έξοδα επιβάρυνσης είναι το αντίτιμο του εισιτηρίου. Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού καταγράφεται σε χώρους με αντίστοιχες τουριστικές κι ειδικές τουριστικές υποδομές. Συνήθως προτιμούνται οι περίοδοι εκτός τουριστικής κίνησης, ώστε να μειωθεί η εποχικότητα. (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Λαγός, 2005).

1.3 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού: *μια μικρής κλίμακας και μη μαζικής μορφής ανάπτυξης τουριστικών προορισμών που προωθεί μια ενεργητική μορφή διακοπών φιλική προς το φυσικό περιβάλλον και τις κοινωνικές πολιτιστικές αξίες και που κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την κοινή συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων (των τουριστών και των κοινωνιών υποδοχής τους) και αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του ντόπιου κοινωνικού συνόλου* (Ανδριώτης, 2008). Ο εναλλακτικός τουρισμός «περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και στους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών» (Eadington and Smith, 1992:3). Σύμφωνα με τον Krinppendorf (1982:153-148), ο εναλλακτικός τουρισμός κινείται αντίθετα από την προσέγγιση του μαζικού τουρισμού, και ότι οι τουριστικές πολιτικές δεν θα πρέπει να επικεντρώνονται μόνο στις οικονομικές κοινωνικές αναγκαιότητες, αλλά να δίνουν έμφαση στη ζήτηση για ένα «καθαρό» περιβάλλον και στην αναζήτηση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας. Επίσης, η εναλλακτικές μορφές τουρισμού επιλέγονται από έναν τουρίστα που έχει καλύτερη μόρφωση, είναι πιο συνειδητοποιημένος πολιτιστικά, πιο ευαίσθητος σε θέματα περιβάλλοντος και πολιτισμού, πιο περίεργος και πιο αναλυτικός. Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικά κίνητρα από του μαζικού τουρίστα, αυτά σχετίζονται με την αυτονομία στο ταξίδι και είναι οι ενεργητικές διακοπές (δραστηριότητες, όπως περιήγηση, αναρρίχηση), η εξερεύνηση και επιθυμία επικοινωνίας με το τοπικό στοιχείο (ήθη-έθιμα, ιστορικοί χώροι) και ο εθελοντισμός

(προσφοράς βοήθειας) (Ανδριώτης, 2008, Βενετσανοπούλου, 2006). Αυτός αντιδράει στη μοντέρνα εμπορευματοποίηση και στην προσπάθεια πολλών τουριστικών φορέων να επιδείξουν μια σειρά κατασκευασμένων γεγονότων ως αυθεντικά. Συνεπώς, το ταξίδι στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποκτά νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις. Δεν προτιμούν τα μεγάλα ξενοδοχεία που είναι κατασκευασμένα και εξοπλισμένα από τα διεθνή πρότυπα, αλλά συνήθως επιλέγουν μικρά μεγέθους καταλύματα που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ντόπιας κουλτούρας και του τρόπου ζωής (Doswell, 2002). Επιπρόσθετα, ο εναλλακτικός τουρίστας προωθεί την τοπική μαγειρική, τη χρήση τοπικών υλικών, χειροτεχνίας και την ανάπτυξη ενός μεγάλου εύρους άλλων τουριστικών υπηρεσιών, όπως εκθέσεις χειροτεχνίας, πολιτιστικές εκδηλώσεις. (Βενετσανοπούλου, 2006). Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί είναι οι ακόλουθες:

1. Αγροτουρισμός (agri-tourism)
2. Τουρισμός υπαίθρου (outdoor tourism)
3. Αθλητικός τουρισμός (sports tourism)
4. Περιηγητικός τουρισμός (sight seeing tourism)
5. Θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism)
6. Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός (ecotourism)
7. Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism)
8. Ορεινός τουρισμός (mountain tourism)
9. Χειμερινός τουρισμός (winter tourism)
10. Ορειβατικός τουρισμός (naturism tourism)
11. Τουρισμός περιπέτειας (adventure tourism)

1.3.1.Αγροτουρισμός/αγροτικός τουρισμός (agri-tourism)

Ορισμός: *Στον αγροτουρισμό, οι τουρίστες που επιλέγουν αυτή τη μορφή τουρισμού διαμένουν είτε σε ξενοδοχειακό κατάλυμα στην αγροτική περιοχή είτε σε ένα αγρόκτημα*

ή αγροτικό κατάλυμα (φάρμα ή ράντζο), μαζί ή σε διαφορετικό χώρο από τη γεωργική οικογένεια, παρατηρούν τις αγροτικές δραστηριότητες, τρέφονται με τα ίδια φαγητά και συχνά συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες (ΙΤΑ, 2008:11-12). Ο όρος αγροτουρισμός/αγροτικός τουρισμός περιλαμβάνει ένα σύνολο τουριστικών δραστηριοτήτων, που αναπτύσσονται σε αγροτικό χώρο από αγρότες κατά κύριο επάγγελμα και στηρίζονται στην αξιοποίηση των φυσικών, ανθρώπινων και πολιτιστικών τοπικών πόρων. Ειδικότερα, ο αγροτουρισμός είναι εκείνη η τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κύριο σκοπό την ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας, με την εκμετάλλευση τουριστικών καταλυμάτων, την τροφοδοσία των μικρομονάδων με προϊόντα τοπικής παραγωγής και την ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων που συνδέονται συμπληρωματικά με τον τουρισμό. (Λαγός, 2005, Βενετσανοπούλου, 2006). Σε αυτή την μορφή τουρισμού υπάρχουν κάποιοι τύποι οι οποίοι είναι (Κοκκώσης, Τσάρτας, και Γκρίμπα, 2011, Ανδριώτης, 2008):

- i. Διαμονή σε αγροκτήματα/φάρμες (Farm house holidays ή Farm/Ranch based tourism): πρόκειται για διαμονή σε αγροτικό κατάλυμα, με πλήρη διατροφή κι συμμετοχή του τουρίστα στις αγροτικές δραστηριότητες.
- ii. Φιλοξενία σε μικρά καταλύματα (Bed & breakfast ή Hotel/ Resort based tourism): παρέχονται στο τουρίστα διανυκτέρευση και πρωινό, χωρίς να χρειάζεται να μείνουν με την αγροτική οικογένεια και παρατηρούν κάποιες αγροτικές δραστηριότητες.
- iii. (Γυναικείοι) αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί: κυρίως από γυναίκες αγρότισσες ως επιπρόσθετο εισόδημα, παροχή καταλύματος με ή χωρίς πρωινό, και παρασκευή, προσφορά παραδοσιακών γλυκών/τοπικών προϊόντων.
- iv. Αγροτουρισμός σε οικισμούς- ξενοδοχειακά συγκροτήματα: πρόκειται για οικισμούς οι οποίοι κτίζονται με παραδοσιακό τρόπο με σύγχρονες ανέσεις και με πρόσθετα κτίσματα όπως εστιατόρια, καταστήματα.
- v. Οικοαγροτουρισμός: εκτός από αγροτικές εργασίες ο τουρίστας συμμετέχει και σε άλλες δραστηριότητες, όπως περιήγηση, παρακολούθηση πτηνών.
- vi. Αγροτουρισμός από εθελοντές: πρόκειται για εποχικούς επισκέπτες οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγική διαδικασία (π.χ. μάζεμα ελιών,

φρούτων), αλλά έχουν την δυνατότητα να πληρώσουν το πακέτο τους (διαμονή, διατροφή, και μεταφορά).

Ο αγροτουρισμός διαθέτει σημαντικά γνωρίσματα τα οποία είναι η ένταξη του τουρισμού στην τοπική αγροτική οικονομία με διασφάλιση στον αγρότη επιπλέον εισοδήματος. Επίσης, η ένταξη στο περιβάλλον που φέρνει τον κάτοικο της πόλης στη επαρχία, στη αγροτική ζωή δίνοντας την δυνατότητα να ενσωματωθεί για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στις τοπικές συνήθειες. Στο αγροτικό περιβάλλον εξασφαλίζουν ήρεμες, ενεργές και συμμετοχικές διακοπές για τους κατοίκους των πόλεων. Επιπρόσθετα, ο αγρότης συνεχίζει την εργασία του, που είναι η γεωργία ή η κτηνοτροφία, αλλά ενισχύει την παραμονή των κατοίκων στις εστίες τους και στις βασικές τους δραστηριότητες χωρίς να τους μετατρέπει σε ξενοδοχοϋπαλλήλους. Δεν χρησιμοποιούν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, εμπορικά κέντρα ή κέντρα διασκέδασης όπως ο μαζικός τουρισμός και γενικότερα αποκλείει μορφές τουρισμού που συντελούν στην υποβάθμιση του αγροτικού περιβάλλοντος. Τέλος, η τροφοδοσία των μονάδων γίνεται με τοπικά προϊόντα, όπως γαλακτοκομικών συνεταιρισμών, εξασφαλίζοντας έτσι την προώθηση των προϊόντων της περιοχής. Οι τουριστικές δραστηριότητες αναπτύσσονται σε περιοχές μη αστικές, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως αγροτικές, ορεινές ή ημιορεινές. Οι βασικές οικονομικές δραστηριότητες ανήκουν κυρίως από τον πρωτογενή τομέα (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Βενετσανοπούλου, 2006). Σε αυτή τη μορφή τουρισμού προτιμάται η περίοδος μη αιχμής, πιο συγκεκριμένα το φθινόπωρο με άνοιξη. Η διαμονή σε ένα αγροτικό κατάλυμα διαρκεί περίπου μία έως δύο εβδομάδες ή τα Σαββατοκύριακα. Τα άτομα που επιλέγουν αυτήν τη μορφή καταγράφονται ζευγάρια με παιδιά, νέοι και συνταξιούχοι, που επιδιώκουν να ξεφύγουν από το άγχος, την καθημερινότητα της πόλης, να έρθουν σε επαφή με φιλικούς ανθρώπους και να απολαύσουν τα αυθεντικά τοπικά γεωργικά προϊόντα (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Έξαρχος και Καραγιάννης, 2004)

1.3.2. Τουρισμός υπαίθρου (outdoor tourism)

Ορισμός: *Υπαίθριος τουρισμός ή τουρισμός Υπαίθρου σημαίνει την κάθε μορφή τουρισμού που εκδηλώνεται στην ύπαιθρο, πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνει έννοιες όπως τον αγροτουρισμό και τον περιηγητικό τουρισμό. Σε αυτήν την μορφή εμπίπτουν οι οργανωμένες δραστηριότητες των τουριστών στην ύπαιθρο. Η διαμονή των*

τουριστών πραγματοποιείται σε κατασκηνώσεις με σταθερές εγκαταστάσεις, σε κάμπινγκ που μπορεί να περιλαμβάνει σκηές, ξύλινα προκατασκευασμένα σπίτια έως και αυτοκινούμενα τροχόσπιτα. Επίσης, οι τουρίστες που προτιμούν αυτήν την μορφή είναι φυσιολάτρεις, θέλουν να γνωρίζουν τον τόπο διαμονής τους και το περιβάλλον του, διαμένοντας στην ύπαιθρο και όχι σε οργανωμένο κατάλυμα. Τα ταξίδια είναι μικρής διάρκειας ή Σαββατοκύριακα και συνεχώς αυξάνονται (Λαγός, 2005, Σφακιανάκης, 2000).

1.3.3.Αθλητικός τουρισμός (sports tourism)

Ορισμός: *Αθλητικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι ασχολούμενοι με τον αθλητισμό (αθλητές, προπονητές, συνοδοί, βοηθητικό προσωπικό και οπαδοί) ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε αθλητικούς αγώνες, αλλά ενδιάμεσα και μετά τους αγώνες αναπτύσσουν τουριστικές δραστηριότητες, τότε προκύπτει η εναλλακτική μορφή του αθλητικού τουρισμού επιδόσεων ή άμιλλας* (Σφακιανάκης, 2000). Στην ειδική αυτή μορφή τουρισμού, το κύριο κίνητρο του ταξιδιού των τουριστών είναι η ικανοποίηση αθλητικών αναγκών και δευτερευόντως η ικανοποίηση τουριστικών αναγκών. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνει όλες εκείνες τις τουριστικές δραστηριότητες του ατόμου με σκοπό την άθληση, την άσκηση, την παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων ή την αναψυχή. Ο αθλητικός τουρισμός έχει ως κύριο στόχο τη διευκόλυνση παρακολούθησης αθλητικών αγώνων ή συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες, όπως διεθνείς ποδοσφαιρικοί αγώνες, πανευρωπαϊκοί αγώνες, διεθνείς αθλητικές συναντήσεις και οι Ολυμπιακοί Αγώνες (Βενετσανοπούλου, 2006, Σφακιανάκης, 2000, Λαγός, 2005). Για να αναπτυχθεί τέτοιος τουρισμός, σημαντικό ρόλο παίζει το κλίμα, οι γεωμορφολογικές - περιβαλλοντικές συνθήκες, οι αθλητικές υποδομές, οι έμπειροι εκπαιδευτές αθλημάτων για τον τουριστικό προορισμό. Αυτό το είδος τουρισμού μπορεί να προσελκύσει ανθρώπους διαφόρων ηλικιών και εθνικοτήτων το οποίο μπορεί να είναι τοπικής, περιφερειακής ή παγκόσμιας εμβέλειας και η ανάπτυξη του οδηγεί στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Επίσης, οι κυριότερες κατηγορίες δραστηριοτήτων του αθλητικού τουρισμού είναι (Βενετσανοπούλου, 2006):

- i. Τουρισμός άθλησης και άσκησης. Αυτή η τουριστική δραστηριότητα αφορά τους τουρίστες, που επιθυμούν να συνδυάσουν την άθληση με την διαμονή

τους σε ένα μέρος για διακοπές. Συχνά, είναι άνδρες με υψηλή υγεία, εκπαίδευση και οικονομικούς πόρους.

- ii. Τουρισμός αθλητικών γεγονότων. Έχει παρατηρηθεί ότι τα αθλητικά γεγονότα προσελκύουν πολλούς θεατές δίνοντας με αυτό τον τρόπο τη δυνατότητα να αναπτυχθεί η τουριστική δραστηριότητα. Στα αθλητικά γεγονότα, οι αθλητικοί τουρίστες μπορεί να είναι είτε θεατές είτε συμμετέχοντες, με αποτέλεσμα να απαιτείται ιδιαίτερο τουριστικό μάρκετινγκ για την ικανοποίηση των αναγκών τους. Επίσης, πολλές χώρες επιδιώκουν να αναλάβουν τη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων για την οικονομική τους ανάπτυξη, την υψηλή τηλεοπτικής προβολή ώστε να συμβάλει στην προώθηση του τουρισμού της χώρας, περιοχής.
- iii. Πολιτιστικός - αθλητικός τουρισμός. Αυτό το είδος τουρισμού έχει να κάνει με την επίσκεψη αθλητικών χώρων με μεγάλη ιστορική και πολιτιστική αξία. Η χώρα μας θεωρείται μια από αυτές γιατί διαθέτει αρχαιολογικούς χώρους όπως της Ολυμπίας, το ολυμπιακό στάδιο της Αθήνας, κ.ά.

1.3.4.Περιηγητικός τουρισμός (sight seeing tourism)

Ο περιηγητικός τουρισμός αναφέρεται στην πεζοπορία που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε περιοχές με πολιτιστική παράδοση και με ωραίο φυσικό – δομημένο περιβάλλον. Οι τουρίστες - περιηγητές κινούνται αυτόνομα, συνήθως είναι ομαδικά ταξίδια (5-15 άτομα), απαιτείται να είναι κατάλληλα οργανωμένοι, εξοπλισμένοι και να έχουν μελετήσει τη διαδρομή που επιθυμούν. Επίσης, τον προτιμούν άνθρωποι με υψηλή πνευματική στάθμη και με υψηλά εισοδήματα. Η πεζοπορία γίνεται σε βατές λοφώδεις, ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άθληση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον με τη δυνατότητα περιήγησης, επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών (αρχαιολογικοί - ιστορικοί χώροι, τοπίων φυσικού κάλλους και εθνικών δρυμών). Με αυτήν τη μορφή τουρισμού αναπτύχθηκε ενδιαφέρον για τα ευρωπαϊκά μονοπάτια μεγάλων διαδρομών, μάλιστα τα μονοπάτια E4GR και E6GR, όπως αναφέρονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, διασχίζουν σχεδόν ολόκληρη την Ελλάδα (Λαγός, 2005, Σφακιανάκης, 2000, Έξαρχος και Καραγιάννης, 2004).

1.3.5.Θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism)

Ορισμός: Με τον όρο «θαλάσσιο τουρισμός» χαρακτηρίζεται 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 (Διακομιχάλης, 2009:42, Κραντονέλλης, 1995). Σε αυτή την μορφή τουρισμού ο τουριστικός προορισμός είναι η ανοικτή θάλασσα, αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες ικανοποιούν τις βασικές τουριστικές τους ανάγκες εν πλω. Συνήθως, ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει θαλάσσιες περιηγήσεις, κρουαζιέρες, άλλα σκάφη αναψυχής, καθώς και ιστιοπλοΐα, yachting με σκάφη αναψυχής, κατάδυση και περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα (Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006). Επίσης, διακρίνονται οι κατηγορίες του θαλάσσιου τουρισμού που είναι ο τουρισμός παραλίας, ο τουρίστας απολαμβάνει το κολύμπι, τη θάλασσα στις παράκτιες περιοχές, μπορεί να ασχοληθεί με παιχνίδια της παραλίας όπως beach volley αλλά και το ψάρεμα. Η άλλη κατηγορία είναι η θαλάσσια περιήγηση (κρουαζιέρα). Η κρουαζιέρα συνδυάζει την ψυχαγωγία του επιβάτη στο κρουαζιερόπλοιο με την επίσκεψη παράλληλα σε διάφορα κοσμοπολιτικά λιμάνια, με σκοπό τη γνωριμία νέων τόπων και την επαφή με πολιτισμούς. Η τελευταία κατηγορία είναι ο τουρισμός θαλασσιών σπορ όπου περιλαμβάνει δραστηριότητες αναψυχής που γίνονται στο θαλάσσιο χώρο, στις ακτές, όπως κολύμβηση, θαλάσσιο σκι, surfing, σπορ ιστιοπλοΐας, καταδύσεις (Βενετσανοπούλου, 2006). Αυτή η μορφή δραστηριοποιείται όπου υπάρχει θάλασσα και ακτές, απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και τα κοινωνικά στρώματα άλλα εξαρτάται και από τις δραστηριότητες. Πραγματοποιείται την θερινή περίοδο, πιο συγκεκριμένα από αρχές Απριλίου με Οκτώβριο για Β. Ημισφαίριο και από αρχές Οκτωβρίου έως τέλος Απριλίου για το Ν. Ημισφαίριο (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα 2011).

1.3.6.Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός (ecotourism)

Ορισμός: Ο οικοτουρισμός (συχνά αναφερόμενος και ως «πράσινος», υπεύθυνος, ήπιος, φυσιολατρικός, «μαλακός» τουρισμός, σε αντίθεση με τον «σκληρό», μαζικό παραθεριστικό τουρισμό διακοπών) πρόκειται για έναν τύπο «υπεύθυνου» τουρισμού υπαίθρου σε αξιόλογο φυσικό περιβάλλον που συμβάλλει στην προστασία και τη διατήρηση του περιβάλλοντος και στην ήπια τοπική ανάπτυξη. Συχνά χρησιμοποιούνται, επίσης, ως ευρύτερη οριοθέτηση και οι όροι «τουρισμός υπαίθρου»

ή «φυσιολατρικός τουρισμός» οι οποίοι, όμως, περιλαμβάνουν μεγαλύτερο εύρος δραστηριοτήτων, ενώ ο οικοτουρισμός αφορά, κυρίως, δραστηριότητες παρατήρησης, περιήγησης και επιστημονικής διερεύνησης του φυσικού περιβάλλοντος. Οι εμπειρίες που προκαλούνται είναι είτε άμεσες (προκύπτουν από την ενεργό συμμετοχή του επισκέπτη σε διάφορες δραστηριότητες) είτε έμμεσες (προκύπτουν από ορισμένες μορφές αναπαράστασης - φωτογράφισης ή παρατήρησης) (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Ο οικοτουρισμός αφορά ταξίδι στη φύση, σε περιοχές με πλούσιους φυσικούς πόρους, στην απόκτηση εμπειριών - γνώσεων για τη φύση, που προϋποθέτει την προστασία του περιβάλλοντος, της κοινωνίας, του πολιτισμού και αποβλέπει στην αειφόρο ανάπτυξη. Αυτή η μορφή τουρισμού διαθέτει σημαντικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα το οποίο περιλαμβάνει ταξίδια σε σχετικά παρθένες φυσικές περιοχές, με σκοπό το θαυμασμό, τη μελέτη και την απόλαυση του τοπίου με τα άγρια ζώα - φυτά τους. Επίσης, οι οικοτουρίστες ενδιαφέρονται σε μεγάλο βαθμό να διευρύνουν το γνωστικό τους ορίζοντα σχετικά με την τοπική χλωρίδα και πανίδα. Ο οικοτουρίστας σέβεται το περιβάλλον, το προφυλάσσει, το αναδεικνύει και η προσωπική του ικανοποίηση εξαρτάται από την προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος. Η μορφή αυτή αποτελείται από μικρές τοπικές επιχειρήσεις (Λαγός, 2005, Σφακιανάκης, 2000, Έξαρχος και Καραγιάννης, 2004, Βενετσανοπούλου, 2006, Ανδριώτης, 2008). Ο οικοτουρισμός διαθέτει διάφορες κατηγοριοποιήσεις τύποι οικοτουριστών όπως (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011):

- i. Δραστήριοι ή τραχείς ή σκληροί: επιδιώκουν δραστηριότητες έντονες ή με μεγάλο βαθμό επικινδυνότητας, κυρίως αθλητικές.
- ii. Ήπιοι ή ήρεμοι: προτιμούν δραστηριότητες τύπου παρατήρησης πουλιών, θαλάσσια ζωής, καθώς και την απόλαυση της φύσης ή οργανωμένα ταξίδια και διαδρομές όπως ορειβασία, πεζοπορία.
- iii. Ειδικοί: εμπλέκονται με δραστηριότητες που σχετίζονται με μελέτη, επιστημονική διερεύνηση ή χόμπι.
- iv. Περιστασιακοί τουρίστες της φύσης: ξεκινούν με κίνητρο όχι τη φύση, ενώ τη βιώνουν ως μέρος ενός ευρύτερου ταξιδιού.

- v. Κοινότυποι τουρίστες της φύσης: οικοτουρίστες που επισκέπτονται ένα μέρος για να πραγματοποιήσουν κάτι διαφορετικό, ασυνήθιστο.
- vi. Τουρίστες αφοσιωμένοι στη φύση: το βασικότερο κίνητρο τους είναι η επαφή, η γνωριμία, η εξερεύνηση και η κατανόηση της φύσης/ ιστορία του τόπου.
- vii. Απόλυτα φυσικοί τουρίστες: πρόκειται για επιστήμονες, ερευνητές, που οργανώνονται για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Ο οικοτουρισμός λαμβάνει χώρα όπου υπάρχουν περιοχές με πλούσιους φυσικούς πόρους και ειδικότερα σε ορεινές περιοχές, σε όλη τη διάρκεια του χρόνου αλλά συγκεκριμένα σε περιόδους αιχμής. Τα άτομα σε αυτό το τουρισμό είναι άνω των 50 ετών, αλλά και νέοι, με υψηλό οικονομικό και πνευματικό/εκπαιδευτικό επίπεδο, συνήθως η πλειονότητα είναι άντρες. Τα άτομα αυτά είναι ευαισθητοποιημένα, πιο δεκτικά σε ζητήματα προστασίας του περιβάλλοντος, το βασικότερο κίνητρο τους είναι η επαφή, η γνωριμία, η κατανόηση, και η απόλαυση της φύσης (Εξαρχος και Καραγιάννης, 2004, Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

1.3.7. Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism)

Ορισμός: *Ο πολιτισμικός τουρισμός αναφέρεται σε τουριστικά ταξίδια τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικές με τον πολιτισμό, όπως συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση τόπων και χωρών, επίσκεψη σε περιοχές με παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον, επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα καθώς και την τοπική γαστρονομία (Μοίρα, 2009:25-26, Τσάρτας, 1996:297, WTO: 1985, ICOMOS: 1999). Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει σαν κύρια τουριστική δραστηριότητα την επαφή, γνωριμία, γνώση, και απόλαυση του πολιτιστικού πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τη συμμετοχή ή την παρακολούθηση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων όπως επίσκεψη σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, επιδείξεων παραδοσιακών χορών και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ θεάτρου, μουσικής). Επίσης, ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλλει ταυτόχρονα στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομίας μιας περιοχής, ενώ παράλληλα έχει επιμορφωτικό χαρακτήρα για τον επισκέπτη, τον οποίο φέρνει σε άμεση επαφή με την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου. Η μορφή αυτή έχει δυο κυρίαρχες ομάδες τουριστών οι οποίες είναι οι τουρίστες με ευρύτερο πολιτιστικό*

ενδιαφέρον, οι οποίοι επισκέπτονται, κάθε φορά διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές, με στόχο την εξερεύνηση και τη γνωριμία με τις πολιτιστικές ιδιαιτερότητες της καθεμιάς, αποκτώντας γνώσεις και εμπειρίες ώστε να έχουν μια εικόνα για διάφορους πολιτισμούς. Η άλλη είναι τουρίστες με εξειδικευμένο πολιτιστικό ενδιαφέρον που εστιάζουν το ενδιαφέρον τους σε ένα μικρό αριθμό περιοχών, συχνά και σε μία μόνο περιοχή ή πόλη, με στόχο να ανακαλύψουν και να κατανοήσουν το ευρύτερο πολιτιστικό υπόβαθρο που χαρακτηρίζει την περιοχή αυτή. (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000). Επιπρόσθετα, διακρίνονται δύο είδη ταξιδιού τα οποία είναι ο τουρισμός (πολιτιστικής) κληρονομιάς (heritage tourism ή study tour) που επιτρέπει στους τουρίστες να εξερευνήσουν την πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού και το οποίο περιλαμβάνει επισκέψεις σε μνημεία, πόλεις και άλλα μέρη ιστορικής ή φυσικής σημασίας, ερμηνείες από εξειδικευμένους ξεναγούς, αρχαιολογικούς χώρους, καθεδρικούς ναούς και εκκλησίες, κάστρα και ιστορικά σπίτια. Τα άλλα ταξίδια σχετίζονται με τις καλές τέχνες, τις παραστατικές τέχνες και την ψυχαγωγία (arts-related travel ή arts/entertainment tourism ή arts tours), που περιλαμβάνουν παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων και θεατρικής παράστασης, εκθέσεις γλυπτικής/ φωτογραφίας. Ο τουρισμός αυτός πραγματοποιείται όπου υπάρχουν οι αντίστοιχοι πόροι και αξιοθέατα, τα ταξίδια διοργανώνονται όλες τις εποχές του χρόνου, από αναπτυγμένες χώρες που έχουν υψηλό επίπεδο παιδείας/ εκπαίδευσης αλλά και μέσο οικονομικό επίπεδο (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Βενετσανοπούλου, 2006)

1.3.8.Ορεινός τουρισμός (mountain tourism)

Ορισμός: *Ο ορεινός τουρισμός αφορά ταξίδια, συχνά μικρής διάρκειας, σε ορεινούς όγκους για δραστηριότητες, κυρίως, στην ύπαιθρο, συνήθως σε συνδυασμό με ήπιες περιπατητικές, ορειβατικές ή αθλητικές δραστηριότητες. Ως ορειβασία νοείται η ανάβαση, διάσχιση και κατάβαση σε ορεινές τοποθεσίες (500 μέχρι 1.500 μέτρα) ή ψηλό (άνω των 1.500 μέτρων) βουνό που χαρακτηρίζεται είτε βατό, οπότε και δεν απαιτούνται ειδικές τεχνικές γνώσεις και σύνεργα, είτε δύσβατο, οπότε και απαιτούνται ειδικές γνώσεις και συγκεκριμένες τεχνικές* (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Ο ορεινός τουρισμός έχει ως χαρακτηριστικό γνώρισμα τη χωρική διάσταση και τη μεγάλη θεματική ποικιλία των δραστηριοτήτων. Οι τουριστικές δραστηριότητες κάθε μορφής και τύπου, στους ορεινούς όγκους έχουν παράδοση αιώνων και οι στόχοι τους

κατά κύριο λόγο αφορούν στη φυσιολατρία (περιήγηση, περίπατο, ορειβασία και αθλητισμό), στη υγεία, στη γνωριμία με τον αγροτικό πολιτισμό (Λαγός, 2005). Οι τουρίστες μπορούν να αποκτήσουν την εμπειρία των ορειβατικών μονοπατιών, ειδικότερα των E4GR και E6GR όπως αναφέρονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, διασχίζουν σχεδόν ολόκληρη την Ελλάδα. Στον ορεινό τουρισμό υπάρχουν διάφορα είδη δραστηριοτήτων για τους τουρίστες όπως αναρρίχηση, κατάβαση απότομων βράχων, ορειβασία, ορεινή πεζοπορία, πέρασμα χαράδρας, διάσχιση ορεινών όγκων και φαραγγίων, καταδύσεις, και διαδρομές με οχήματα με κίνηση σε 4 τροχούς ή με μοτοσυκλέτες χώματος. Σε αυτή την μορφή τουρισμού προτιμούνται οι ορεινές περιοχές ή ορεινοί όγκοι, με την προϋπόθεση ότι θα είναι προσβάσιμοι, ανάλογα με τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των τουριστών (αναρριχήσεις με μικρό ή μεγάλο βαθμό δυσκολίας). Συνήθως, η διαμονή των τουριστών γίνεται σε ξενοδοχεία, ξύλινα/πέτρινα, δεμένα αισθητικά με το ορεινό τοπίο. Επίσης, τα άτομα είναι νέοι, καλής φυσικής κατάστασης, μεγάλης αντοχής, με εμπειρία στα σπορ βουνού ώστε να αντιμετωπίζουν κάθε δυσκολία (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000).

1.3.9.Χειμερινός τουρισμός (winter tourism)

Ορισμός: *Ο χειμερινός τουρισμός αφορά τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται τη χειμερινή περίοδο και έχουν να κάνουν τόσο με ταξίδια στην ύπαιθρο όσο και με ταξίδια πολιτισμού - αστικού τουρισμού, συνήθως μικρής διάρκειας* (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Ο χειμερινός τουρισμός συνδέεται με διάφορες δραστηριότητες όπως την Χιονοδρομία (σκι) και τα Χιονοδρομικά κέντρα. Η χιονοδρομία είναι άθλημα με ελεύθερη δράση και ο καθένας μπορεί να διαλέξει την κατάλληλη πίστα, έχοντας υπόψη του τις προσωπικές του ικανότητες και τις επικρατούσες καιρικές συνθήκες. Υπάρχουν πολλές κατηγορίες αθλημάτων σκι εδώ είναι οι βασικότερες όπως (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006):

- i. Αλπικό σκι (alpic ski): περιλαμβάνει την τεχνική κατάβαση (slalom), τη γιγαντιαία κατάβαση (grant slalom), την υπεργιγαντιαία κατάβαση (super grant slalom), την ελεύθερη κατάβαση (downhill).

- ii. Βόρειο σκι (kim nordic ski): περιλαμβάνει το δρόμο αντοχής (cross country ή langlauf ski ή ski de fond), το σκι άλματος (ski jumping) και το διάθλο (biathlon), συνδυασμό δρόμου αντοχής και τοξοβολίας.
- iii. Σκι χιονοσανίδας (snowboard ski): έχει ελεύθερη δράση στο χιονισμένο τοπίο, περιλαμβάνει την κατάβαση και halfpipe.
- iv. Έλκηθρο χιονιού (snowmobile): απαραίτητο όχημα σε περιπτώσεις που είναι αδύνατη η διέλευση αυτοκινήτων.

Σ' ένα χιονοδρομικό κέντρο μπορεί να αναπτυχθούν διάφορες άλλες δραστηριότητες, όπως άθληση τακτικών σκιέρ, εκπαίδευση σκιέρ, αθλητικοί αγώνες σκι και ψυχαγωγία παιδιών. Τα χιονοδρομικά κέντρα δημιουργούνται στα ορεινά τμήματα των ζωνών χειμερινού τουρισμού και αποτελούνται από εγκαταστάσεις χειμερινών αθλητικών κι άλλων λειτουργιών, που εξυπηρετούν τους φίλους αυτής της μορφής του τουρισμού. Οι απαιτούμενες εγκαταστάσεις για τον χιονοδρομικό τουρίστα είναι οι αναβατήρες, πίστες κατάβασης για το άθλημα της χιονοδρομίας. Επίσης, μεγάλη προσοχή για τους κίνδυνους που μπορεί να προκύψουν από τα δυσμενή καιρικά φαινόμενα και οι αντίξοες καιρικές συνθήκες. Πρέπει να είναι προετοιμασμένοι να τα αντιμετωπίσουν όλοι, από τους επιχειρηματίες μέχρι τους παίκτες των σπορ (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006). Αυτή η μορφή τουρισμού πραγματοποιείται σε ορεινές περιοχές με συστηματική χιονόπτωση αλλά και την καλύτερη, ασφαλέστερη εξυπηρέτηση των τουριστών. Το ταξίδι διαρκεί περίπου μία εβδομάδα ή λιγότερο, η χειμερινή περίοδος είναι το χρονικό διάστημα από τις αρχές Νοεμβρίου μέχρι τις αρχές Απριλίου, όμως απαιτείται να υπάρχουν καλές καιρικές συνθήκες (χιονόπτωση), για να αποφύγουν τυχόν ατυχήματα. Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, εάν και ποικίλλουν από χώρα σε χώρα, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι συμμετέχουν οι πλέον εύρωστες οικονομικά τάξεις, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, και συνήθως οι νέοι (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006).

1.3.10.Ορειβατικός τουρισμός (naturism tourism)

Ορισμός: *Ορειβατικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες αναπτύσσουν ή παρακολουθούν ορειβατικές*

δραστηριότητες (Σφακιανάκης, 2000). Επίσης, ταυτίζεται με την ορειβασία, περιλαμβάνει πεζοπορία σε μονοπάτια, περιοχές με φυσικό κάλλος, αναβάσεις - καταβάσεις σε βουνά, διάσχιση και αναρρίχηση σε δύσκολο βαθμό. Ο ορειβατικός τουρισμός έχει διάφορους τύπους ορειβασίας όπως αναρριχήσεις (σε απόκρημνους βράχους, δύσβατες κορυφές), την απλή ορειβασία η οποία δεν χρειάζεται βοηθητικά μέσα, γιατί μοιάζει περισσότερο με μια δύσκολη ανηφορική περιπατητική προσπάθεια. Επίσης, είναι η τεχνητή ορειβασία ή αλπινισμός (alpinism) που οι συμμετέχοντες αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες ανάβασης ή αναρρίχησης λόγω της μορφής των βουνών (απότομες πλαγιές, κατακόρυφα εμπόδια). Από την άλλη υπάρχει η δύσκολη ορειβασία σε χιονισμένα βουνά ή παγετώνες που απαιτείται ειδικός εξοπλισμός. Επιπρόσθετα, υπάρχουν ορεινές κατασκηνώσεις που είναι ειδικά οργανωμένες για ομάδες νέων ώστε να έρθουν σε επαφή με την φύση και με τις δραστηριότητες της. Υπάρχει όμως και η ορεινή ποδηλασία. Έχουν κατασκευαστεί ειδικά ποδήλατα βουνού ώστε να μπορούν να κινούνται σε ορεινές περιοχές ή μονοπάτια, πάνω σε χώμα/ χόρτα και να έρχεται ο άνθρωπος σε επαφή με το παρθένο φυσικό περιβάλλον, τον καθαρό αέρα (Σφακιανάκης, 2000, Βενετσανοπούλου, 2006). Ο ορειβατικός τουρισμός προτιμάται οι ορεινές περιοχές ή ορεινούς όγκους, με την προϋπόθεση ότι θα είναι προσβάσιμοι, ενώ πραγματοποιείται όλο το χρόνο άλλα κυρίως Απρίλιο μέχρι Οκτώβριο ώστε οι περιοχές να είναι ευκολότερα προσβάσιμες. Η ορειβασία προσελκύει όλο και περισσότερους νέους τουρίστες, που ενδιαφέρονται για την καλή φυσική τους κατάσταση και μια πιο ουσιαστική επαφή με τη φύση (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα 2011, Βενετσανοπούλου, 2006).

1.3.11. Τουρισμός περιπέτειας (adventure tourism)

Ορισμός: *Ο τουρισμός περιπέτειας έχει ως κίνητρα τις αθλητικές ή περιηγητικές δραστηριότητες οι οποίες συνδυάζουν την αναζήτηση συγκίνησης και συχνά περιέχουν κάποιο βαθμό κινδύνου σε ένα συνήθως απομακρυσμένο, ασυνήθιστο προορισμό της υπαίθρου* (Fennell, 2001, Dickinson, 1996). Ο τουρισμός περιπέτειας χαρακτηρίζεται έντονα από το στοιχείο της περιπέτειας, το απροσδόκητο, το ασυνήθιστο, το άγνωστο, την έκπληξη και από ένα βαθμό ρίσκου. Επίσης, επιτυγχάνεται η ανάδειξη του φυσικού τοπίου, των παραδοσιακών οικισμών, η προστασία της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής. Σημαντικά κρίνεται η φυσική άσκηση, δράση, τόλμη, θάρρος

και ο σεβασμός της φύσης. Απαραίτητες επίσης είναι σε αρκετές περιπτώσεις οι τεχνικές γνώσεις, η σωστή οργάνωση και ο εξοπλισμός. Σημαντικός στόχος αυτού του τουρισμού είναι να γνωρίσουμε καλύτερα τις ομορφιές της φύσης και να βιώσουμε κάποιες μέρες/ώρες σ' ένα μοναδικό περιβάλλον (Λαγός, 2005, Βενετσανοπούλου, 2006). Σύμφωνα με τους Τσάρτα κ.α. (2001γ:42) υπάρχουν είδη ανάλογα την χρονική διάρκεια είναι τα εξής:

1. Μικρής διάρκειας τουριστικές μετακινήσεις: σε περιοχές όπου είναι εφικτή η μετακίνηση σε σύντομο χρονικό διάστημα και κοντά στις χώρες προέλευσης των τουριστών.
2. Μεγάλης διάρκειας τουριστικές μετακινήσεις: σε περιοχές όπου υπάρχει έντονο το φυσικό στοιχείο και παράλληλα η έννοια της αυθεντικότητας στην αίσθηση του κινδύνου (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Στον τουρισμό περιπέτειας διακρίνονται δύο κατηγορίες: α) ο τουρισμός ήπιας περιπέτειας (soft adventure tourism) ο οποίος απαιτεί στοιχειώδεις δεξιότητες, και εμπεριέχει μικρό κίνδυνο (π.χ. πεζοπορία, κατάβαση ποταμού με ειδική σανίδα, καγιάκ ποταμού, διαδρομές με άλογα, τοξοβολία και ορειβασία), και β) ο τουρισμός ακραίας περιπέτειας (extreme or hard adventure tourism) ο οποίος απαιτεί σημαντική εμπειρία, εξοικείωση με τη φύση, τους κινδύνους της και την καλή φυσική – πνευματική κατάσταση (π.χ. πέταγμα αετού, ελεύθερη πτώση, πέρασμα χαράδρας, κατάβαση ορμητικών ποταμών με σχέδια, καταδύσεις και πάρκα περιπέτειας (Λαγός και Παππός, 2004:222-228). Άλλη μια νέα κατηγορία εμφανίστηκε σχετικά πρόσφατα και αφορά τα λεγόμενα ακραία αθλήματα (extreme sports) που προσφέρουν ένα είδος ψυχικής διέγερσης, την οποία οι συμμετέχοντες δεν βρίσκουν σε άλλες δραστηριότητες και επιθυμούν να βιώνουν συνεχώς μια κατάσταση συναγερμού. Μερικές από τις παραπάνω τουριστικές δραστηριότητες παρουσιάζουν ένα σημαντικό βαθμό πραγματικού ρίσκου για την υγεία και ασφάλεια των συμμετεχόντων. Είναι αναγκαία η ύπαρξη κατάλληλων συνθηκών στη ευρύτερη περιοχή όπως η ύπαρξη καταλυμάτων άλλα και επαρκής κάλυψη σε θέματα προληπτικής - θεραπευτικής ιατρικής και ένα οργανωμένο δίκτυο πληροφόρησης (χάρτες, σηματοδότηση) (Βενετσανοπούλου, 2006). Αυτή η μορφή τουρισμού λαμβάνει χώρα όπου διατίθενται οι ανάλογες υποδομές (σύμφωνα πάντα με τη φύση

της περιπέτειας, όπως ποτάμια, φαράγγια), πραγματοποιείται σε περίοδο εκτός αιχμής, αλλά να έχει καλές καιρικές συνθήκες και συνήθως διαρκεί ένα Σαββατοκύριακο ανάλογα με τις αποστάσεις του ταξιδιού. Ο τουρισμός αυτός απευθύνεται κυρίως σε νέους τουρίστες, που διαθέτουν καλή φυσική κατάσταση, κατοίκους μεγαλουπόλεων με υψηλή οικονομική κατάσταση, οι οποίοι αναζητούν τρόπους εκτόνωσης, έχουν περιορισμένη αίσθηση ευθυνών (νεανικότητα) που επιθυμούν να καταφύγουν από τους έντονους εργασιακούς ρυθμούς, το άγχος, τη ρουτίνα που αντιμετωπίζουν στην πόλη (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Βενετσανοπούλου, 2006, Έξαρχος και Καραγιάννης, 2004).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Ή ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΕΩΝ (CITY BREAK)

2.1.Εισαγωγή

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστεί το θέμα του αστικού τουρισμού. Αρχικά, ως αστικός τουρισμός ορίζεται *«το ταξίδι -συνήθως μικρής διάρκειας- σε αστικά κέντρα, με την ανάπτυξη πολύπλευρων δραστηριοτήτων στην ευρύτερη περιοχή των πόλεων (τις διακοπές, τον πολιτισμό, τις αγορές (shopping)) και ευρύτερα τη γνωριμία με το αστικό και πολιτισμικό περιβάλλον της συγκεκριμένης πόλης»* (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Λαγός, 2005).

2.2. Χαρακτηριστικά του αστικού τουρισμού

Ο αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων (City Break) είναι μια ανερχόμενη τάση, κυρίως ανάμεσα στους έμπειρους ταξιδιώτες αλλά και χάρη σε σημαντικά έργα στις μεγαλουπόλεις τα οποία αναδεικνύουν τουριστικούς πόρους, αξιοποιούν υποδομές, βελτιώνουν το βιοτικό επίπεδο των πολιτών. Οι πόλεις χαρακτηρίζονται σε σχέση με το μέγεθος τους ως μικρές-μεσαίες και μεγαλουπόλεις με σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ τους. Σε κάθε περίπτωση όμως, η φυσιογνωμία κάθε πόλης, όπως έχει αναπτυχθεί, λειτουργεί συνδυαστικά με τον τουρισμό. Για παράδειγμα παραδοσιακές πόλεις που έχουν αναπτύξει τον αστικό τουρισμό είναι οι πρωτεύουσες χωρών όπως η Αθήνα, το Λονδίνο, το Παρίσι, αλλά κι άλλες πόλεις με διαφορετική φυσιογνωμία όπως είναι η Φλωρεντία και η Βενετία (Αυγερινού-Κολώνια, κ.α. 2000:3, Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011, Λαγός, 2005). Ο αστικός τουρισμός ή τουρισμός πόλεων (City Break) είναι άμεσα συνδεδεμένος με άλλες μορφές τουρισμού όπως είναι: πολιτιστικός τουρισμός, ποδηλατικός τουρισμός, βιώσιμος (αιεφόρος τουρισμός), εκπαιδευτικός τουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, θρησκευτικός και νυχτερινός τουρισμός. Επίσης, ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη διασκέδαση, στις αγορές (shopping), στις ενδιαφέρουσες εκδρομές και τέλος στο ωραίο περιβάλλον. Αυτά είναι μονάχα μερικά παραδείγματα που φανερώνουν το εύρος των τουριστικών δραστηριοτήτων σε αστικά κέντρα.

Οι στόχοι/σκοποί του αστικού τουρισμού ή τουρισμού πόλεων είναι η διαμόρφωση και η οργάνωση του αστικού χώρου ώστε να αποτελεί πόλο έλξη για την

επίσκεψη και την περιήγηση των τουριστών με κίνητρο τη γνωριμία με τις πόλεις και την ιστορία τους. Στη συνέχεια, η διαχείριση τέτοιου είδους τουρισμού μπορεί να γίνει αυτόνομα, από tour operator και από εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία. Παρακάτω, ακολουθούν οι κυριότεροι τύποι ταξιδιών του αστικού τουρισμού (Αυγερινού- Κολώνια κ.α., 2000:3, Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011):

- i. Επισκέπτες για να γνωρίσουν σημαντικά πολιτιστικά, θρησκευτικά αξιοθέατα της χώρας (μουσεία, μνημεία, θέατρα, εκκλησίες, μοναστήρια)
- ii. Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι
- iii. Οργανωμένο επαγγελματικό ταξίδι (συνέδρια, εκθέσεις) μια μορφή η συνδυαστικά
- iv. Ταξίδι για ιατρικούς λόγους
- v. Επισκέπτες φίλων και συγγενών
- vi. Ταξίδι μικρής διάρκειας στο πλαίσιο μιας ευρύτερης περιήγησης στη χώρα
- vii. Ταξίδι «ενδιάμεσος σταθμός» στο πλαίσιο μετάβασης σε άλλη περιοχή της χώρας για διακοπές
- viii. Επισκέπτες του Σαββατοκύριακου ή περίοδο εορτών για διακοπές με έμφαση την ξεκούραση και την ψυχαγωγία
- ix. Επισκέπτες ολιγόωρης ή μονοήμερης διάρκειας για να διευθετήσουν κάποια θέματα ή για ψώνια (shopping)
- x. Ταξίδια για εκπαιδευτικούς λόγους και για τις υποδομές που διαθέτει κάθε πόλη (εκδρομές τα σχολεία)
- xi. Επισκέπτες που έρχονται για κάποιο events για παράδειγμα μαραθώνιος, ποδηλατικός αγώνας, συναυλία.

Αυτοί οι τύποι ταξιδιού χρησιμοποιούνται από τον κάθε επισκέπτη ανάλογα με τις ανάγκες του εκείνη τη χρονική στιγμή.

2.3. Υποδομές-πόροι, η προσβασιμότητα (μεταφορά) και τα καταλύματα.

Σημαντικό ρόλο αρχικά, στον αστικό τουρισμό ή τον τουρισμό πόλεων έχουν οι υποδομές-πόροι, η προσβασιμότητα (μεταφορά) και τα καταλύματα. Οι υποδομές-πόροι δεν αρκούν μόνες τους. Χρειάζεται να υπάρχουν στις πόλεις δραστηριότητες και εκδηλώσεις ώστε να είναι ένα σύνθετο προϊόν για να προσελκύσει τον διαθέσιμο τουρίστα. Καθοριστικός παράγοντας για τον αστικό τουρισμό ή τον τουρισμό πόλεων είναι τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Πρωτίστως τα αεροπλάνα, πλοία αλλά και το οδικό δίκτυο μεταφοράς (αυτοκίνητα, λεωφορεία και ποδήλατα) και σιδηροδρομικών μεταφορών (τραμ, τρόλεϊ και μετρό) είναι ιδιαίτερα σημαντικά για να έχουν εύκολη, γρήγορη πρόσβαση οι επισκέπτες στην πόλη. Για τις ξενοδοχειακές μονάδες απαραίτητος θεωρείται ο βαθμός ποιότητας τους. Δεύτερο σημαντικό ρόλο έχουν τα θέλγητρα, οι πόροι και τα ενδιαφέροντα. Στον αστικό τουρισμό ή τουρισμό πόλεων αξιοσημείωτο είναι οι καλές καιρικές συνθήκες και το καλό κλίμα. Επίσης, επιθυμητό είναι το φυσικό και ευρύτερο περιβάλλον. Τα οφέλη από την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού ή τουρισμού πόλεων είναι η φιλόξενη διάθεση των Ελλήνων, ο ανοιχτόκαρδος χαρακτήρας τους και η ανθρωποκεντρική τους αντίληψη, τα οποία θα κάνουν τους επισκέπτες να αισθανθούν άνετα, φιλικά. Τα σημαντικότερα οφέλη αφορούν των συνδυασμό άλλων μορφών τουρισμού, τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, την αύξηση των εσόδων των επιχειρήσεων, των πολιτών και την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της πόλης και της περιφέρειας. Επίσης, άλλα θετικά γνωρίσματα είναι η αύξηση χώρων πρασίνου, η ανάπτυξη ποδηλατοδρόμων, η ενοικίαση ποδηλάτων να γίνεται σε μέρη όπως μουσεία, μνημεία, αξιοθέατα και χώρων στάθμευσης. Ωστόσο, παρά τις θετικές επιπτώσεις του αστικού τουρισμού ή τουρισμού πόλεων ο κίνδυνος των αρνητικών επιπτώσεων πρέπει να εξαλειφθεί όπως η ρύπανση του περιβάλλοντος, τα απορρίμματα, η βία και η εγκληματικότητα. Εν συνεχεία, απαραίτητο σε κάθε πόλη είναι η ιστορία-πολιτισμική κληρονομιά κάθε πόλης (αξιοθέατα, μνημεία, μουσεία), καλλιτεχνικές δραστηριότητες (φεστιβάλ, συναυλίες, εκθέσεις) (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011)

2.4. Χωρική- Χρονική διάσταση και αγορά-στόχος

Ο αστικός τουρισμός ή τον τουρισμός πόλεων συνήθως αφορά το εξειδικευμένο και αυτόνομο ταξίδι σε αστικό προορισμό. Από την άλλη υπάρχει η

διακοπή του ταξιδιού προς άλλο προορισμό και στάση για την συνέχιση του τελικού προορισμού (1-2 ημέρες). Το κύριο χαρακτηριστικό του είναι η μικρή σχετική χρονική διάρκεια του ταξιδιού και ότι μπορεί να πραγματοποιηθεί όλο το χρόνο (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011).

Σε αυτό το είδος τουρισμού συμμετέχουν τουρίστες με ποικίλα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Πρώτον, είναι άτομα κατά κύριο λόγο ανώτερης μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης που συνήθως πραγματοποιούν ένα επαγγελματικό ταξίδι με ή χωρίς συνοδεία των οικογενειών τους. Δεύτερον, αποτελείται από άτομα νεαρής ηλικίας που ακολουθούν έναν ενεργό τρόπο ζωής, πολύ δραστήριοι, ευαισθητοποιημένοι – φιλικό με το περιβάλλον. Για παράδειγμα επιθυμούν να περιηγηθούν σε μια πόλη με το ποδήλατο αντί των μέσων μαζικής μεταφοράς. Τέλος, υπάρχουν κι άλλες ομάδες ατόμων που συνδυάζουν μαζί με άλλες μορφές τουρισμού. Δηλαδή, επισκέπτονται τα αξιοθέατα, μουσεία μιας πόλης και ψυχαγωγούνται ταυτόχρονα (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης και Λύτρας, 1999)

Γενικά, θεωρείται μεγάλη η ταξιδιωτική δαπάνη εφόσον οι επισκέπτες εκτός από τα έξοδα του τουριστικού πακέτου (διαμονή, διατροφή, μεταφορά) ξοδεύουν χρήματα και σε ψώνια (shopping), αξιοθέατα, μουσεία, θέατρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΠΟΛΗ ΤΩΝ ΧΑΝΙΩΝ

3.1. Εισαγωγή

Τα Χανιά είναι παραλιακή πόλη της βορειοδυτικής Κρήτης, ένας από τους σημαντικότερους λιμένες της, πρωτεύουσα του νομού Χανίων και αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη πόλη του νησιού μετά το Ηράκλειο. Στα Χανιά υπάγονται και τα κατοικημένα νησιά Γαύδος και Γαυδοπούλα, που βρίσκονται περίπου 20 μίλια νότια από τον νομό, στο Λιβυκό Πέλαγος. Η πόλη των Χανίων διατηρεί αναλλοίωτα όλα τα χαρακτηριστικά της, από την εποχή της Ενετοκρατίας ακόμα μέχρι σήμερα. Η πόλη έχει τυπικό μεσογειακό κλίμα, το οποίο είναι ζεστό και ξηρό τα καλοκαίρια και ήπιο τους χειμώνες. Θεωρείται κατάλληλο για την καλλιέργεια ελαιόδεντρων, πορτοκαλιών, αμπελιών και γενικότερα κηπευτικών προϊόντων. Επίσης, η κρητική διατροφή αποτελεί μία από τις δημοφιλέστερες διατροφές στον κόσμο, καθώς περιλαμβάνει υγιεινές πρώτες ύλες, όπως ελαιόλαδο, όσπρια, λαχανικά, φρούτα και κρασί. Όσον αφορά την χλωρίδα και την πανίδα στα Χανιά και κατ' επέκταση της Κρήτης, λόγω του κλίματος και γεωλογίας, ευνοείται η ύπαρξη πολλών ειδών άγριας φύσης. Η οικονομία του νησιού στηρίζεται κυρίως στον τουρισμό, την γεωργία, την κτηνοτροφία και στο εμπόριο. Παρακάτω θα αναφέρουμε τα σημαντικότερα μέρη τα οποία οι επισκέπτες μπορούν να θαυμάσουν.

3.2. Παλιά πόλη των Χανίων

Η παλιά πόλη των Χανίων θεωρείται από τις ομορφότερες πόλεις της μεσογείου, σε διάφορα σημεία ο ταξιδιώτης μπορεί να συναντήσει δείγματα όλων των πολιτισμών που πέρασαν από αυτήν. Πρώτον, η Σπλάντζια, η παλιά συνοικία των μουσουλμάνων, η οποία είναι πολύ ατμοσφαιρική. Στα γραφικά σοκάκια της βρίσκονται πολλά ταβερνάκια. Εκεί βρίσκεται και η εκκλησία του Αγίου Νικολάου, που κατά την ενετοκρατία ήταν ο ναός του Αγίου Νικολάου των δομινικανών και επί της τουρκοκρατίας ήταν το κεντρικό τζαμί των Χανίων ενώ λειτουργεί ως ορθόδοξος ναός από το 1918. Στην ίδια περιοχή βρίσκονται και οι μικροί ναοί της Αγίας Ειρήνης (οδός Σαρπάκη) και των Αγίων Αικατερίνης και Ιωάννου του ερημίτη (οδός Μελιδώνη). Περιπατώντας προς τη μεριά της θάλασσας βλέπουμε τα βενετσιάνικα

νεώρια (του 1497), τα καρνάγια, που κάποτε κατασκεύαζαν πολεμικές γαλέρες, σήμερα λειτουργούν ακόμη επισκευάζοντας βάρκες και καΐκια. Στον ανατολικό μυχό του ενετικού λιμανιού βρίσκεται το νεώριο μόρο, στο οποίο σήμερα στεγάζεται ο ιστιοπλοϊκός όμιλος Χανίων. Δεύτερον, η πλατεία της τριμάρτυρης με τη μητρόπολη Χανίων και το αρχαιολογικό μουσείο που φιλοξενείται στον βενετσιάνικο ναό του st. Francesco. Εκεί βρίσκονται και τα «στιβανάδικα». Είναι η περιοχή όπου βρίσκονται μαγαζιά που επεξεργάζονται δέρμα και κατασκευάζουν διάφορα δερμάτινα είδη. Το όνομα τους το πήραν από τα στιβάνια, τις κρητικές μπότες, όπου φτιάχνονταν εκεί εδώ και αιώνες. Επίσης, λίγο πιο ανατολικά βρίσκονται τα «μαχαιρίδια», όπου βρίσκονται πολλά παραδοσιακά μαγαζάκια που φτιάχνουν ακόμη τα κρητικά μαχαίρια. Έχουμε το φρούριο του Φιρκά (τούρκικα firka - μεραρχία), όπου υψώθηκε η σημαία ένωσης της Κρήτης με την Ελλάδα (1-12-1913) και σήμερα λειτουργεί το ναυτικό μουσείο Κρήτης. Τέλος, το λιμάνι της παλιάς πόλης αποτελεί το ομορφότερο και τουριστικότερο σημείο των Χανίων. Η Ακτή Τομπάζη, η Ακτή Κουντουριώτη και η ακτή ενώσεως με αρκετά ιστορικά κτήρια, όπως τα νεώρια, το γυαλί τζαμίσι (yalı camisi - το τζαμί στο γυαλί) και το μεγάλο Αρσενάλι, όπου σήμερα φιλοξενεί το κέντρο αρχιτεκτονικής μεσογείου. Το κέντρο της είναι το σιντριβάνι (şadırvan), όπου διασταυρώνονται οι κεντρικότεροι δρόμοι της παλιάς πόλης, η οδός Χάληδων, η οδός Κανέβαρο και η Ζαμπελίου. Στην οδό Ζαμπελίου βρίσκεται ένα από τα ωραιότερα δείγματα ενετικού αρχοντικού της πόλης, η καταχρηστικά αποκαλούμενη loggia των ενετών, διατηρώντας οικόσημο, λατινικό ρητό και σχεδόν όλα τα αρχιτεκτονικά στοιχεία της πρόσοψης. Απέναντι από την ακτή μπορεί κανείς να θαυμάσει το βενετσιάνικο φάρο του 1595 – 1601, που αποτελεί το σήμα κατατεθέν της πόλης, συγκαταλέγεται στα σπουδαία αξιοθέατα των Χανίων. Τελειώνοντας, στην παλιά πόλη βρίσκονται τα τελευταία χρόνια όλη η νυχτερινή ζωή των Χανίων από εστιατόρια, καφετέριες και μπαρ.

3.3. Κουμ-καπί

Στα ανατολικά της παλιάς πόλης βρίσκεται η παραλία του Κουμ-καπί (Τουρκικά: Kum karısı, Η Πύλη της Άμμου). Επίσης, εδώ υπάρχουν διάφορες ταβέρνες, μεζεδοπωλεία, καφετέριες και μπαρ. Νότια του βρίσκεται το εθνικό στάδιο Χανίων "Έλενα Βενιζέλου", το κρατικό ωδείο Χανίων και ο γραφικός δημοτικός κήπος (1870), έργο του Ρεούφ Πασά, που κατασκευάστηκε στα πρότυπα των

ευρωπαϊκών πάρκων ως το πρώτο κοινωφελές έργο της πόλης, και σήμερα φιλοξενεί το δημοτικό θερινό κινηματογράφο. Στην ανατολική γωνία του βρίσκεται το Ρολόι του 1924.

3.4.Η σύγχρονη πόλη

Λίγο πιο νότια από την πλατεία της τριμάρτυρης βρίσκεται η πλατεία των Νέων Καταστημάτων, που αποτελεί το όριο της νέας πόλης. Εκεί βρίσκονται τα καταστήματα της πόλης από τις αρχές του 20ού αιώνα, όποιος θέλει να κάνει τα ψώνια του ή απλώς βόλτα στα μαγαζιά των Χανίων. Επίσης εδώ βρίσκονται οι σταθμοί αστικών και υπεραστικών λεωφορείων. Στα νότια της πόλης των Χανίων βρίσκονται οι συνοικίες της δεξαμενής, όπου έγιναν πολύ σκληρές μάχες το 1941, ο Αϊ Γιάννης και ο Κουμπές, όπου βρίσκονται τούρκικοι κουμπέδες (ταφικά μνημεία).

3.5.Δημοτικός κήπος

Ένα σημαντικό κέντρο αναψυχής της πόλεως των Χανίων είναι ο Δημοτικός Κήπος. Είναι έργο του Ρεούφ Πασά, σχεδιάστηκε το 1870 σε ευρωπαϊκά πρότυπα και φυτεύτηκε με πολλά αειθαλή δένδρα και φυτά με την επίβλεψη και την επιμέλεια του ίδιου του Πασά. Σήμερα υπάρχει μια παιδική χαρά και διάφορα ζώα, η είσοδος είναι ελεύθερη. Μέσα στον κήπο για την εξυπηρέτηση του κοινού λειτουργούσε καφενείο από τις αρχές του 20ου αιώνα, το οποίο λειτουργεί ακόμα και σήμερα ανακατασκευασμένο.

3.6.Δημοτική Αγορά και Δικαστήρια

Η δημοτική αγορά Χανίων αποτελεί ένα σταυροειδές κτήριο, που κατασκευάστηκε το 1913 στα πρότυπα της αγοράς της Μασσαλίας. Δημοφιλές σημείο συνάντησης κατοίκων και επισκεπτών η δημοτική αγορά Χανίων όπου, φιλοξενεί διάφορα παραδοσιακά μαγαζάκια και ταβερνάκια. Εν συνεχεία, το πανέμορφο τουρκικό στρατιωτικό νοσοκομείο του 19ου αιώνα, όπου σήμερα φιλοξενεί τα δικαστήρια και τις υπηρεσίες της νομαρχίας Χανίων. Πίσω από τα δικαστήρια βρίσκεται ο ναός Πέτρου και Παύλου, όπου βρέθηκε το αρχαίο νεκροταφείο της πόλης. Στα δυτικά των δικαστηρίων βρίσκεται το Πάρκο Ειρήνης και Φιλίας με το Κέντρο Νεολαίας του δήμου Χανίων, όπου συχνά διοργανώνονται εκδηλώσεις ή συναυλίες. Δίπλα του βρίσκεται το Ιστορικό Αρχείο Κρήτης και το πολεμικό μουσείο, που φιλοξενείται στον ιταλικό στρατώνα του 19ου αιώνα.

3.7.Χαλέπα και Ταμπακαριά

Στη Χαλέπα βρίσκονται πολλά νεοκλασικά κτήρια από την περίοδο της Κρητικής Πολιτείας, όπως και τα τότε προξενεία των Μεγάλων Δυνάμεων. Εκεί βρίσκεται και η οικία του Ελ. Βενιζέλου, που φιλοξενεί το Εθνικό Ίδρυμα Μελετών "Βενιζέλος", η παλιά γαλλική σχολή και το ΤΕΙ Χανίων. Επίσης στη Χαλέπα βρίσκονται και πολλές εκκλησίες, όπως η Αγ. Μαγδαληνή σε Ρώσικο ρυθμό, ή η Ευαγγελίστρια χτισμένη σε ρυθμό Μπαρόκ, καθώς και το μετέπειτα παλάτι του πρίγκιπα Γεώργιου. Στο λόφο πάνω από τη Χαλέπα, βρίσκεται ο Προφήτης Ηλίας με τους Τάφους των Ελ. και Σ. Βενιζέλου.

3.8.Η ψυχαγωγία-διασκέδαση

Στα Χανιά υπάρχουν εγκαταστάσεις που έχουν σκοπό να καλύψουν την ψυχαγωγία του επισκέπτη.

- Το θεματικό πάρκο «Λιμνούπολη» με τις νεροτσουλήθρες κι άλλες δραστηριότητες με το νερό, λειτουργεί από το Μάιο-Οκτώβριο. Υπάρχει δυνατότητα για δίκες σας εκδηλώσεις κατόπιν συνεννόησης.
- Οι κινηματογράφοι που υπάρχουν είναι κλασσικοί μεμονωμένοι διάσπαρτοι στην πόλη αλλά κι θερινοί που λειτουργούν στους καλοκαιρινούς μήνες.
- Διαθέτουν χώρους ώστε να διοργανώνονται θεατρικές παραστάσεις.
- Κέντρο Bowling και με ηλεκτρονικά παιχνίδια, πίστες go cart.
- Υπάρχουν σε πολλά σημεία καφετέριες, ταβερνάκια, μπαράκια, μικροί χώρους με ζωντανή μουσική, για όλους τους τύπους διασκέδασης.

Συνοπτικά οι τουριστικοί πόροι των Χανίων :

- Παλαιά πόλη και ενετικό λιμάνι
- Τζαμί του Κιουτσούκ Χασάν (Γιαλί Τζαμισί)
- Ναυτικό Μουσείο Κρήτης (στο ενετικό λιμάνι)
- Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων (στεγάζεται στο καθολικό της ενετικής μονής του Αγίου Φραγκίσκου)
- Μητροπολιτικός Ναός Εισοδίων Θεοτόκου (Τριμάρτυρη)

- Ναός Αγίου Νικολάου Σπλάντζιας
- Οικία Ελ. Βενιζέλου (Χαλέπα)
- Πολεμικό Μουσείο (Χανιά)
- Νέο Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων (υπό αποπεράτωση, στην περιοχή Χαλέπας)
- Ιστορικό Αρχείο Κρήτης
- Συναγωγή Ετζ Χαγίμ
- Καθολικός Ναός Θεοτόκου (1879), στην παλιά πόλη

3.9. Μορφές τουρισμού στα Χανιά

Η Κρήτη είναι νησί που συνδυάζει τη θάλασσα με το βουνό ταυτόχρονα. Ειδικότερα, η πόλη των Χανίων έχει την ικανότητα να αναπτύξει αρκετές μορφές τουρισμού. Γι' αυτό το λόγο δίνει στον επισκέπτη τη δυνατότητα να αποφασίσει τι είδους τουρισμού και πότε επιθυμεί να το πραγματοποιήσει. Αρχικά, μια μορφή τουρισμού είναι ο ορειβατικός τουρισμός, λόγω των βουνών, τοπίων και τα φαράγγια. Ένας από τους σημαντικούς πόλους έλξης σε μεγάλο βαθμό για τους επισκέπτες στα Χανιά θεωρείται ο Εθνικός Δρυμός Σαμαριάς. Υπάρχουν κι άλλα μέρη όπως το φαράγγι της Αράδενας, η ορειβασία στα Λευκά Όρη. Επίσης, συνδυάζεται ο αγροτουρισμός λόγω της γεωφυσικής ποικιλομορφίας, οι ανεξάντλητοι φυσικοί πόροι, τα ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά και η παράδοση, που σου δίνουν μια μοναδική εμπειρία και ανεξίτηλες εικόνες. Στην ευρύτερη περιοχή των Χανίων, για το αγροτουρισμό θεωρούνται το κεφαλοχώρι του Βάμου και ο οικισμός της Μηλιάς. Προσφέρει στους επισκέπτες μια απόλυτη ηρεμία, χαλάρωση και τη δυνατότητα επαφής με τη φύση. Δεύτερον, ο γαστρονομικός τουρισμός γιατί μια επίσκεψη στα Χανιά δεν είναι ολοκληρωμένη, αν δεν γευτεί κάποιος τη διάσημη τοπική κουζίνα και τη φιλοξενία του Κρητικού. Κάποια παραδοσιακά προϊόντα: κρητικά καλιτσούνια, ντάκος, χοχλιοί μπουμπουριστοί, φρέσκια στάκα από βούτυρο και τέλος συνοδεύεται από κρασί ή παγωμένη τσικουδιά. Τρίτον, ο οινοτουρισμός λόγω της παραγωγής κρασιού. Τα Χανιά δίνουν στον επισκέπτη την ευκαιρία να μάθουν, να βιώσουν, να συμμετέχουν στην παραγωγή του κρασιού σε όλα τα στάδια του. Τέλος, δοκιμάζουν το αποτέλεσμα που απόφερε η παραγωγή κρασιού. Τέταρτον, είναι ο θρησκευτικός τουρισμός διότι υπάρχουν αρκετά μοναστήρια και

εκκλησίες. Διοργανώνονται θρησκευτικές εκδηλώσεις ή πανηγύρια προς τιμή των Αγίων. Κάποια από τα σημαντικότερα: Η μονή της Αγίας Τριάδας Τζαγκαρόλων, χτισμένη στους πρόποδες της βουνοκορφής Τζομπόμυλος. Το μοναστήρι ιδρύθηκε τον 17ο αιώνα από δύο αδέρφια μοναχούς, τον Ιερεμία και τον Λαυρέντιο Τζαγκαρόλο, γόνους βενετσιάνικης οικογένειας. Εν συνεχεία, σε απόσταση μόλις μισής ώρας περπατήματος από τη μονή βρίσκεται ένα εγκαταλελειμμένο μοναστήρι, η Μονή Αγίου Ιωάννου ή Μονή Καθολικού. Πιθανόν πρόκειται για την αρχαιότερη μονή της Κρήτης - χρονολογείται στον 6ο-7ο αιώνα. Επίσης, το Μοναστήρι της Χρυσοκαλίτισσας βρίσκεται σε απόσταση 72 χιλιομέτρων νοτιοδυτικά των Χανίων, χτισμένο πάνω σε ένα βράχο. Άλλη μια μονή είναι η Μονή Γκουβερνέτου η οποία είναι χτισμένη στην άκρη του ακρωτηρίου Μελέχα 20 χιλιόμετρα ανατολικά από τα Χανιά και χτίστηκε το 1537. Τέλος, είναι η Ιερά Πατριαρχική και Σταυροπηγιακή Μονή Χρυσοπηγής η οποία βρίσκεται στα Χανιά σε απόσταση 3χλμ. από την πόλη, ιδρύθηκε στα τέλη του 16^{ου} αιώνα και είναι αφιερωμένη στην Παναγία την Ζωοδόχο Πηγή. Πέμπτον, είναι ο πολιτιστικός τουρισμός επειδή διαθέτουν αρκετά μνημεία, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους τα οποία αξίζει κάποιος να τα επισκεφτεί εάν έρθει στην πόλη των Χανίων. Θα αναφερθούμε σε μερικά από αυτά: πρώτον, το Αρχαιολογικό Μουσείο της πόλης, περιλαμβάνει μια μεγάλη συλλογή από ευρήματα που αναδείχθηκαν στην ευρύτερη περιοχή και χρονολογούνται από τα νεολιθικά έως τα ρωμαϊκά χρόνια. Δεύτερον, το Βυζαντινό Μουσείο Χανίων συγκεντρώνει ευρήματα ανασκαφών, καθώς και συλλογές και δωρεές ιδιωτών που καλύπτουν την εποχή από τους παλαιοχριστιανικούς χρόνους μέχρι και την Τουρκοκρατία. Τρίτον, το Ναυτικό Μουσείο Χανίων περιλαμβάνει διάφορα εκθέματα, αντιπροσωπευτικά της ναυτικής ιστορίας και παράδοσης της Ελλάδας, τα οποία είναι ταξινομημένα σε ενότητες από την εποχή του Χαλκού μέχρι σήμερα. Τέταρτον, το Ιστορικό Μουσείο ιδρύθηκε το 1932 περιλαμβάνει 6.500 τίτλους βιβλίων, καθώς και ευρύ φάσμα ιστορικών εγγράφων και ντοκουμέντων, όπως τα αρχεία της τουρκικής διοίκησης της Κρήτης και της Κρητικής Πολιτείας ή η προσωπική αλληλογραφία του Ελευθερίου Βενιζέλου.

Αυτές είναι οι μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται στα Χανιά. Επίσης, θα μπορούσε να συνδυαστούν δύο μορφές τουρισμού μαζί, για παράδειγμα πολιτιστικός-

αστικός τουρισμός ώστε να δίνει στον επισκέπτη την ευκαιρία να γνωρίσει την πόλη αλλά και τον πολιτισμό του ταυτόχρονα.

3.10. Τουριστικές υποδομές στα Χανιά

Προσβασιμότητα και Μέσα Μαζικής Μεταφοράς στα Χανιά

3.10.1.Αεροδρόμιο

Το αεροδρόμιο των Χανίων ονομάζεται διεθνές αεροδρόμιο «Ιωάννης Δασκαλογιάννης», προς τιμή του Κρητικού επαναστάτη Ιωάννη Δασκαλογιάννη που πολέμησε ενάντια στην Οθωμανική αυτοκρατορία τον 18ο αιώνα. Το αεροδρόμιο Χανίων βρίσκεται στη χερσόνησο του Ακρωτηρίου (ή Σούδα), περίπου 20 λεπτά (14 χιλιόμετρα) από τα Χανιά. Από τον Απρίλιο μέχρι τις αρχές Νοεμβρίου, υπάρχουν πολλές απευθείας πτήσεις charter για το αεροδρόμιο των Χανίων από τη Βρετανία, τη Γερμανία, τη Σκανδιναβία και άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Σήμερα έχουν ολοκληρωθεί οι μελέτες για τον εκσυγχρονισμό του αεροδρομίου "Ιωάννης Δασκαλογιάννης" στα Χανιά και πλέον είναι θέμα χρόνου να προχωρήσει ο σχεδιασμός του νέου κτιρίου για τους επιβάτες και η κατασκευή νέου Πύργου Ελέγχου.

3.10.2.Λιμάνι

Η Σούδα βρίσκεται στην δυτική Κρήτη, 6 χιλιόμετρα ανατολικά της πόλης των Χανίων και νοτίως της χερσονήσου του Ακρωτηρίου. Στις βόρειες ακτές του κόλπου απαγορεύεται η προσέγγιση πλοίων και σκαφών επειδή εκεί βρίσκονται ελληνικές και Νατοϊκές ναυτικές βάσεις. Στο νοτιοδυτικό μέρος του κόλπου βρίσκεται το λιμάνι και αποτελεί το κύριο επιβατικό και εμπορικό λιμάνι των Χανίων και της δυτικής Κρήτης, από τις αρχές του 20ου αιώνα, όταν εγκαταλείφθηκε το παλιό λιμάνι των Χανίων.

3.10.3.Λεωφορεία

- Αστικά (μπλε): είναι τα δρομολόγια που πραγματοποιούνται κάθε μέρα μέσα στην πόλη.
- Υπεραστικά (πράσινα): είναι τα δρομολόγια που πραγματοποιούνται από και προς την πόλη, δηλαδή από τα χωριά στα Χανιά κι από Ρέθυμνο, Ηράκλειο.

3.10.4.Ταξί

Πλήθος αριθμών ΤΑΞΙ, με εξυπηρέτηση όλο το 24ωρο, από κεντρικές πιάτσες ή και με τηλεφωνική ανταπόκριση των Ράδιο Ταξί.

3.10.5.Ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα

Στην πόλη των Χανίων υπάρχουν πολυάριθμα γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων, μηχανών, για να καλύψουν, να διευκολύνουν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του επισκέπτη.

3.10.6.Καταλύματα στα Χανιά

Στα Χανιά υπάρχουν όλων των κατηγοριών ξενοδοχειακές μονάδες για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες και τις απαιτήσεις κάθε επισκέπτη. Με βάση τα στοιχεία που διατίθενται στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος διακρίνουμε τον αριθμό ξενοδοχείων ανάλογα με την κατηγορία τους. Αναλυτικότερα στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακα 1. Αριθμός ξενοδοχείων ανάλογα με την κατηγορία τους

Κατηγορία Αστέρια	Αριθμός ξενοδοχείων
1	54
2	296
3	117
4	54
5	21
Σύνολο	542

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος 24/6/2015

Επίσης, υπάρχει και κάμπινγκ για επισκέπτες που επιθυμούν κάτι διαφορετικό, εξερεύνηση, επαφή με την φύση.

Πίνακας 1.2. Κατηγορία Αστέρια και το δυναμικό κάμπινγκ για επισκέπτες

	Κατηγορία Αστέρια	Δυναμικό Κάμπινγκ

	2	6
Οικίσκοι		259
Άτομα		824
Σύνολο		6

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος 1/7/2015

3.10.7.Εστιαση στα Χανιά

Με την βοήθεια του Εμπορικού Επιμελητηρίου Χανίων διευκρινίστηκε το σύνολο των εστιάσεων που είναι 759. Σε αυτά περιλαμβάνονται εστιατόρια, εστιατόρια μέσα στα ξενοδοχεία, ταβέρνες και οι ψαροταβέρνες. Το καθένα από αυτά ξεχωριστά εξυπηρετεί τις ανάγκες -προτιμήσεις των επισκεπτών.

3.11. Προφίλ των επισκεπτών

Σε αυτήν την παράγραφο θα αναλύσουμε το τουριστικό προφίλ των επισκεπτών στην Δυτική Κρήτη, ειδικότερα στα Χανιά την τουριστική περίοδο 2013. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται η καταγραφή των διεθνών αφίξεων στο αεροδρόμιο των Χανίων και παρουσιάζονται οι κύριες χώρες προέλευσης των επισκεπτών. Στη συνέχεια αναλύονται τα χαρακτηριστικά επισκεπτών, άλλα και με βάση τα ακόλουθα κριτήρια:

- πτήση που επέλεξαν για να έρθουν στη Δυτική Κρήτη (επισκέπτες charter vs επισκέπτες Ryanair),
- εθνικότητα,
- ομάδες χωρών προέλευσης (Σκανδιναβοί vs Υπόλοιποι επισκέπτες),
- ηλικία (τρεις διαφορετικές ηλικιακές ομάδες).

3.11.1Διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο των Χανίων

Τεράστια αύξηση της τάξεως του 24,1% σε σχέση με τις ήδη πολύ αυξημένες αφίξεις του περασμένου έτους, καταγράφει το Αεροδρόμιο των Χανίων, το πρώτο εξάμηνο του 2014. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία που έδωσε ο ΣΕΤΕ στα Χανιά, από τον περασμένο Ιανουάριο μέχρι τον περασμένο Ιούνιο, κατέφτασαν από το εξωτερικό

386.538 άτομα σε σχέση με 311.437 άτομα που έφτασαν το αντίστοιχο διάστημα του 2013. Πιο αναλυτικά αναφέρονται περισσότερα στοιχεία παρακάτω με πίνακες κι γραφήματα.

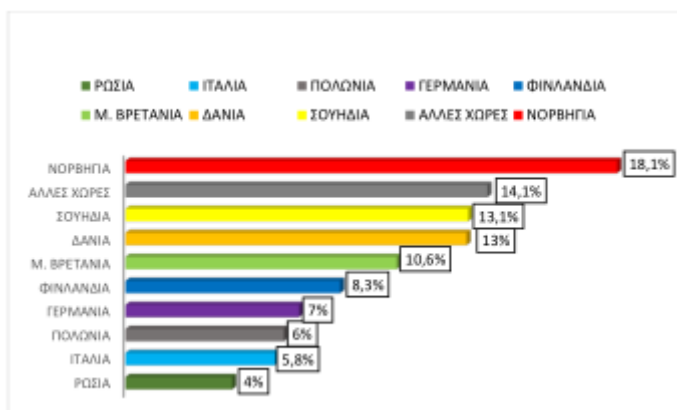
Πίνακας 2. Αφίξεις αλλοδαπών με charters στο αεροδρόμιο Χανίων ανά εθνικότητα (Ιανουάριος – Δεκέμβριος 2012- 2013)

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	2013	2012	(2013-2012)%
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	154380	156335	-1,25
ΣΟΥΗΔΙΑ	112307	117141	-4,13
ΔΑΝΙΑ	111466	101141	10,21
Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ	90689	71802	26,30
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	70797	71122	-0,46
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	60002	38685	55,10
ΠΟΛΩΝΙΑ	51126	36952	38,36
ΙΤΑΛΙΑ	49155	31879	54,19
ΡΩΣΙΑ	33747	3239	941,90
ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ	120871	88094	37,21
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ	854540	716390	19,28

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χανίων, Ιανουάριος, 2014

Παρατηρούμε ότι, η περυσινή περίοδος, όσον αφορά τους αλλοδαπούς επισκέπτες Σκανδιναβικών Χώρων, μειώθηκε από το 62% που ήταν το 2012 στο 53% το 2013 επί των συνολικών αφίξεων. Μόνο οι Δανοί είχαν αύξηση αφίξεων κατά 10,21%.

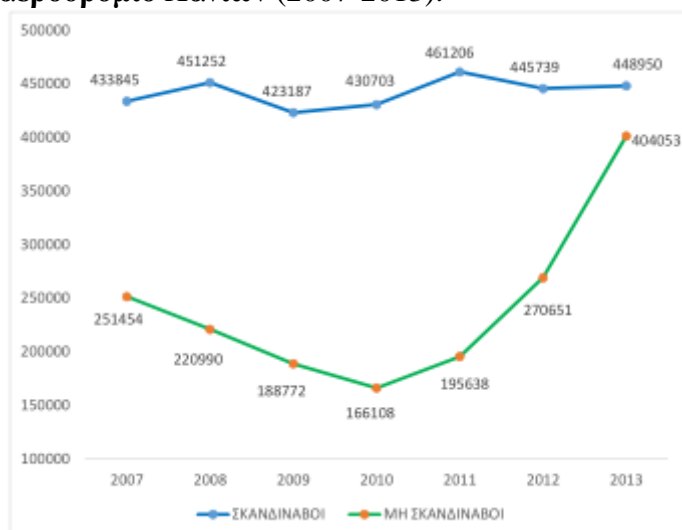
Γράφημα 1. Αφίξεις αλλοδαπών ανά εθνικότητα στο αεροδρόμιο Χανίων



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χανίων, Ιανουάριος, 2014

Διαπιστώνουμε ότι, οι Σκανδιναβικές αφίξεις κυμαίνονται περίπου στα ίδια επίπεδα, με μικρές αυξομειώσεις κατά την περίοδο αυτή. Ενώ από την άλλη, στις μη Σκανδιναβικές σημειώνεται μια σημαντική μείωση κατά 48% την περίοδο 2007-2010, ενώ την περίοδο 2010- 2013 οι αφίξεις υπερδιπλασιάστηκαν κατά 130%. Άρα, το συμπέρασμα είναι ότι οι μισοί περίπου που καταφτάνουν στο αεροδρόμιο Χανίων είναι μη Σκανδιναβοί.

Γράφημα 2. Αφίξεις Σκανδιναβών και μη Σκανδιναβών με charters στο αεροδρόμιο Χανίων (2007-2013).



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χανίων, Ιανουάριος, 2014

Αυτό οφείλεται κυρίως στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών που προτιμούν τη Ryanair, της οποίας το 88% των επιβατών προέρχονται από μη Σκανδιναβικές χώρες. Σημαντικό θεωρείται, λόγω της βάσης που δημιούργησε η Ryanair στα Χανιά με πτήσεις σε 26 προορισμούς, οι συνολικές της αφίξεις αυξήθηκαν σε σχέση με την περυσινή περίοδο κατά 80%, φτάνοντας τις 228.093 αφίξεις. Δηλαδή, ένας στους τέσσερις περίπου αλλοδαπούς τουρίστες προτιμάει τη Ryanair για τον τελικό προορισμό του στο αεροδρόμιο Χανίων. Στο επόμενο γράφημα παρατηρούμε τις 5 κυριότερες χώρες προέλευσης επισκεπτών της Ryanair. Η Ryanair έφερε στα Χανιά αλλοδαπούς τουρίστες από 12 συνολικά χώρες, 4 παραπάνω εθνικότητες σε σχέση με την περυσινή περίοδο. Επίσης, παρατηρούμε ότι οι Ιταλοί έρχονται αποκλειστικά με τη Ryanair, όπως και οι Κύπριοι. Τέλος, το μεγαλύτερο ποσοστό των Γερμανών προτιμάει τη Ryanair, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό των Βρετανών περίπου οι μισοί.

Τελειώνοντας από τις μη Σκανδιναβικές χώρες, όλες σημείωσαν αύξηση των αφίξεων τους συγκριτικά με την περυσινή περίοδο. Μεγάλες αυξήσεις παρουσίασαν οι Γερμανοί και Ιταλοί κατά 55% και 54%, αντίστοιχα, ενώ σημαντικές είναι και οι αυξήσεις των Πολωνών κατά 38% και των Βρετανών κατά 26%. Εντυπωσιακή και ενθαρρυντική είναι επίσης, η αξιοσημείωτη αύξηση των Ρώσων, των οποίων οι αφίξεις αυξήθηκαν δέκα φορές περισσότερο σε σχέση με την περυσινή περίοδο, καταλαμβάνοντας έτσι την ένατη θέση επί των συνολικών αφίξεων στο αεροδρόμιο Χανίων με ποσοστό 4%. Με άλλα λόγια, είχαμε αρκετές αφίξεις στο αεροδρόμιο των Χανίων από πολλές εθνικότητες και πτήσεις charters.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Εισαγωγή

Η μεθοδολογία η οποία χρησιμοποιείται κατά τη διεξαγωγή μιας ερευνητικής διαδικασίας κατέχει πολύ σημαντικό ρόλο και ακολουθεί ένα ξεκάθαρο μεθοδολογικό πλαίσιο. Έχει ως σκοπό την έρευνα κάποιων παραγόντων, την καταγραφή συμπερασμάτων, καθώς και την καταβολή προτάσεων και δυνατών λύσεων στα προβλήματα τα οποία προκύπτουν κατά την πραγματοποίηση μιας έρευνας.

Στην συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία σκοπός της έρευνας είναι *«η εξέταση των απόψεων και αντιλήψεων των ατόμων που κατέχουν θέσεις κλειδιά (key informants) στον τουρισμό της Κρήτης και πιο συγκεκριμένα στον Νομό Χανίων, σχετικά με την ανάπτυξη του αστικού τουρισμού/ τουρισμού πόλης στα Χανιά»*.

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι η αναφορά και η παρουσίαση της ερευνητικής μεθόδου που χρησιμοποιήθηκε. Αναλυτικότερα η περιγραφή του τρόπου διεξαγωγής της ερευνητικής διαδικασίας, τα εργαλεία τα οποία χρησιμοποιήθηκαν και ολοκληρωμένα όλα τα στάδια της έρευνας.

4.2 Τι είναι και ποιος ο σκοπός της ποιοτικής έρευνας.

Ο χαρακτήρας της ποιοτικής έρευνας είναι κατεξοχήν διαγνωστικός και αυτό διότι γίνεται προσπάθεια να ανακαλυφθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν ή διαμορφώνουν συγκριμένα είδη συμπεριφοράς, ενώ σκοπός της είναι η βαθύτερη κατανόηση των συγκαλυμμένων παραγόντων που επιδρούν στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών (Χρήστου, 1999, σσ.219-220).

Συγκεκριμένα η ποιοτική έρευνα μπορεί να εξυπηρετήσει τους εξής σκοπούς (Χρήστου, 1999, σσ.219-220):

- Τη δημιουργία και τη δομή υποθέσεων σχετικά με τη συμπεριφορά, τη διάθεση και τη στάση των καταναλωτών.

- Την προσωρινή χρήση ερωτηματολογίων που θα χρησιμοποιηθούν για τη συγκέντρωση ποσοτικών στοιχείων.
- Τον εντοπισμό προβλημάτων τα οποία πρέπει να προσδιοριστούν ποσοτικά ώστε να χρησιμοποιηθούν σε μελλοντικές έρευνες.
- Τον εντοπισμό θεμάτων που απαιτούν έρευνα μεγαλύτερης κλίμακας.
- Την κατανόηση της διαδικασίας που ακολουθεί ο καταναλωτής για να πάρει μια απόφαση όσον αφορά την επιλογή ενός προϊόντος ή μιας επιχείρησης.
- Την αξιολόγηση του τρόπου με τον οποίο προωθείται μια επιχείρηση.

Τα πλεονεκτήματα της ποιοτικής έρευνας (Χρήστου, 1999 σσ.220-221):

- Τα αποτελέσματά της γίνονται εύκολα κατανοητά.
- Παρουσιάζει με λεπτομερή τρόπο την αλλαγή συμπεριφοράς των καταναλωτών στο πέρασμα του χρόνου σε αντίθεση με την ποσοτική έρευνα.
- Είναι μοναδική στην βαθύτερη κατανόηση των αναγκών, επιθυμιών και φιλοδοξιών που έχουν οι καταναλωτές.

Μια ικανοποιητική ποιοτική έρευνα μπορεί να έχει κάποια από τα εξής χαρακτηριστικά (Ανδρεάτου, 2007:110):

- Πρέπει να πληρούνται οι προϋποθέσεις και τα χαρακτηριστικά της ποιοτικής προσέγγισης στην έρευνα. Αυτό συμπεριλαμβάνει θεμελιώδη χαρακτηριστικά όπως είναι ένα λεπτομερές σχέδιο που θα πρέπει να ακολουθηθεί, η παρουσίαση πολλαπλών γεγονότων, η συμβολή του ερευνητή, που χρησιμοποιείται σαν ένα εργαλείο για τη συλλογή δεδομένων καθώς επίσης δίνεται έμφαση και στις απόψεις των συμμετεχόντων.
- Χρησιμοποιείται μία στρατηγική έρευνας. Αυτό σημαίνει ότι ο ερευνητής αναγνωρίζει, μελετά και χρησιμοποιεί μία ή περισσότερες στρατηγικές έρευνας.
- Η ποιοτική έρευνα ξεκινά από ένα και μοναδικό σημείο εστίασης. Το πρόγραμμα ξεκινά με μία ιδέα ή ένα πρόβλημα που ο ερευνητής επιδιώκει να κατανοήσει και όχι μία αιτιώδη σχέση μεταβλητών ή μία σύγκριση ομάδων. Παρόλο που μπορεί να αναπτυχθούν σχέσεις ή μπορεί να γίνουν συγκρίσεις,

αυτό προκύπτει αργότερα στη μελέτη, μετά τη περιγραφή μίας ιδέας που ξεχωρίζει, η που προκύπτει από τα δεδομένα.

- Το κείμενο που προκύπτει πρέπει να είναι ξεκάθαρο, χρησιμοποιώντας και όλες τις μη αναμενόμενες ιδέες που προκύπτουν από τα δεδομένα.

4.3. Διαδικασία της ποιοτικής έρευνας.

Τα στάδια μιας ερευνητικής διαδικασίας ποικίλουν ανάλογα με την έρευνα και αυτό διότι ο χαρακτήρας των ποιοτικών στοιχείων είναι ρευστός. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να μην είναι δυνατόν να ορισθούν με ακρίβεια οι αντικειμενικοί στόχοι της έρευνας ή το ακριβές χρονικό διάστημα που θα ολοκληρωθεί ένα ερευνητικό πρόγραμμα, αλλά ακόμα και ούτε τα ερευνητικά εργαλεία, ο πληθυσμός κλπ που θα χρησιμοποιηθούν (Χρήστου, 1999, σ.221). Οι κύριες τεχνικές μορφές που εφαρμόζονται στην ποιοτική έρευνα είναι οι εξής (Χρήστου, 1999, σ.222):

- Προσωπικές συνεντεύξεις σε βάθος (In Depth Interviews)
- Ομάδες εστίασης και ομαδικές συνεντεύξεις (focus groups)
- Προβολικές τεχνικές
- Μελέτες περίπτωσης
- Η συμμετοχική παρατήρηση

4.3.1. Η σε βάθος συνέντευξη (In Depth Interview)

Σε αυτή τη μορφή έρευνας ο ερευνητής πραγματοποιεί μια συνέντευξη πρόσωπο με πρόσωπο με τον ερωτώμενο, η οποία διαρκεί 30-45 λεπτά. Δεν ακολουθείται μια συγκεκριμένη σειρά ερωτήσεων, αλλά αντιθέτως υπάρχει η δυνατότητα σε κάθε συνέντευξη η σειρά των ερωτήσεων να διαφέρει. Επίσης μπορεί να ζητηθεί η οποιαδήποτε διευκρίνιση σε οποιαδήποτε απάντηση απαιτείται, χωρίς όμως να κατευθύνεται ο συνεντευξιαζόμενος ή η συνέντευξη να βγαίνει εκτός θέματος (Σταθακόπουλος, 1997:99-100).

Τη συνέντευξη σε βάθος χρησιμοποιούμε όταν χρειάζεται να διερευνήσουμε τον τρόπο σκέψης των ανθρώπων, σε συγκεκριμένα θέματα, τις τάσεις τους, γιατί έχουν

επιλεγεί συγκεκριμένες λογικές δράσης, τις απόψεις τους και τους μηχανισμούς αποφάσεων τους. Τα πλεονεκτήματά της είναι η συγκέντρωση πολλών πληροφοριών με λεπτομέρειες, ενώ τα μειονεκτήματά της είναι η δυσκολία ανάλυσης των στοιχείων και το μεγάλο χρονικό διάστημα που χρειάζεται ούτως ώστε να ολοκληρωθεί απ όλες τις απόψεις (Παπατριανταφύλλου και Σταθακόπουλος, 1997:101-102).

4.3.2. Ομάδες εστίασης και ομαδικές συνεντεύξεις (focus groups)

Τεχνική που συνίσταται σε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο, με τον κατάλληλο εξοπλισμό, 8 έως 12 άτομα συζητούν από μιάμιση έως 3 ώρες για ένα θέμα. Οι ομάδες εστίασης συντονίζονται από εξειδικευμένους ψυχολόγους, κοινωνικούς επιστήμονες, οι οποίοι καθοδηγούν με έντεχνους τρόπους τη συζήτηση διατηρώντας τη δυναμική της ομάδας σε ισορροπία, εξασφαλίζουν την κάλυψη της θεματολογίας που ενδιαφέρει, προτρέπουν τους συμμετέχοντες να εκφράσουν ελεύθερα τη γνώμη τους και να αναπτύξουν διάλογο μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα άνετο και χαλαρό κλίμα που προσιδιάζει σε μια “φυσιολογική” συζήτηση. Η χρήση αυτής της τεχνικής γίνεται στις περιπτώσεις κατά τις οποίες στόχος είναι η συλλογή στοιχείων που αφορούν την διατύπωση ιδεών για ανάπτυξη νέων προϊόντων, η αξιολόγηση και η χωροθέτηση κάποιου προϊόντος, τους τρόπους διαφήμισής του, καθώς και το πώς θα μπορούσαν αργότερα αυτά να ελεγχθούν (Σταθακόπουλος, 1997: 102).

4.3.3. Προβολικές τεχνικές

Προβολικές τεχνικές ονομάζονται εκείνες οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται όταν στόχος είναι η διατήρηση της ατομικότητας, καθώς και η αποκάλυψη υποσυνείδητων στοιχείων (media.uoa, 2010). Συγκεκριμένα στο μάρκετινγκ χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των απαντήσεων που δίνονται όταν κάποιος βλέπει ένα εμπορικό σήμα και τις συγκινήσεις που μπορεί αυτό να του προκαλέσει (worldlingo, 2010). Οι πιο συχνές είναι (media.uoa, 2010):

- Free Associations (σε μια λέξη ή φράση γίνεται προσπάθεια καταγραφής αυθόρμητων συνειρμών)

- Personification (μέσα από ένα πρόσωπο γίνεται προσπάθεια προβολής μιας μάρκας)
- Sentence / Phrase Completion (ατομική γραπτή συμπλήρωση φράσεων προσδίδοντας ατομικές διαστάσεις σε συγκεκριμένα concepts)
- Collage (λεπτομερέστερη αποτύπωση μιας εικόνας με στόχο την απόκτηση οικειότητας με τον καταναλωτή)

4.3.4. Μελέτη περίπτωσης

Η μελέτη περίπτωσης ταξινομείται στην κατηγορία των ποιοτικών ερευνών. Η ποιοτική έρευνα είναι μια διερεύνηση που θεμελιώνεται στην υπόθεση ότι άτομα κατασκευάζουν κοινωνική πραγματικότητα με την μορφή σημασιών και ερμηνειών, και ότι αυτές οι κατασκευές τείνουν να γίνονται μεταβατικές και περιπτωσιακές. Η κυριαρχούσα μεθοδολογία είναι να αντληθούν αυτές οι σημασίες και ερμηνείες με την εντατική μελέτη περιπτώσεων σε φυσικούς χώρους και με την υποβολή των ευρημάτων σε αναλυτική επαγωγή. Επομένως, μελέτη περίπτωσης είναι μια σε βάθος μελέτη ενός φαινομένου (περίπτωση) στο φυσικό του περιβάλλον και από την προοπτική γωνία των συμμετεχόντων στη λειτουργία του φαινομένου αυτού (Παλαιοκρασάς, 2007: 2). Τα πλεονεκτήματα της μεθοδολογίας είναι (Cohen κ.ά., 2007:310):

- Πλούσιες πληροφορίες για την κάθε περίπτωση.
- Πληροφορίες σχετικές με τον χρόνο τέλεσης των γεγονότων.
- Αναλύει την κάθε υπόθεση και προσπαθεί να προβάλει τον τρόπο με τον οποίο το κάθε υποκείμενο αντιλαμβάνεται κάποιο γεγονός.
- Εμπλέκει τον ερευνητή στο γεγονός που μελετάται.

Τα μειονεκτήματά της μεθοδολογίας είναι (Cohen κ.ά., 2007:315):

- Δεν μπορεί να γίνει επανέλεγχος της έρευνας και οπότε μπορεί να χαρακτηριστεί αυτή ως προσωπική, επιλεκτική και προκατειλημμένη.
- Είναι επιρρεπείς σε προβλήματα ή σε προκαταλήψεις των ερευνητών όπου και οι ίδιοι μετά το τέλος της έρευνάς τους μπορεί να παρατηρήσουν πως δεν ήταν υποκειμενικοί.

4.3.5. Συμμετοχική παρατήρηση

Συμμετοχική παρατήρηση ονομάζεται εκείνη η έρευνα κατά την οποία οι ίδιοι οι παρατηρητές εμπλέκονται στις δραστηριότητες που επιχειρούν να παρατηρήσουν. Καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας πεδίου ο παρατηρητής που συμμετέχει παίρνοντας μέρος στη συλλογική ζωή αυτών που παρατηρεί, ακούει, κοιτάει, συζητά με τους ανθρώπους, συλλέγει πληροφορίες και εν ολίγοις αφήνεται να παρασυρθεί από την κατάσταση την οποία βιώνει (Πανταζή κ.ά., 2011: 2). Στον ερευνητή της *συμμετοχικής παρατήρησης* αντιστοιχούν δυο ρόλοι. Αυτός του *εξωτερικού παρατηρητή* που συμμετέχει κι αυτός του *εσωτερικού παρατηρητή*. Επίσης, τα στάδια της συμμετοχικής έρευνας είναι: η επιλογή του θέματος, η πρόσβασή στο χώρο και η καταγραφή των παρατηρήσεων. Η συμμετοχική παρατήρηση που επιδιώκει ο ερευνητής δεν επιτυγχάνεται από τη μια μέρα στην άλλη. Είναι μια χρονοβόρα κι επίπονη διαδικασία που απαιτεί και τη σχετική άδεια. Τα πλεονεκτήματα της συμμετοχικής παρατήρησης είναι (Cohen κ.ά., 2007:318-321):

- Είναι ανώτερες σε σχέση με τα πειράματα και τις επισκοπήσεις
- Οι παρατηρητές μπορούν να συνεχίσουν την έρευνα μιας συμπεριφοράς ακόμα και όταν αυτή εξελίσσεται κρατώντας σημειώσεις.
- Οι ερευνητές μπορούν χάρη στην εκτεταμένη χρονική περίοδο που τελείται η μελέτη να δημιουργήσουν πιο στενές επαφές με αυτούς που παρατηρούν σε φυσικούς χώρους.

Ενώ τα μειονεκτήματά της είναι (Cohen κ.ά., 2007:220):

- Ο ερευνητής εξετάζοντας το παρόν μπορεί να αγνοεί σημαντικά προγενέστερα γεγονότα.
- Μπορεί το δείγμα που έχει επιλέξει ο παρατηρητής να μην είναι αντιπροσωπευτικό.

4.4 Μεθοδολογία της έρευνας

Σε αυτή την ενότητα κρίνεται αναγκαίο να αναφερθεί η σημασία του καθορισμού του ερευνητικού σκοπού. Στη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία σκοπός της έρευνας είναι η αναπτυξη του αστικού τουρισμού στην πόλη των Χανίων. Η ερευνητική μέθοδος που επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί είναι οι συνεντεύξεις σε

βάθος με τη χρήση ημιδομημένου ερωτηματολογίου. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο - οδηγός συνέντευξης που περιείχε 8 ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Στη συνέχεια καταρτίστηκε μια λίστα ατόμων (πληροφορητών) που θεωρήθηκε ότι μπορούν να συμβάλλουν στη διαφώτιση του ερευνητικού αντικειμένου. Έγινε προσπάθεια να συμπεριληφθούν πληροφορητές που ανήκουν σε τουριστικούς, δημόσιους φορείς, αναπτυξιακές εταιρείες τουρισμού, αλλά και τουριστικές επιχειρήσεις, ώστε να διασφαλιστεί η πολύπλευρη εξέταση του υπό διερεύνηση θέματος. Τελικά, πραγματοποιήθηκαν 5 συνεντεύξεις με πληροφορητές, τα στοιχεία των οποίων παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τον Μάρτιο του 2016.

Πίνακας 3: Στοιχεία πληροφορητών έρευνας

Κωδικός ερωτώμενου	Φορέας που εκπροσωπεί	Θέση στον φορέα	Πόλη	Τηλέφωνο	E-mail
E1	Περιφέρεια Κρήτης – Περιφεριακή Ενότητα Χανίων	Προϊστάμενος	Χανιά	2821340109	diamantakis@crete.gov.gr
E2	Ένωση Ενοικιαζόμενων δωματίων Ν. Χανίων	Από Διοικητικό Συμβούλιο	Χανιά	2821043601	info@chaniarooms.gr
E3	Τουριστικό γραφείο Gelasakis στο Ν. Χανίων	Υπεύθυνη γραφείου	Χανιά	2821075444	info@stc.gr
E4	Τουριστικό γραφείο Gelasakis στο Ν. Χανίων	Υπεύθυνη γραφείου 2	Χανιά	2821075444	info@stc.gr
E5	Ξενοδοχειακή	Ιδιοκτήτρια	Χανιά	2821093120	info@morfeasnst.gr

	μονάδα «Η φωλιά του Μορφέα»				
--	-----------------------------------	--	--	--	--

4.5. Οι περιορισμοί της έρευνας

Κατά την διάρκεια της παρούσας έρευνας, παρατηρήθηκαν διαφόρων ειδών προβλήματα. Αρχικά, η αντιμετώπιση που λαμβάνεις από τις δημόσιες υπηρεσίες είναι προς απογοήτευση, διότι δεν μπορούν να σε εξυπηρετήσουν με αφορμή πως δεν ήταν υπεύθυνοι εκείνοι για αυτά τα θέματα. Από την άλλη όσα άτομα ήταν αρμόδιοι δεν διαθέτουν αρκετό χρόνο ή δεν ήταν πρόθυμα να συνεργαστούν. Η φράση που άκουσα από κάποιους φορείς ήταν «Ελάτε πάλι αύριο δεν είναι κάποιος σήμερα να σας εξυπηρετήσει». Δεύτερον, στις ξενοδοχειακές μονάδες δεν μπορούσες να βρεις τον υπεύθυνο ή προϊστάμενο για να γίνει η έρευνα, αλλά ούτε όμως να κλείσεις ραντεβού ώστε να γίνει η συνάντηση. Τελευταίο και πιο σημαντικό πρόβλημα ήταν ότι κάποιοι δεν ήθελαν να σε εξυπηρετήσουν καθόλου, δεν τους απασχολούσε, ήταν αδιάφοροι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα στοιχεία τα οποία χαρακτηρίζουν τους ερευνώμενους που συμμετείχαν στην παρούσα ερευνητική διαδικασία. Τα άτομα αυτά ήταν εκπρόσωποι φορέων, διευθυντές ξενοδοχείων και υπεύθυνοι τουριστικών γραφείων, από την πόλη των Χανίων. Στη συνέχεια του κεφαλαίου παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα, οι απόψεις και οι προτάσεις των ερευνώμενων έτσι όπως προέκυψαν από τη διαδικασία της έρευνας. Συγκεκριμένα, γίνεται να αναπτυχθεί αστικός τουρισμός στην πόλη των Χανίων, με ποιο τρόπο συμβάλλει ο Νομός Χανίων, συνδυάζεται και με άλλες μορφές τουρισμού, και ποια είναι τα χαρακτηριστικά τουριστών που επισκέπτονται τα Χανιά.

5.2 Αποτελέσματα της έρευνας

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα, όπως προέκυψαν από τη διεξαγωγή της έρευνας, συγκεκριμένα από τη χρήση των συνεντεύξεων σε πέντε πληροφορητές (key informants). Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων ακολουθεί τη ροή του οδηγού συνέντευξης που χρησιμοποιήθηκε.

1. Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην πόλη των Χανίων και ποιες προοπτικές διαγράφονται για τα επόμενα χρόνια

Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην πόλη των Χανίων είναι θετική. Οι προοπτικές που διαγράφονται για τα επόμενα χρόνια είναι ανοδικές. Αυτό συμβαίνει λόγω των low cost εταιριών ή των φτηνών αεροπορικών εταιριών όπως η Ryanair που συμβαλλουν στην ανοδική πορεία του τουρισμού στην πόλη των Χανίων.

2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των τουριστών που επισκέπτονται την πόλη των Χανίων (εθνικότητα, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, οικονομική κατάσταση, κλπ);

Αρχικά, τα κύρια χαρακτηριστικά των επισκεπτών ποικίλουν και είναι ένας συνδυασμός από όλες τις κατηγορίες. Οι περισσότεροι τουρίστες προέρχονται από τις Σκανδιναβικές χώρες (Σουηδία, Νορβηγία, Φιλανδία) αλλά και από άλλες χώρες της Βόρειας κυρίως Ευρώπης (Άγγλοι, Δανοί, Ρώσοι). Τώρα τελευταία με την ευκαιρία των Low Cost πτήσεων έχει αυξηθεί ο αριθμός των Κυπρίων και Ιταλών επισκεπτών. Όσον αφορά την οικονομική κατάσταση, οι περισσότεροι επισκέπτες ανήκουν στην μέση εισοδηματική τάξη εκτός από τους Ρώσους που συνήθως διαθέτουν υψηλή εισοδηματική δυνατότητα. Δεν χαρακτηρίζεται από κάποια ιδιαίτερη οικογενειακή κατάσταση το τουριστικό ρεύμα στην περιοχή μας. Την υψηλή περίοδο (high season) κυρίως απευθύνεται σε νεαρές ηλικίες, αρκετά ζευγάρια χωρίς παιδιά, άλλα και αρκετές οικογένειες με παιδιά. Ενώ από την άλλη τη χαμηλή περίοδο (low season) έχουμε αρκετά ζευγάρια τρίτης ηλικίας.

3. Ποιοι είναι οι ιδιαίτεροι πόροι (φυσικοί, κοινωνικοί, πολιτισμικοί) της πόλης των Χανίων που λειτουργούν ως πόλοι έλξης τουριστών;

Οι ιδιαίτεροι φυσικοί πόροι της πόλης των Χανίων είναι αρχικά, ο ήλιος, το καλό κλίμα, και οι πανέμορφες παραλίες. Επίσης, υπάρχουν οι περιοχές πλούσιες σε φυσικό κάλος όπως για παράδειγμα ο Μπάλος, το Φαράγγι Σαμαριάς, το βοτανικό πάρκο και το Ενετικό Λιμάνι. Εν συνεχεία, οι πολιτισμικοί πόροι είναι τα μνημεία, τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι. Τέλος, κάποιοι υποστηρίζουν πως σημαντικό ρόλο είναι ο τρόπος ζωής των ανθρώπων (ήθη, έθιμα), η φιλοξενία τους, αλλά και το παραδοσιακό κρητικό φαγητό.

4. Ποιες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στην πόλη των Χανίων (π.χ. πολιτιστικός, γαστρονομικός, μαθητικός, συνεδριακός, κλπ);

Έχουν αναπτυχθεί οι εξής ειδικές μορφές τουρισμού: ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός, και ο θρησκευτικός τουρισμός. Στην πόλη των Χανίων, υπάρχει σημαντική συνεδριακή υποδομή τόσο από αίθουσες Δημόσιων Φορέων όσο και από αίθουσες Ξενοδοχειακών Συγκροτημάτων. Εν συνεχεία, τα Χανιά είναι ένας τόπος που συχνά προτιμούν για τις διακοπές τους οι μαθητές άλλων περιοχών την Ελλάδας διότι υπάρχουν πολιτισμικοί πόροι. Από την άλλη έχουν αναπτυχθεί οι εξής

εναλλακτικές μορφές τουρισμού ο αγροτουρισμός, γαστρονομικός, αθλητικός, ορειβατικός και ποδηλατικός τουρισμός. Τέλος, ξεκάνει να αναπτύσσεται στα Χανιά ο ιστιοπλοϊκός τουρισμός.

5. Έχουν τις δυνατότητες τα Χανιά να καθιερωθούν στην ελληνική και παγκόσμια αγορά ως προορισμός city-break και να ανταγωνιστούν αντίστοιχους προορισμούς του εσωτερικού και εξωτερικού (Αθήνα, Ηράκλειο, Λονδίνο, Παρίσι, Βαρκελώνη, κ.ά.); Ποια είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των Χανίων έναντι άλλων προορισμών;

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των Χανίων είναι οι καιρικές συνθήκες οι οποίες πλέον επιτρέπουν ηλιοφάνεια καθ' όλη σχεδόν τη διάρκεια του έτους, με ήπιο χειμώνα. Βασικό θεωρείται οι πτήσεις χαμηλού κόστους την χειμερινή περίοδο αλλά και η διαμονή τους σε σχέση με την καλοκαιρινή περίοδο. Σημαντικό επίσης, είναι ότι τη χαμηλή περίοδο όλα λειτουργούν κανονικά όπως, οι υπηρεσίες, ευκολίες, ασφάλεια, υγεία, τα μεταφορικά μέσα. Τέλος, υπάρχουν οι επιπλέον δραστηριότητες όπως, πολιτιστική υποδομή (ωδείο, πινακοθήκη και αρκετές άλλες αίθουσες για εκθέσεις και μουσικές εκδηλώσεις ποιότητας) αλλά και χώροι διασκέδασης των νέων, με μεγάλη δραστηριότητα ακόμα και την χειμερινή περίοδο.

6. Διαφημίζονται /προβάλλονται ικανοποιητικά τα Χανιά ως τουριστικός προορισμός και με πιο τρόπο (διαδίκτυο, εκθέσεις, φυλλάδια, tour operators, κλπ);

Τα Χανιά όπως μας είπαν από την περιφέρεια Χανίων, υλοποιούν από εικοσαετίας τη Προβολή μέσω ενός ετήσιου Προγράμματος Τουριστικής Προβολής που περιλαμβάνει όλους τους καθιερωμένους διεθνώς τρόπους: εκθέσεις, φυλλάδια, διαδίκτυο, τύπος, τηλεόραση, περιοδικά. Μέσα προβολής θεωρούνται σημαντικά πλέον το διαδίκτυο, που έχει τεράστια διάσταση και οι εκθέσεις. Τέλος, σημαντικό ρόλο καθιστούν και οι Tour Operators με τα μέσα προβολής τους. Κλείνοντας, όλοι οι ερωτηθέντες απάντησαν πως χρειάζεται περισσότερη προβολή τα Χανιά.

7. Ποιοι είναι οι ανασταλτικοί παράγοντες που εμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στα Χανιά (π.χ. οικονομική και πολιτική κρίση, έλλειψη υποδομών, κλπ);

Πρώτον, έρχεται η οικονομική κρίση που εμποδίζει την ανάπτυξη του τουρισμού στα Χανιά. Αυτό συμβάλλει επίσης, στη έλλειψη χρηματικών πόρων για να επισκευαστούν διορθώσεις στη πόλη των Χανίων, η καθαριότητα της πόλης. Η έλλειψη υποδομών για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού π.χ. για τα κρουαζιερόπλοια στο λιμάνι της Σούδας.

8. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρίσιμοι παράγοντες για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στα Χανιά (π.χ. επιδοτήσεις, παροχή κινήτρων, ενημέρωση ντόπιων, δικτύωση – συνεργασίες, βελτίωση υποδομών, αποτελεσματικότερη προβολή, κλπ);

Συμφωνα με τους ερωτηθέντες, οι πιο κρίσιμοι παράγοντες είναι οι επιδοτήσεις, ώστε να επισκευαστούν ή να βελτιωθούν οι υποδομές. Επίσης, πολύ σημαντικό θεωρείται το οδικό δίκτυο αλλά και ο φωτισμός στη πόλη των Χανίων. Εν συνεχεία, έχει υποχρέωση ο δήμος ή οι τοπικές αρχές να ενημερώσουν τους ντόπιους, ώστε να υπάρχει ολοκληρωμένο αποτέλεσμα για να αναπτυχθεί σωστά ο αστικός τουρισμός για ολόκληρη την τουριστική περίοδο. Τελειώνοντας, σημαντικό ρόλο έχει η καλύτερη προβολή της πόλης μας επειδή μπορεί και διαθέτει τις προϋποθέσεις για 12μηνη τουριστική περίοδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 Εισαγωγή

Μέσα από την πτυχιακή αυτή εργασία προκύπτει ότι η οικονομία της Κρήτης στηρίζεται στον τουρισμό. Κάθε νομός έχει τα δικά του χαρακτηριστικά, προσπαθούν πλέον όλοι να αναπτύξουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ώστε να αξιοποιήσουν καλύτερα τους πόρους του τόπου. Τα Χανιά είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη του νησιού. Έχει όλες τις απαραίτητες υποδομές όπως τελωνεία, ξενοδοχεία, αεροδρόμιο, χώρους διασκέδασης, καθώς επίσης και ποικίλους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους που συντελούν στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το θέμα είναι ότι πρέπει να τις προωθήσουμε σωστά και να φέρουμε σε ένα καλύτερο σημείο τις υποδομές της πόλης (συντήρηση αλλά και ολοκλήρωση). Ευτυχώς, ένα μεγάλο κομμάτι της πόλης πιστεύει κι θεωρεί πως μπορεί, να υπάρξει 12μηνη τουριστική περίοδος στα Χανιά. Βεβαία απαιτείται αρκετή συλλογική εργασία από τους δημόσιους φορείς, τους ιδιοκτήτες ξενοδοχείων, πρακτορείων, αλλά και όλων όσων ασχολούνται με θέματα τουριστικού περιεχομένου για να αναπτυχθεί με επιτυχία ο αστικός τουρισμός στα Χανιά.

6.2. Προτάσεις

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικότερα ο αστικός τουρισμός, όπως έχει διαπιστωθεί προηγουμένως, είναι μια νέα και πολλά υποσχόμενη προοπτική για την πόλη των Χανίων. Το νησί ακόμη θεωρείται αναπτυσσόμενος τουριστικός προορισμός, και οφείλουμε να τον διατηρήσουμε. Φυσικά, χρειάζεται συλλογική εργασία από όλους μας, λόγω της δυσχέρειας του κράτους. Παρακάτω θα αναφερθούν μερικές προτάσεις που υπάρχει η δυνατότητα να εφαρμοστούν.

6.2.1. Προτάσεις προς τους φορείς του Ν. Χανίων

Πρώτον, είναι ανάγκη οι κάτοικοι των Χανίων να πληροφορηθούν άμεσα για την αξιολογη σημασία του αστικού τουρισμού, καθώς και για τα σπουδαία οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη που αυτός θα προσφέρει. Με τον τρόπο αυτό θα στραφεί το ενδιαφέρον τους εκεί και θα ανακαλύψουν τις νέες προοπτικές που ανοίγονται. Δεύτερον, είναι η ενίσχυση της υποδομής στην πόλη, που οφείλουν να

λύσουν τα ζητήματα όπως, φωτισμός της πόλης τη νύχτα ώστε να αναδεικνύονται οι ομορφιές τις πόλεις και για να απολάυσουν έναν απολαυστικό περίπατο. Επίσης, το οδικό δίκτυο: να προχωρήσουν άμεσα στο σχεδιασμό βελτιώσεων του δικτύου αλλά και η καθαριότητα της πόλης καθημερινά είναι παρά πολύ βασικό. Τρίτον, είναι ανάγκη να προχωρήσει σε άμεσες προωθητικές ενέργειες, ώστε να γίνει δημοφιλής προορισμός 12μηνης τουριστικής περιόδου. Αυτό που χρειάζεται είναι μια πιο διαδεδομένη και οικονομική διαφήμιση, δηλαδή το διαδίκτυο. Για παράδειγμα, η δημιουργία μιας νέας πιο μοντέρνας, ελκυστικής ιστοσελίδας. Επίσης, στα αεροδρόμια ή στο λιμάνια να δοκιμάζουν οι επισκέπτες κάποια από τα παραδοσιακά προϊόντα του νησιού, ένδειξη φιλοξενίας. Τέλος, οι διαφημίσεις below the line, στα εξερχόμενα αεροδρόμια είναι ένας οικονομικός και αποτελεσματικός τρόπος.

6.2.2. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Μετα από αυτήν την πτυχιακή εργασία, η έρευνα κρίνεται απαραίτητο να συνεχιστεί για τους ακόλουθους λόγους:

- Θα κρίνονταν αποτελεσματικό η πραγματοποίηση της έρευνας για τον αστικό τουρισμό στα Χανιά μετά από 5-6 χρόνια, για να διαπιστωθεί αν έχει αλλάξει κάτι στην πορεία ανάπτυξής του.
- Μπορούν να πραγματοποιηθούν αντίστοιχες έρευνες στις άλλες πόλεις της Κρήτης (Ρέθυμνο, Ηράκλειο, Άγιος Νικόλαος, Ιεράπετρα, Σητεία), ώστε να γίνει μια συγκριτική ανάλυση με τα Χανιά όσον αφορά στην ανάπτυξη αστικού τουρισμού.
- Θα μπορούσε να διεξαχθεί έρευνα με ερωτηματολόγιο στους επισκέπτες της πόλης των Χανίων, προκειμένου να διαπιστωθεί ο λόγος που επιλέγουν την πόλη, καθώς και ο βαθμός ικανοποίησής τους.
- Επιπροσθέτως, μπορούν να διεξαχθούν έρευνες και σε τουρίστες που επισκέπτονται άλλα νησιά, ώστε να γνωστοποιηθεί τι τους οδηγεί σε αυτά.
- Περαιτέρω έρευνες είναι σκόπιμο να διεξαχθούν στο σύνολο των επαγγελματιών, των τουριστικών επιχειρήσεων, με στόχο να καταγραφούν οι απόψεις τους, οι ανάγκες τους για τον αστικό τουρισμό.

- Τέλος, μια ακόμη έρευνα θα είναι καλό να διεξαχθεί στους νέους του νησιού, σχετικά με το πώς βλέπουν και προσδιορίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό, καθώς κι αν είναι πρόθυμοι να ασχοληθούν με αυτόν.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

Ανδριώτης, Κ., (2008). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός: Αγροτουρισμός, Ορεινός Τουρισμός, Οικοτουρισμός, Πολιτιστικός Τουρισμός*, Αθήνα: Σταμούλης.

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: εναλλακτικές μορφές του τουρισμού*, Αθήνα: Interbooks.

Έξαρχος, Γ. και Καραγιάννης, Σ. (2004). *Αγροτουρισμός, μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου*, Θεσσαλονίκη: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης.

Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. και Λύτρας Π. (1999). *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αθήνα: Interbooks.

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

Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική οικονομική*, Αθήνα: Κριτική.

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

Σωτηριάδης, Μ. και Φαρσάρη, Ι. (2009). *Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού- Σχεδιασμός Management και Marketing*.

Ξενόγλωσση

Aleksandra Lapko. (2014) Urban tourism in Szczecin and its impact on the functioning of the urban transport system. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (151): 207-214.

Aminian A. (2012). Environmental Performance Measurement of Tourism Accommodations in the Pilgrimage Urban Areas: The Case of Holy City of Mashhad, Iran. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (35): 514-522.

Clark M., Gilbert D. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guldford. *Elsevier Science Ltd* (14): 343-352.

Edward L. Glaeser, Jesse M. Shapiro. (2001). Cities and Warfare: The impact of terrorism on urban form, Harvard University. *Journal of Urban Economics Symposium on terrorism and future of cities*.

Gospodini A. (2001). Urban Design, Urban Space Morphology, Urban Tourism: An Emerging New Paradigm Concerning Their Relationship. *European Planning Studies* (9):925-933.

Guo Qin, LIN Meizhen, Meng Jin-hua, Zhao Jun-lei. (2011). The development of urban night tourism based on the nightscape lighting projects: a Case Study of Guangzhou. *Energy Procedia* (5):477-481.

Jan van der Borg. (1994). Demand for the city tourism in Europe: tour operator's catalogue. *Tourism Management* 15(1): 66-69.

Myriam Jansen-Verbeke, Johan van-Rekom. Scanning Museum Visitors, Urban tourism marketing, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands. *Annals of Tourism Research* 23: 364-374

Rogerson C. (2006). Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives. *Urban Forum* (17): 149-166.

Roman M., Roman Mo., (2014). Bicycle Transport as an Opportunity to Develop Urban Tourism – Warsaw Example. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* (151): 295-301.

Thomas D. Hinch. (1996). Urban tourism: Perspectives on Sustainability, *Journal of Sustainable Tourism*, 4:2, 95-110.

Van der Ark L.A. and Richarde G. (2006). Attractives of cultural activities in European cities: A latent class approach. *Tourism Management* (27): 1408-1413.

Διαδικτυακές πηγές

Αναφορές για αστικό τουρισμό:

http://daphne.aegean.gr/~tsta/Conference-papers/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82%20%CF%80%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CF%89%CE%BD_%20

[%CE%BC%CE%B9%CE%B1%20%CE%B4%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80%CF%84%CF%85%CF%83%CF%83%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B7%20%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%20%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%95%CF%85%CF%81%CF%8E%CF%80%CE%B7%20%CE%B7%20%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CF%80%CF%84%CF%89%CF%83%CE%B7%20%CF%84%CE%B7%CF%82%20%CE%91%CE%B8%CE%AE%CE%BD%CE%B1%CF%82.pdf](#) [πρόσβαση 05/01/2016]

Αναφορές για αστικό τουρισμό γενικά:
<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2012/PapageorgiouGavriil/attached-document-1369900694-673144-7422/PapageorgiouGavriil2012.pdf> [πρόσβαση 05/01/2016]

Παγκόσμιος Οργανισμός τουρισμού: <http://media.unwto.org/press-release/2015-10-29/international-tourist-arrivals-4-driven-strong-results-europe> [πρόσβαση 15/01/2016]

Αναφέρεται στον αστικό τουρισμό γενικά: <http://www.e-travelnews.gr/anagkh-gia-emploutismo-tou-ellhnikou-touristikou-proiontos/> [πρόσβαση 18/01/2016]

Αναφορές για την πόλη των Χανίων:
http://www.visitgreece.gr/el/search_by_location?location=35&doSearch=true
[πρόσβαση 20/01/16]

Ιστοσελίδα περιφέρειας Κρήτης:
http://www.crete.gov.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=6034&Itemid=844&lang=el#.VHBxYDSsXzp [πρόσβαση 22/01/2016]

Ιστοσελίδα περιφέρειας Κρήτης για χαρακτηριστικά τουριστών:
http://www.crete.gov.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=6034&Itemid=844&lang=el#.Vpl5Wvlsruko [πρόσβαση 24/01/2016]

Στατιστικά στοιχεία για αφίξεις στο Νομό Χανίων:
http://www.crete.gov.gr/attachments/article/6034/%CE%A0.%CE%95.%20%CE%A7%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CF%89%CE%BD_%CE%9C%CE%B5%CE%BB

[%CE%AD%CF%84%CE%B7%20%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D%202013.pdf](#) [πρόσβαση 26/01/2016]

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδαος:
http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/Pages/studies.aspx?f=1&p=0&CAMLFilter=%3CEq%3E%3CFieldRef%20Name%3d%27_x039a_x03b1_x03c4_x03b7_x03b3_x03bf_x03c1_x03af_x03b1_%27%20LookupId%3d%27TRUE%27%2f%3E%3CValue%20Type%3d%27Lookup%27%3E41%3C%2fValue%3E%3C%2fEq%3E&fid=41 [πρόσβαση 28/01/2016]

Καταλύματα στην πόλη των Χανίων:
http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/2015-HOTELS_REGIONS.pdf [πρόσβαση 28/01/2016]

Πληροφορίες για το λιμάνι: <http://www.chania-crete-greece.com/GR-souda-chania.html> [πρόσβαση 01/02/2016]

Πληροφορίες για το αεροδρόμιο των Χανίων:
<http://www.explorecrete.com/chania/GR-chania-airport.html> [πρόσβαση 03/02/2016]

Πληροφορίες για την πόλη των Χανίων:
<http://www.kritionline.gr/2014/11/11/%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%AC-%CE%BD%CE%B1%CF%8D%CF%80%CE%BB%CE%B9%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%B8%CE%B5%CF%83%CF%83%CE%B1%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%BA%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%B7-%CE%BB%CE%AF%CF%83/> [πρόσβαση 05/02/2016]

Πληροφορίες για μέρη στην πόλη των Χανίων:
<http://wikimapia.org/1491952/el/%CE%94%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CE%9A%CE%AE%CF%80%CE%BF%CF%82> [πρόσβαση 08/02/2016]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο – Οδηγός Συνέντευξης

«Αστικός τουρισμός στην πόλη των Χανίων»

1. Ποια είναι η πορεία του τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην πόλη των Χανίων και ποιες προοπτικές διαγράφονται για τα επόμενα χρόνια;
2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των τουριστών που επισκέπτονται την πόλη των Χανίων (εθνικότητα, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, οικονομική κατάσταση, κλπ);
3. Ποιοι είναι οι ιδιαίτεροι πόροι (φυσικοί, κοινωνικοί, πολιτισμικοί) της πόλης των Χανίων που λειτουργούν ως πόλοι έλξης τουριστών;
4. Ποιες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί στην πόλη των Χανίων (π.χ. πολιτιστικός, γαστρονομικός, μαθητικός, συνεδριακός, κλπ);
5. Έχουν τις δυνατότητες τα Χανιά να καθιερωθούν στην ελληνική και παγκόσμια αγορά ως προορισμός city-break και να ανταγωνιστούν αντίστοιχους προορισμούς του εσωτερικού και εξωτερικού (Αθήνα, Ηράκλειο, Λονδίνο, Παρίσι, Βαρκελώνη, κ.ά.); Ποια είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των Χανίων έναντι άλλων προορισμών;
6. Διαφημίζονται / προβάλλονται ικανοποιητικά τα Χανιά ως τουριστικός προορισμός και με πιο τρόπο (διαδίκτυο, εκθέσεις, φυλλάδια, tour operators, κλπ);
7. Ποιοι είναι οι ανασταλτικοί παράγοντες που εμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στα Χανιά (π.χ. οικονομική και πολιτική κρίση, έλλειψη υποδομών, κλπ);

8. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρίσιμοι παράγοντες για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στα Χανιά (π.χ. επιδοτήσεις, παροχή κινήτρων, ενημέρωση ντόπιων, δικτύωση – συνεργασίες, βελτίωση υποδομών, αποτελεσματικότερη προβολή, κλπ);

9. Άλλα σχόλια – προτάσεις;