

ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οργάνωση μαθήματος

Παραδόσεις:

2 ώρες θεωρία (Δευτέρα 15.00 – 17.00)

1 ώρα Άσκηση Πράξης (Δευτέρα 19.00 – 20.00)

Αξιολόγηση φοιτητών

I. Ασκήσεις πράξης (30 %) και Γραπτή τελική εξέταση (70%).

Οι ασκήσεις πράξης είναι ειδικές περιπτώσεις μελέτης & ασκήσεις, τις οποίες επιλύουν οι φοιτητές με την καθοδήγηση & επίβλεψη του διδάσκοντα.

II. Γραπτή τελική εξέταση: 100 % για τους φοιτητές που δεν συμμετέχουν στις ασκήσεις πράξης

Η τελική γραπτή εξέταση περιλαμβάνει:

- *Ερωτήσεις σύντομης απάντησης*
- *Ερωτήσεις κριτικής σκέψης*

Σύγγραμμα

Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Κοκκώσης Χάρης,
Πάρις Τσάρτας, Γκρίμπα Ελευθερία

Κωδικός Βιβλίου στον Εύδοξο: 58519



Σκοπός του μαθήματος

Να παρέχει ένα σύνολο θεωρητικών και εμπειρικών γνώσεων στους σπουδαστές σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό, διερευνώντας μία σειρά από ζητήματα και κρίσιμους παραμέτρους που σχετίζονται με αποσαφήνιση όρων και εννοιών, τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη το μάνατζμεντ και το μάρκετινγκ.

Σκοπός του μαθήματος (2)

οι σπουδαστές θα κατανοήσουν το ρόλο που διαδραματίζει ο πολιτισμός στην διαμόρφωση του χώρου/πλαισίου ανάπτυξης, όχι μόνον του εναλλακτικού και μαζικού τουρισμού, αλλά και ως κύριου ρυθμιστή μίας σειράς ποιοτικών κυρίως κριτηρίων που επηρεάζουν την οργάνωση και την λειτουργία τόσο του τόπου υποδοχής, όσο και των τουριστικών επιχειρήσεων.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Από την διδασκαλία του μαθήματος ο φοιτητής αναμένεται να γνωρίσει :

- ✓ Τις εννοιολογικές προσεγγίσεις του Εναλλακτικού τουρισμού και το περιεχόμενο του
- ✓ Τις σχέσεις που διαμορφώνονται μεταξύ Εναλλακτικού τουρισμού και αειφόρου ανάπτυξης
- ✓ Τον πολιτισμό ως ποιοτικό παράγοντα του τουριστικού κυκλώματος

Μαθησιακά αποτελέσματα (2)

- ✓ Τις δυνατότητες και τους τύπους σχεδιασμού του Εναλλακτικού τουρισμού
- ✓ Το χρηματοδοτικό πλαίσιο ενίσχυσης του Εναλλακτικού τουρισμού
- ✓ Το management των επιχειρήσεων Εναλλακτικού τουρισμού
- ✓ Το marketing του Εναλλακτικού τουρισμού

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΠΕΡΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Οι διαστάσεις του τουριστικού φαινομένου

Οι παράγοντες που συνέβαλαν στην μεταπολεμική ανάπτυξη του τουρισμού:

- ✓ Εκδημοκρατισμός - μαζικοποίηση τουρισμού
- ✓ Ανάπτυξη βιοτικού επιπέδου στις χώρες προσέλευσης τουριστών
- ✓ Ελεύθερος χρόνος
- ✓ Πληρωμένες διακοπές
- ✓ Εξέλιξη μεταφορών

Οι διαστάσεις του τουριστικού φαινομένου

Η δυναμική του τουρισμού

Στα τέλη του 1950 ο τουρισμός αναγνωρίζεται σαν οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο. Μετά το 1970 ολοκληρώνεται η περίοδος συνεχούς ανάπτυξης του τουρισμού.

- ❖ Ο τουρισμός αναπτύσσεται με χαμηλότερους ρυθμούς*
- ❖ Άνιση κατανομή ανάπτυξης των τουριστικών αγορών και των προορισμών*
- ❖ Αυξάνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των προορισμών και η σημασία του Μάρκετινγκ*
- ❖ Ανάπτυξη ανταγωνιστικών και ποιοτικών προϊόντων για συγκεκριμένες τουριστικές αγορές*

Το μέλλον του τουρισμού

Παράμετροι που επηρεάζουν το μέλλον του τουρισμού:

- Η εξέλιξη στις μεταφορές (αερομεταφορές - θαλάσσιες σιδηροδρομικές μεταφορές)
- Αύξηση βιοτικού επιπέδου – νέες αγορές
- Αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά και στον τρόπο ζωής των τουριστών
- Περαιτέρω ανάπτυξη ηλεκτρονικού τρόπου κρατήσεων

Παράδειγμα: η μεγάλη ανάπτυξη των διαδικτυακών μηχανών αναζήτησης τα τελευταία χρόνια

Βασικά κίνητρα της τουριστικής μετακίνησης

1. Η φύση και το κλίμα του τουριστικού προορισμού
2. Ο πολιτισμός του τουριστικού προορισμού
3. Το χαμηλό κόστους του ταξιδιού (φτηνός ή ακριβός προορισμός)
4. Η ανάγκη των τουριστών να γνωρίσουν νέα πράγματα (ψυχολογικά κίνητρα)

Οι φραγμοί της τουριστικής μετακίνησης

1. Κόστος
2. Έλλειψη χρόνου
3. Περιορισμοί υγείας
4. Οικογενειακές υποχρεώσεις
5. Έλλειψη ενδιαφέροντος
6. Φόβος

Ο κύκλος ζωής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Ο κύκλος ζωής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μπορεί να διακριθεί σε 4 περιόδους:

- ✓ την περίοδο του βιοτεχνικού τουρισμού (1950-1966)
- ✓ την περίοδο του περάσματος στο βιομηχανικό
- ✓ τουρισμό (1967-1991)
- ✓ την περίοδο της πολιτικής αναζήτησης για έξοδο από την κρίση (1991-2004).
- ✓ την περίοδο της ύφεσης (2005 - σήμερα)

Βιοτεχνικός Τουρισμός

Κατά την πρώτη αυτή φάση, η Ελλάδα προσπαθεί να αναπτυχθεί τουριστικά και να επιτύχει να ανταπεξέλθει στο αυξανόμενο τουριστικό ρεύμα που δημιουργείται, δημιουργώντας γενικές υποδομές (λιμάνια, οδικά δίκτυα, αεροδρόμια κλπ), τουριστικές υποδομές (ξενοδοχειακή αλυσίδα «Ξενία», τουριστικά περίπτερα, καζίνο, χιονοδρομικά κέντρα κλπ).

Βιοτεχνικός Τουρισμός (2)

Σε γενικές γραμμές το κράτος αναλαμβάνει τον κεντρικό χρηματοδότη και επενδυτή στα πρώτα αυτά βήματα με την ιδιωτική πρωτοβουλία να αρνείται να επενδύσει σε μη τουριστικές ζώνες.

Επιπλέον, η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από περιορισμένο αριθμό αλλοδαπών τουριστών (περίπου ένα εκατομμύριο) ο οποίος είναι μη οργανωμένος, ο εγχώριος τουρισμός είναι σχεδόν ανύπαρκτος, ενώ ταυτόχρονα δεν υπάρχει εξειδικευμένο τουριστικό εργατικό δυναμικό

Το πέρασμα στο Βιομηχανικό Τουρισμό

Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της περιόδου είναι ο έντονος ρόλος της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, που από τα μέσα της δεκαετίας του '60, επενδύει σε περιοχές που έχουν τουριστικό ενδιαφέρον, λόγω ανάπτυξης των υποδομών και δημιουργία ζήτησης στο εξωτερικό για αυτές.

Το πέρασμα στο Βιομηχανικό Τουρισμό (2)

Περιοχές επενδύσεων είναι η Κέρκυρα, η Κρήτη, η Ρόδος, κλπ και μεγάλο μέρος αυτών των επενδύσεων στοχεύει στη δημιουργία μεγάλων παραλιακών ξενοδοχειακών μονάδων, ενώ η ανάπτυξη μιας πλειάδας καταλυμάτων μικρότερων κατηγοριών συνθέτουν το τοπίο του ηλιοτροπικού τουρισμού των 3S's (sea, sand, sun – ήλιος, άμμος, θάλασσα), το οποίο ολοκληρώνεται με τον κεντρικό ρόλο των tour operators, ως βασικής μονοψωνιακής δύναμης του διεθνούς τουρισμού και της Ελλάδας ειδικότερα.

Το πέραςμα στο Βιομηχανικό Τουρισμό (3)

Η τουριστική, πλέον, βιομηχανία χρησιμοποιεί τα εργαλεία του μάρκετινγκ και του μάνατζμεντ, δημιουργείται τουριστική εκπαίδευση και διαμορφώνονται τουριστικά προϊόντα, όπως το διαδεδομένο «τουριστικό πακέτο».

Παρά τις νομοθετικές ρυθμίσεις που αφορούσαν την περιβαλλοντική αλλά και την πολιτιστική κληρονομιά, τόσο η φθορά και όσο ο κορεσμός ορισμένων περιοχών – προορισμών, αρχίζει να γίνεται εμφανής, αφού η άναρχη δόμηση (οργασμός οικοδόμησης αυθαιρέτων τουριστικών καταλυμάτων και καταπατήσεις), ο ελλιπής έλεγχος, η επικράτηση μεγάλων και μικρότερων οικονομικών συμφερόντων που αφορούσε αδειοδοτήσεις και οι εκμεταλλεύσεις αιγιαλών και άλλων νομικά προστατευόμενων περιοχών, καθώς η ανάδυση νέων τουριστικών προορισμών, ανταγωνιστικούς προς την Ελλάδα, έδωσαν τα πρώτα δείγματα της επερχόμενης κρίσης!

Η πολιτική αναζήτηση για έξοδο από την κρίση

Οι τριγμοί που φάνηκαν να διαφαίνονται στον ορίζοντα για το ελληνικό τουριστικό προϊόν άρχισαν να επιβεβαιώνονται και πολλοί θεωρούνται οι παράγοντες που οδήγησαν, ναι μεν στο απόγειο στις αρχές τις δεκαετίας του '00 τον ελληνικό τουρισμό, αλλά και στην κρίση αυτού. Κάποιοι από αυτούς θα μπορούσαν να είναι:

1. Η μονοκαλλιέργεια του τουρισμού σε τουριστικές περιοχές και εγκατάλειψη άλλων τομέων τις οικονομίας ίσης σπουδαιότητας

Η πολιτική αναζήτηση για έξοδο από την κρίση (2)

2. Η άκαμπτη τουριστική πολιτική, που επέμενε στην ανάπτυξη του συμβατικού μοντέλου τουρισμού, τόσο σε εθνικό αλλά και τοπικό επίπεδο
3. Η μη ανανέωση του τουριστικού προϊόντος με επιπλέον δραστηριότητες
4. Η μη αξιοποίηση πολιτιστικού, φυσικού πλούτου (ή απαξίωση του πολλές φορές)
5. Η αλλαγή των τουριστικών (καταναλωτικών) προτύπων – αναπτύσσεται ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος

Η πολιτική αναζήτηση για έξοδο από την κρίση (3)

6. Ο αυξημένος ανταγωνισμός από άλλους αναδυόμενους προορισμούς, οι οποίοι προσέφεραν το ίδιο προϊόν σε ίδιες ή χαμηλότερες τιμές, εμπλουτισμένο με ποικιλία δραστηριοτήτων
7. Η είσοδος στο ευρώ, που δημιούργησε έντονες πληθωριστικές πιέσεις, απώλεσε το εργαλείο της νομισματικής πολιτικής, συνέτεινε στην αύξηση των εξαγωγών και μείωσε τη δημιουργία κέρδους (έστω και κερδοσκοπικού) από την αλλαγή της ισοτιμίας του εισερχόμενου συναλλάγματος
8. Η δυσκαμψία συνεννόησης των φορέων και των οργανισμών κλπ

Η πολιτική αναζήτηση για έξοδο από την κρίση (4)

Η φάση αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει εφαλτήριο για τον τουρισμό, με κύριο πρωταγωνιστή τις τοπικές κοινωνίες. Εντούτοις, η τουριστική πολιτική είχε, θα μπορούσαμε να πούμε, μια εμμονή χρηματοδότησης των ιδιωτικών πρωτοβουλιών, μεμονωμένα και χωρίς ιδιαίτερη ευρύτερη τοπική ανάπτυξη, ενώ ήταν μια ευκαιρία να δώσει κίνητρο σε συλλογικές προσπάθειες, αναγεννώντας την τοπική κουλτούρα, προβάλλοντας την τοπικότητα και την ιδιωτική πρωτοβουλία μέσα από το σύνολο.

Η πολιτική αναζήτηση για έξοδο από την κρίση (5)

Για πιο λόγο, όμως, θα έπρεπε να προωθηθεί η συλλογική δράση, η τοπικότητα και η ιδιωτική πρωτοβουλία να ενισχυθεί μέσα από αυτές; Η απάντηση βρίσκεται στη μεταβολή των τουριστικής ζήτησης, δηλαδή των προτιμήσεων του τουρίστα, αυτήν την περίοδο, με ταυτόχρονη ανάπτυξη των αντίστοιχων μορφών τουρισμού που τον αντιπροσωπεύουν και νέων οικονομικών αντιλήψεων διεθνώς, όπως η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Είδη Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού

• Κοινωνικός τουρισμός	• Χειμερινός τουρισμός	• Εκπαιδευτικός τουρισμός
• Γαστρονομικός τουρισμός	• Ορεινός τουρισμός	• Επαγγελματικός τουρισμός
• Τουρισμός τρίτης ηλικίας	• Τουρισμός σε οργανωμένα χωριά ειδικού τύπου (τουριστικά χωριά - clubs)	• Εκθεσιακός τουρισμός
• Περιηγητικός τουρισμός	• Τουρισμός σε θεματικά πάρκα και θεματικά μουσεία	• Γυμνιστικός τουρισμός
• Οικοτουρισμός	• Αγροτουρισμός	• Τουρισμός περιπέτειας
• Ιαματικός τουρισμός	• Τουρισμός υπαίθρου	• Αστικός τουρισμός
• Πολιτιστικός τουρισμός	• Αθλητικός τουρισμός	
• Θρησκευτικός τουρισμός	• Θαλάσσιος τουρισμός	
• Συνεδριακός τουρισμός	• Τουρισμός υγείας	
• Τουρισμός κινήτρων	• Τουρισμός ευεξίας	