

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΔΠΜΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Τουρισμός τρίτης ηλικίας: Η περίπτωση του Πηλίου



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:

ΜΑΡΙΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΠΑΠΑΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΣΑΠΟΥΝΑΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ
καθηγητής Π.Θ.

ΒΟΛΟΣ 2019

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.

Η συγγραφέας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη σύγχρονη εποχή ο τουρισμός τρίτης ηλικίας καταλαμβάνει σημαντικά ποσοστά επί του συνολικού τουρισμού και σημειώνει αυξητική τάση, ακολουθούμενος την αύξηση την αναλογίας των ατόμων που ανήκουν στην τρίτη ηλικία συγκριτικά με τον συνολικό παγκόσμιο πληθυσμό. Θεωρείται ένα παγκόσμιο φαινόμενο, και πολλοί σύγχρονοι μελετητές και ερευνητές ασχολούνται προσπαθώντας να εξάγουν συμπεράσματα σχετικά με τα οφέλη του τουρισμού τόσο για τα άτομα της τρίτης ηλικίας όσο και για τον τόπο υποδοχής. Στην παρούσα εργασία μελετώνται στοιχεία για την υπάρχουσα κατάσταση του τουρισμού τρίτης ηλικίας σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό αλλά και ελληνικό επίπεδο εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο Πήλιο, το βουνό της Μαγνησίας. Σκοπός της μελέτης είναι η εύρεση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ελλάδας και του Πηλίου για την προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας, αλλά και τα προβλήματα ή τις ελλείψεις που αντιμετωπίζει ο τόπος στον τομέα αυτό με απώτερο στόχο τη διαμόρφωση πολιτικών διαχείρισης της κατάστασης και την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού τρίτης ηλικίας.

Λέξεις-Κλειδιά: τουρισμός, τουρισμός τρίτης ηλικίας, πολιτικές διαχείρισης, βιώσιμη ανάπτυξη, Πήλιο

ABSTRACT

Senior tourism: the case of mount Pelion

Nowadays, senior tourism occupies significant rates in overall tourism and is showing an increasing trend, following an increase in the proportion of elderly people compared to the world's total population. It is considered a global phenomenon, and many modern scholars and researchers are engaged in trying to draw conclusions about the benefits of tourism for both the elderly and the host. The present study researches the current condition of elderly tourism at the global, European and Greek level, focusing as a case of study in Pelion, the mountain of Magnesia. The aim of the study is to find the comparative advantages of Greece and Pelion for the attraction of elderly tourists as well as to state the problems or shortcomings faced by the host in this situation with the ultimate aim of formulating policies for managing the situation and achieving the sustainable development of tourism old age.

Keywords: tourism, senior tourism, elderly tourism, sustainable tourism, mount Pelion, alternative forms of tourism

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	σελ 9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ....	σελ 11
1.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ.....	σελ 11
1.1.1 Γεννητικότητα	σελ 14
1.1.2 Προσδόκιμο όριο ζωής.....	σελ 16
1.2 ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	σελ 20
1.3 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.....	σελ 23
1.4 ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.....	σελ 26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	σελ 29
2.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	σελ 29
2.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	σελ 31
2.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ	σελ 37
2.4 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ	σελ 39
2.5 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ	σελ 40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ	
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	σελ 42
3.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	σελ 43
3.2 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	σελ 45
3.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ - ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ	σελ 47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ	
ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΗΛΙΟ	σελ 48
4.1 ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ	σελ 48
4.2 ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΗΛΙΟ	σελ 51
4.3 ΦΟΡΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	σελ 54
4.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ	
ΗΛΙΚΙΑΣ	σελ 56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	σελ 60
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	σελ 63

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.1 Παγκόσμια εξέλιξη πληθυσμού τα έτη 1750-2100 (με μελλοντική πρόβλεψη).....σελ 12	σελ 12
Διάγραμμα 1.2 Παγκόσμιος δείκτης γεννητικότητας για τα έτη 1950-2015σελ 14	σελ 14
Διάγραμμα 1.3 Δείκτης γεννητικότητας ανά χώρα για τα έτη 1950-2015σελ 15	σελ 15
Διάγραμμα 1.4 Παγκόσμιος δείκτης προσδόκιμου ορίου ζωής για τα έτη 1950-2015σελ 18	σελ 18
Διαγράμματα 1.5 & 1.6 Μεταβολή της ηλικιακής κατανομής για τα έτη 1950 και 2017.....σελ 22	σελ 22
Διάγραμμα 2.1: Τουριστικά μεγέθη ανά ηλικιακά μεγέθη στην Ευρώπη.....σελ 31	σελ 31
Διάγραμμα 2.2: Ηλικιακή διάρθρωση εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού ανά χώρα προέλευσης για το έτος 2016.....σελ 33	σελ 33
Διάγραμμα 2.3: Προτιμήσεις τύπου διακοπών τρίτης ηλικίας ανά χώρα προέλευσηςσελ 34	σελ 34

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΧΑΡΤΩΝ

Χάρτης 1.1 Παγκόσμιος χάρτης προσδόκιμου ορίου ζωής για το έτος 1940σελ 16	σελ 16
Χάρτης 1.2 Παγκόσμιος χάρτης προσδόκιμου ορίου ζωής για το έτος 2015σελ 17	σελ 17
Χάρτες 1.3 & 1.4 Παγκόσμιος χάρτης ηλικιακής κατανομής για τα έτη 2015 και 2050(πρόβλεψη)σελ 21	σελ 21

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1: Τουριστικά μεγέθη ανά ηλικιακά μεγέθη στην Ευρώπησελ 34	σελ 34
Πίνακας 2.2: Ποσοστά αφίξεων τουριστών 3 ^{ης} ηλικίας σε Ευρωπαϊκές χώρες ανά αγορά.....σελ 35	σελ 35

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1.1 Η πυραμίδα των αναγκών του Maslowσελ 26	σελ 26
---	--------

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

Φωτογραφία 1.1 Αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού	σελ 11
Φωτογραφία 3.1 Άθληση στα πλαίσια του τουρισμού υγείας	σελ 43
Φωτογραφία 3.2 Επίσκεψη θρησκευτικών μνημείων στα πλαίσια θρησκευτικού τουρισμού	σελ 45
Φωτογραφία 4.1 Οι παραλίες του Πηλίου	σελ 48
Φωτογραφία 4.2 Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική του Πηλίου	σελ 49
Φωτογραφία 4.3 Η πολιτιστική κληρονομιά του Πηλίου	σελ 50

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η διεκπεραίωση της πτυχιακής εργασίας, θα ήταν δυσκολότερη χωρίς τη συμβολή κάποιων ανθρώπων.

Γι' αυτό το λόγο θέλω, αρχικά, να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Αριστείδη Σαπουνάκη για την καθοδήγησή του, η οποία, μέσα από τις γνώσεις και την εμπειρία του, ήταν πολύτιμη, καθώς και για τη στήριξή του.

Θερμές ευχαριστίες θέλω να δώσω και στον κ. Λεβέντη Κωνσταντίνο για την παραχώρηση της συνέντευξης, η οποία ήταν ένα πολύτιμο εργαλείο για την εκπόνηση της εργασίας αλλά και ένα ακόμη ερέθισμα να ασχοληθώ περαιτέρω με το αντικείμενο του τουρισμού.

Τέλος θέλω να ευχαριστήσω όλους εκείνους από το οικογενειακό και φιλικό μου περιβάλλον για την κατανόηση και τη στήριξή τους καθ' όλη τη διάρκεια ενασχόλησης μου με την εργασία. Ξεχωριστά, θέλω να ευχαριστήσω τον άντρα μου, αλλά και το γιο μου για την υπομονή του πριν καν γεννηθεί.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα άτομα τρίτης ηλικίας, αποτελούσαν πάντοτε ένα σημαντικό παράγοντα του τουρισμού. Η συνεισφορά τους στην τουριστική δαπάνη είναι περισσότερο αξιόλογη από εκείνη των τουριστών νεότερων ηλικιών διότι δαπανούν περισσότερο και ταξιδεύουν συχνότερα εκτός της υψηλής τουριστικής περιόδου (Κάτσοι 2004). Αυτό που είναι νέο και αξίζει να τονιστεί, είναι η καταγεγραμμένη βάσει στατιστικών στοιχείων συνεχή τάση συγκέντρωσης των πληθυσμών σε παγκόσμιο επίπεδο, στα ανώτερα ηλικιακά στρώματα. Το τελευταίο αυτό γεγονός αυξάνει τη σημασία του τουρισμού της τρίτης ηλικίας τόσο τόσο σε αριθμό ταξιδιωτών, όσο και σε αριθμό διανυκτερεύσεων αλλά και στην τουριστική δαπάνη. Τα παραπάνω στοιχεία δεν είναι άγνωστα στον επιχειρηματικό κόσμο που δραστηριοποιείται στον τουρισμό, αλλά ούτε και στους αρμόδιους για τον τουρισμό κρατικούς φορείς.

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε με βασικό σκοπό τη διατύπωση προτάσεων πολιτικής διαχείρισης για τον ιδιωτικό αλλά και για το δημόσιο τομέα με σκοπό την προώθηση του τουρισμού των ατόμων της τρίτης ηλικίας στη χώρα μας.

Στο πρώτο κεφάλαιο μελετώνται στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον παγκόσμιο πληθυσμό και τα άτομα της τρίτης ηλικίας. Αναλύεται η σταδιακή γήρανσή του πληθυσμού μέσα από τα φαινόμενα της υπογεννητικότητας και της αύξησης του προσδόκιμου ορίου ζωής, και αφού γίνει οριοθέτηση της τρίτης ηλικίας μελετώνται τα χαρακτηριστικά και οι ανάγκες της συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων.

Το δεύτερο κεφάλαιο αφορά τον τουρισμό τρίτης ηλικίας. Αφού αναλυθεί η σημασία του τουρισμού της τρίτης ηλικίας για την ανάπτυξη ενός τόπου, δίνονται ορισμένα στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα. Έπειτα μελετώνται τα ταξιδιωτικά κίνητρα και η ταξιδιωτική συμπεριφορά του ηλικιωμένου τουρίστα, και η ανάγκη για τμηματοποίηση και συγκεκριμένη στόχευση στην αγορά.

Στη συνέχεια το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στις εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού οι οποίες είναι περισσότερο συμβατές και αρεστές από τους τουρίστες της τρίτης ηλικίας με βάση τις οποίες θα μπορούσαν να διαμορφωθούν κατάλληλα τουριστικά πακέτα.

Έπειτα το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί τη μελέτη περίπτωσης που είναι το Πήλιο της Μαγνησίας. Αφού γίνει περιγραφή του συγκριτικού πλεονεκτήματος του τόπου για τον

τουρισμό γίνεται μια μελέτη στην υπάρχουσα κατάσταση του τουρισμού τρίτης ηλικίας της περιοχής. Έπειτα αναφέρονται οι φορείς, δημόσιοι και ιδιωτικοί που δραστηριοποιούνται με τον τουρισμό και γίνονται προτάσεις προσέλκυσης και διαχείρισης των τουριστών τρίτη ηλικίας.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο εξάγονται τα συμπεράσματα που αφορούν τη σημασία και τις ελλείψεις ή τα προβλήματα διαχείρισης του τουρισμού τρίτης ηλικίας στο Πήλιο και γενικότερα στην Ελλάδα. καθώς και τις κατευθύνσεις στις οποίες πρέπει να γίνουν οι προσπάθειες της βιώσιμης ανάπτυξής του.

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε βάση μελέτης των βιβλιογραφικών αναφορών-πηγών. Επιπλέον στα πλαίσια της εργασίας πραγματοποιήθηκε συνέντευξη από τον κ. Λεβέντη Κωνσταντίνο, όπου οι γνώσεις του πάνω στον τουρισμό είναι αναμφισβήτητες και αποκτημένες μέσα από πολυετή δραστηριοποίηση στο χώρο του τουρισμού. Είναι ιδιοκτήτης ξενοδοχειακών μονάδων στο Πήλιο και τουριστικού πρακτορείου στο Βόλο. Έχει λάβει πολυάριθμα βραβεία και διακρίσεις που αφορούν τον τουρισμό, και έχει υπάρξει πρόεδρος της ένωσης Ξενοδόχων νομού Μαγνησίας επί συναπτά έτη αλλά και μέλος ή ιδρυτής πολλών δράσεων που αφορούν την ανάπτυξη του τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ

1.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ

Φωτογραφία 1.1: Αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού



Πηγή: <https://cutt.ly/FipdXl>

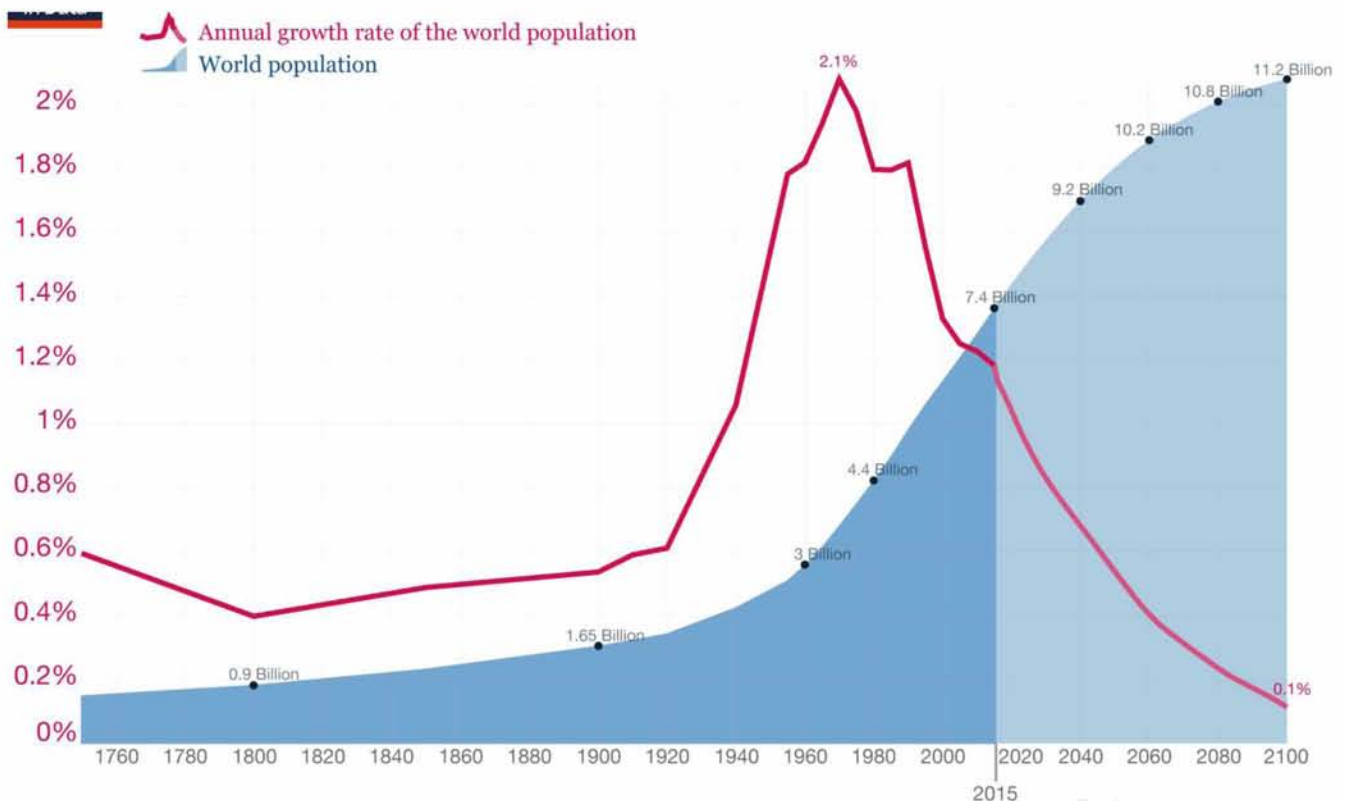
Ο παγκόσμιος πληθυσμός το 2018 ήταν 7.6 δισεκατομμύρια (ΟΗΕ – UN Population Fund), κάτι το οποίο συνέβη με απότομη αύξηση του δείκτη τα προηγούμενα χρόνια.

Κατά το παρελθόν, βασική αιτία που οδήγησε στην αύξηση του πληθυσμού, υπήρξε η αγροτική παραγωγή η οποία οδήγησε στην ανάγκη για μόνιμη διαμονή σε έναν τόπο και στην οργανωμένη αύξηση της παραγωγικότητας με αποτέλεσμα ο πλανήτης να μπορεί να συντηρεί ολοένα και περισσότερα άτομα. Όμως, ο παγκόσμιος πληθυσμός είχε έντονες αυξομειώσεις, κυρίως λόγω καταστροφικών πολέμων, επιδημιών και φυσικών καταστροφών, με αποτέλεσμα να μην αυξηθεί σημαντικά. Η μεγαλύτερη ως σήμερα παγκόσμια πληθυσμιακή πτώση σημειώθηκε περί το 1300-1350 κατά τη διάρκεια επιδημιών. Από τον 14ο αιώνα και έκτοτε, ο παγκόσμιος πληθυσμός σημειώνει αυξητική τάση με μεγαλύτερο ή μικρότερο ρυθμό φτάνοντας με αυτό τον τρόπο το 1800 στο 1 δισεκατομμύριο άτομα.

Από αυτό το σημείο και έπειτα, μεγαλύτερη σημασία στη μελέτη της δημογραφικής εξέλιξης έχει ο ρυθμός αύξησης του παγκόσμιου πληθυσμού και όχι τόσο οι απόλυτοι αριθμοί.

Χαρακτηριστικό είναι το διάγραμμα 1.1 στο οποίο παρουσιάζεται για την περίοδο από το έτος 1750 έως και σήμερα η καταγεγραμμένη μεταβολή του παγκόσμιου πληθυσμού αλλά και ο ποσοστιαίος ρυθμός της συγκεκριμένης μεταβολής. Από το διάγραμμα αρχικά διαπιστώνουμε ότι ο παγκόσμιος πληθυσμός συνεχώς μεταβάλλεται αυξητικά έως και σήμερα χωρίς να έχει υποστεί μειώσεις. Όσον αφορά το ρυθμό μεταβολής, αυτός χαρακτηρίζεται ως ήπιος μέχρι το 1920 περίπου διπλασιάζοντας τον πληθυσμό από ένα σε δύο δισεκατομμύρια μέσα στη διάρκεια 120 περίπου ετών. Ο ρυθμός μεταβολής εκείνη την περίοδο εκτοξεύεται ραγδαία με αποτέλεσμα να χρειαστούν μόλις 50 περίπου χρόνια ώστε να επαναδιπλασιαστεί ο παγκόσμιος πληθυσμός, αγγίζοντας τα τέσσερα δισεκατομμύρια το 1980. Από την δεκαετία του '80 όμως και έπειτα, ο ρυθμός αύξησης του πληθυσμού άρχισε να παρουσιάζει πτωτική τάση και με αυτόν τον πτωτικό ρυθμό προβλέπεται για τα επόμενα χρόνια να συνεχίσει η αύξηση του πληθυσμού υπολογίζοντας να φτάσει τα 9,3 δισεκατομμύρια το 2050.

Διάγραμμα 1.1: Παγκόσμια εξέλιξη πληθυσμού τα έτη 1750-2100 (με μελλοντική πρόβλεψη)



Πηγή: Our World In Data

Εννοιολογικά, ο ρυθμός αύξησης του παγκόσμιου πληθυσμού μπορεί να διαχωριστεί σε 3 περιόδους και να δικαιολογηθεί ως εξής: Η πρώτη περίοδος-πληθυσμιακή τάση είναι αυτή πριν την περίοδο του εκσυγχρονισμού, μέχρι το 1930 περίπου, και σημειώνει αργή αυξητική μεταβολή του πληθυσμού. Η δεύτερη αποτελεί την περίοδο της νεωτερικότητας, ιστορικής περιόδου από την εποχή του Διαφωτισμού (τέλη 17^{ου} αιώνα) ως το τέλος του 20ού αιώνα με χαρακτηριστικά αυτής την αύξηση του βιοτικού επιπέδου και τη βελτίωση της υγείας, αυξάνοντας εκθετικά τον παγκόσμιο πληθυσμό. Η τρίτη περίοδος είναι αυτή που διανύουμε σήμερα με πτωτική τάση του ρυθμού αύξησης του πληθυσμού. Στην περίπτωση που η πτωτική αυτή τάση του πληθυσμού συνεχιστεί με τον ίδιο, ρυθμό μπορεί να οδηγήσει στο τέλος της αύξησης του πληθυσμού στα τέλη του αιώνα που διανύουμε.

Όπως παρατηρούμε, ο παγκόσμιος πληθυσμός υπόκειται σε μεταβολές στο πέρασμα του χρόνου. Ωστόσο, οι μεταβολές του παγκόσμιου πληθυσμού δεν αρκούνται μόνο στην ποσοτική αλλαγή αλλά και στη μεταβολή των χαρακτηριστικών τους γνωρισμάτων. Με το πέρασμα του χρόνου, μεταβάλλονται οι εκάστοτε κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές συνθήκες των κοινωνιών, επιφέροντας με τη σειρά τους μια αλυσίδα επιπτώσεων. Ένα αποτέλεσμα αυτών των μετασχηματισμών, αποτελεί και η μεταβολή των ποσοστών των αναλογιών του παγκόσμιου πληθυσμού, όσον αφορά το φύλο, τη γεωγραφική διασπορά, το επίπεδο εκπαίδευσης αλλά και την ηλικιακή σύνθεση, την οποία μελετάμε και θα αναλυθεί περισσότερο.

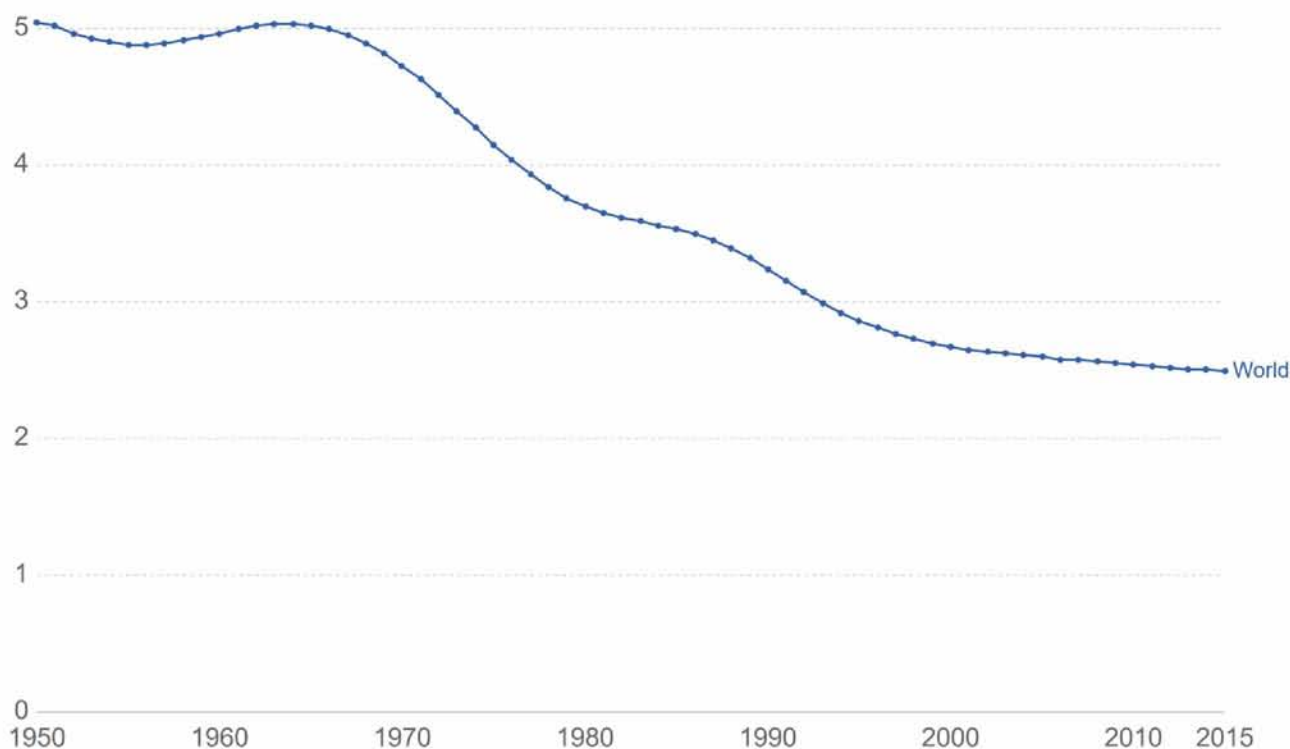
Κύριοι παράγοντες επιρροής της ηλικιακής σύνθεσης του πληθυσμού αποτελούν, ο δείκτης γεννητικότητας και το μέσο προσδόκιμο ζωής.

1.1.1 Γεννητικότητα

Με τον όρο γεννητικότητα ορίζεται η σχέση πού υπάρχει ανάμεσα στον αριθμό των γεννήσεων πού πραγματοποιούνται σε μια χώρα και στο συνολικό πληθυσμό της χώρας αυτής, στη μονάδα του χρόνου η οποία, συνήθως, είναι το έτος (Σιάμπος 1993). Η γεννητικότητα σε ένα πληθυσμό καθορίζεται από ποικίλους παράγοντες, όπως την ηλικία του πληθυσμού, το φύλο, το θρήσκευμα, το εισόδημα, την εκπαίδευση κ.ά. (OECD 2019)

Ο σημερινός παγκόσμιος δείκτης γεννητικότητας είναι περίπου στα 2,5 παιδιά ανά γυναίκα. Από το διάγραμμα 1.2 συμπεραίνουμε ότι ο παγκόσμιος δείκτης γεννητικότητας μειώνεται ραγδαία με την πάροδο του χρόνου με αποτέλεσμα από το 1950, σε κάθε γυναίκα να αντιστοιχούσαν κατά μέσο όρο 5 παιδιά, σε αντίθεση με σήμερα, αυτός ο δείκτης να έχει υποδιπλασιαστεί.

Διάγραμμα 1.2: Παγκόσμιος δείκτης γεννητικότητας για τα έτη 1950-2015

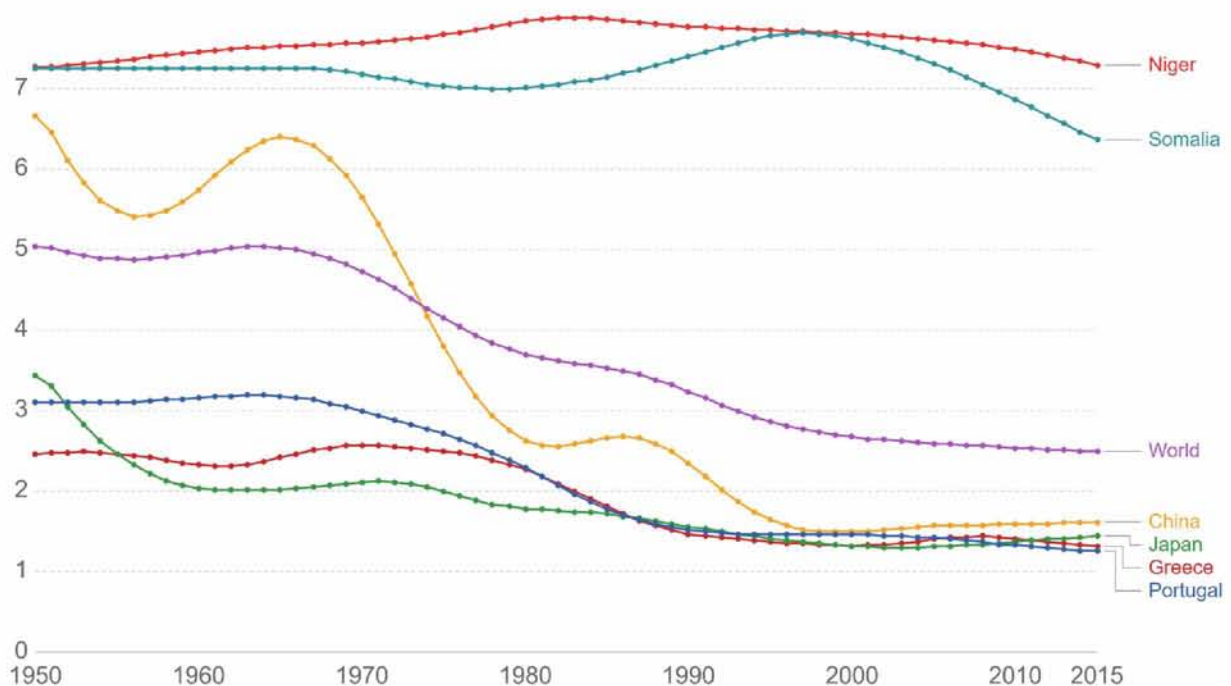


Πηγή: Our World In Data

Πιο συγκεκριμένα, αναφορικά με το ζήτημα της γεννητικότητας στη σημερινή εποχή, οι χώρες με τον χαμηλότερο δείκτη είναι η Μολδαβία, η Πορτογαλία και η Πολωνία από την Ευρώπη καθώς και η Ελλάδα η οποία βρίσκεται στην έκτη θέση από κάτω με αναλογία 1,3 παιδιά/γυναίκα. Σε παγκόσμιο επίπεδο στους ίδιους δείκτες βρίσκονται η

Ταϊβάν, η Σιγκαπούρη και η Νότια Κορέα. Αντίθετα τους υψηλότερους δείκτες γεννητικότητας κατέχουν οι χώρες της κεντρικής Ευρώπης. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι δύο πολυπληθέστερες χώρες παγκοσμίως, η Κίνα και η Ινδία, παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαμηλό δείκτη γεννητικότητας. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί με τις πολιτικές τακτικές που έχουν επιβάλλει σε αυτές τις χώρες τη μείωση του πληθυσμού τους. Λόγω της επιβολής του μέτρου του ενός παιδιού τα ζευγάρια επιθυμούν να αποκτήσουν αγόρι και καταφεύγουν πολύ συχνά σε εκτρώσεις όταν ο υπέρηχος δείξει το αντίθετο. Ως αποτέλεσμα, οι χώρες αυτές δημιουργούν μεγάλη δυσαναλογία εις βάρος των γυναικών και συνέπεια το μέλλον να είναι ανησυχητικό. Ένα ακόμη άξιο αναφοράς συμπέρασμα, που προκύπτει και από το διάγραμμα 1.3 αποτελεί το γεγονός ότι όλες οι χώρες, ακόμη και αυτές που βρίσκονται ψηλά στη λίστα με το δείκτη γεννητικότητας, παρουσιάζουν σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό πτωτική τάση.

Διάγραμμα 1.3: Δείκτης γεννητικότητας ανά χώρα για τα έτη 1950-2015



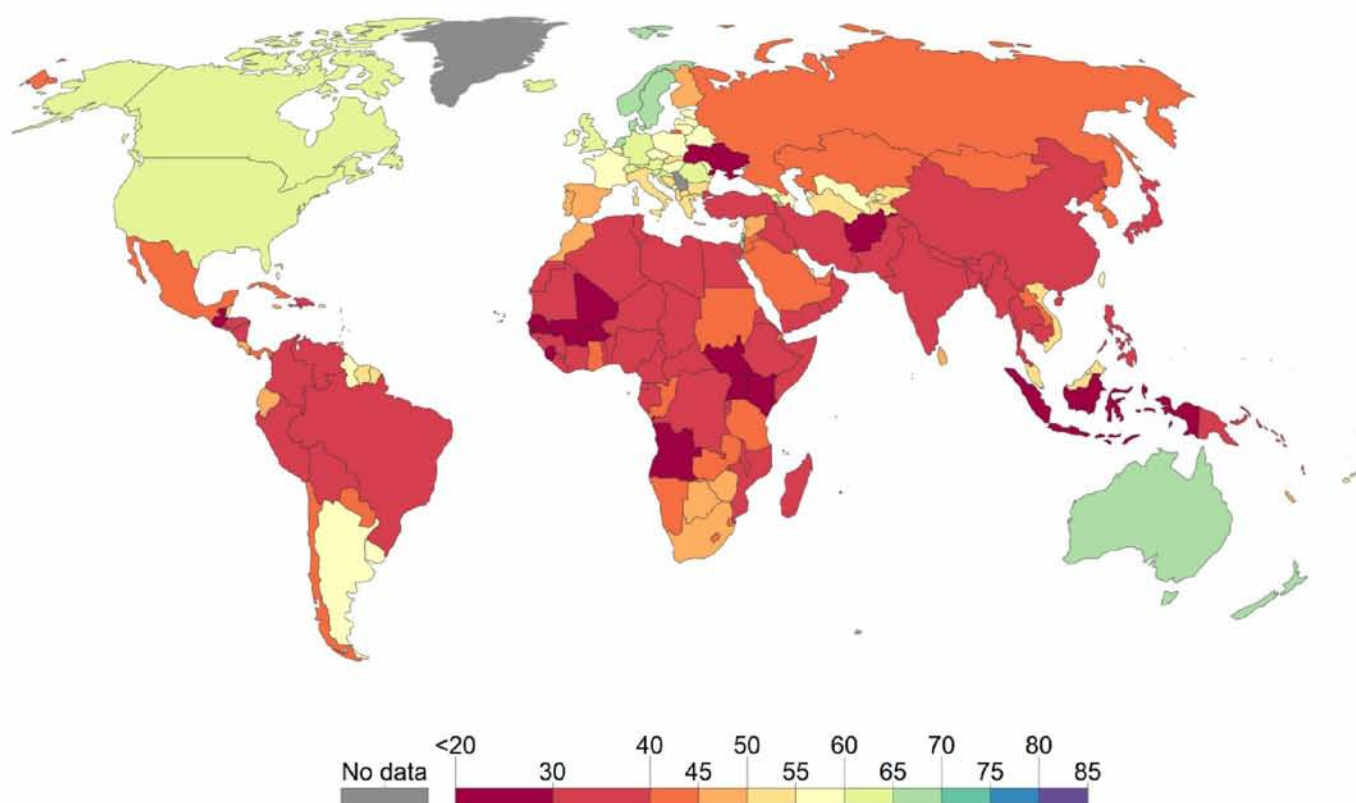
Πηγή: Our World In Data

1.1.2 Προσδόκιμο όριο ζωής

Ενώ όπως διαπιστώνουμε ο παγκόσμιος δείκτης γεννητικότητας φθίνει, παράλληλα ένας άλλος δείκτης, αυτός του προσδόκιμου ορίου ζωής αυξάνει και μάλιστα σε παγκόσμιο επίπεδο. Χαρακτηριστική είναι η σύγκριση των δύο παγκόσμιων χαρτών, οι οποίοι εμφανίζουν το μέσο προσδόκιμο όριο ζωής ανά χώρα το 1940 αρχικά και το 2015 μετέπειτα.

Όπως παρατηρούμε, το 1940 το μεγαλύτερο προσδόκιμο όριο ζωής αγγίζει την κλίμακα 65-70 έτη και επικρατεί σε ελάχιστες περιοχές (Ωκεανία, Σκανδιναβία). Την ίδια χρονική περίοδο στο μεγαλύτερο μέρος της Αφρικής, της Νότιας Αμερικής και της Ασίας το προσδόκιμο όριο ζωής είναι κάτω από 45 έτη, ενώ Ευρώπη και Βόρεια Αμερική έχουν προσδόκιμο όριο ζωής 55-60 έτη.

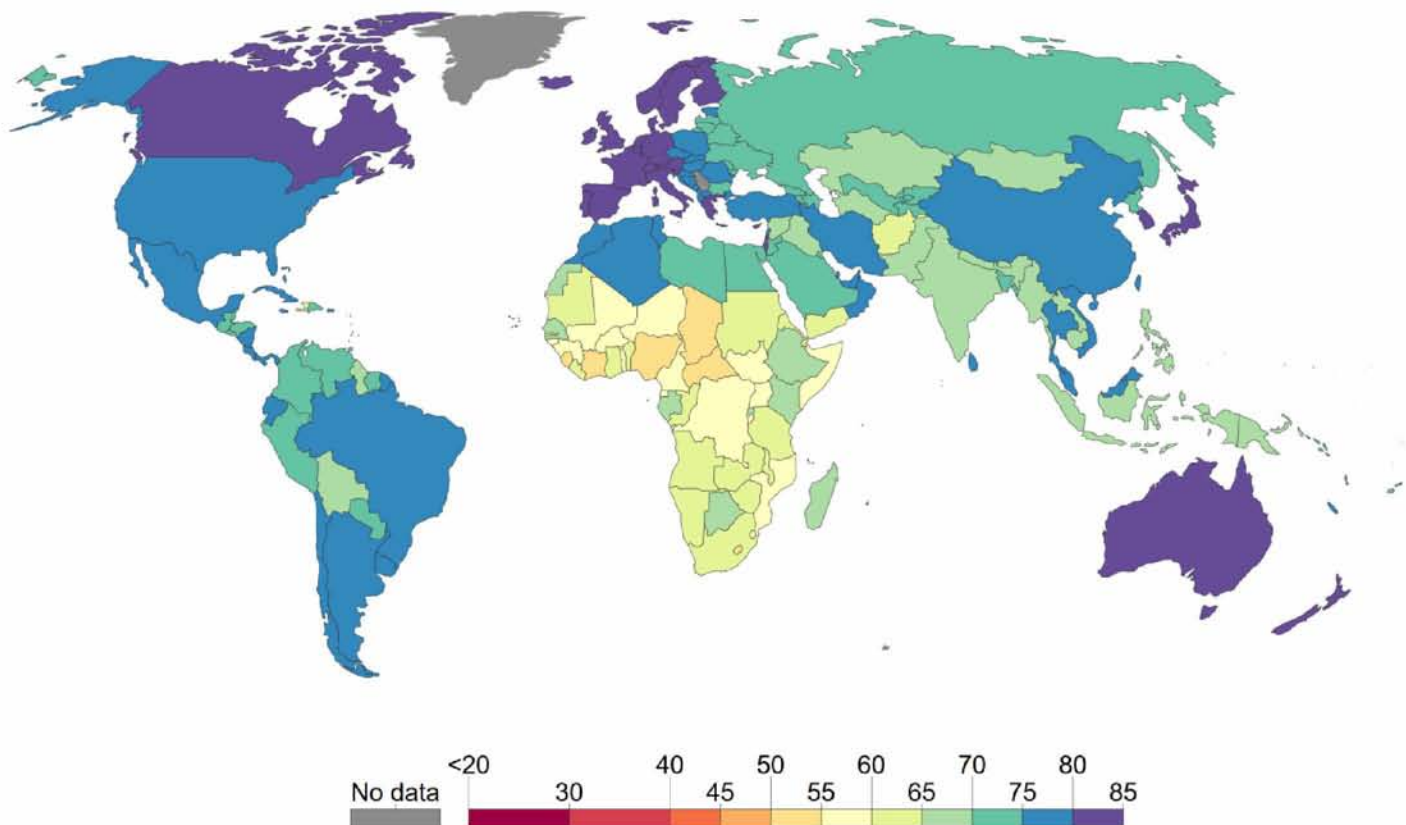
Χάρτης 1.1: Παγκόσμιος χάρτης προσδόκιμου ορίου ζωής για το έτος 1940



Πηγή: Our World In Data

Το σκηνικό του χάρτη μεταβάλλεται ραγδαία. Έτσι, το έτος 2015 βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του χάρτη έχει προσδόκιμο όριο ηλικίας από 75 έτη και πάνω με την Ωκεανία τον Καναδά και μεγάλο τμήμα της Ευρώπης, να αγγίζουν όριο 85 ετών και πάνω. Ακολουθεί η Αφρική που ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο έχει χαμηλό προσδόκιμο όριο ζωής στα 55 περίπου έτη, συγκριτικά με τον εαυτό της στο προηγούμενο χάρτη, έχει αύξηση του ορίου.

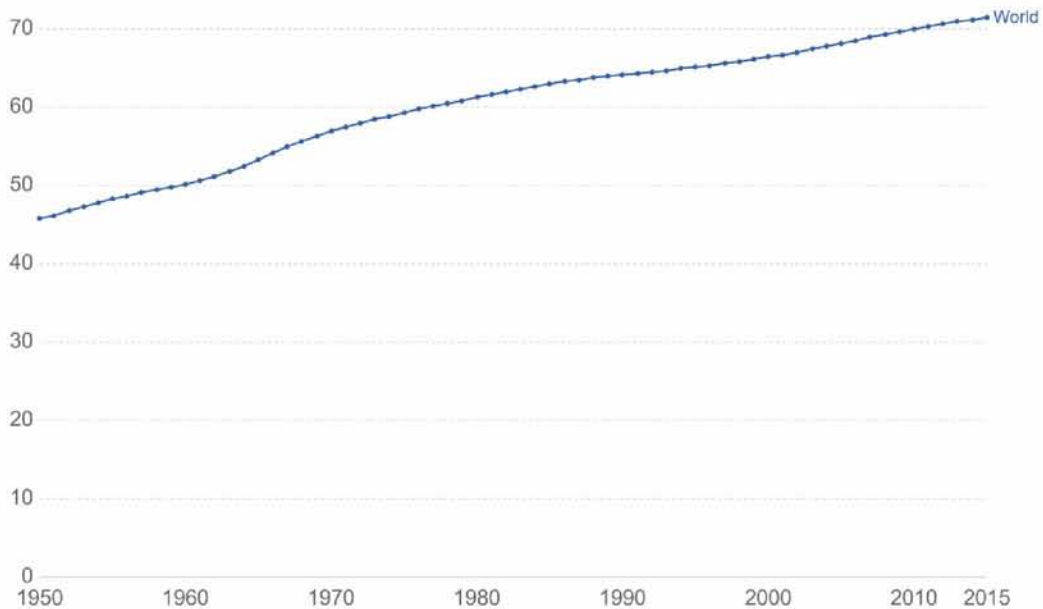
Χάρτης 1.2: Παγκόσμιος χάρτης προσδόκιμου ορίου ζωής για το έτος 2015



Πηγή: Our World In Data

Σε γενικότερο πλαίσιο, όπως παρατηρούμε από το διάγραμμα τάδε το έτος 1950 το παγκόσμιο προσδόκιμο όριο ζωής ήταν στα 46 έτη ενώ το 2015 άγγιξε τα 72 έτη.

Διάγραμμα 1.4: Παγκόσμιος δείκτης προσδόκιμου ορίου ζωής για τα έτη 1950-2015



Πηγή: Our World In Data

Έχοντας δώσει τον συγκεκριμένο ορισμό στο προσδόκιμο όριο ζωής, μπορούμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες από τους οποίους αυτό επηρεάζεται. Αρχικά βλέπουμε ότι εξαρτάται από την οικονομική ευμάρεια της χώρας, η οποία με τη σειρά της φέρνει ανάπτυξη σε όλους τους τομείς και σε αυτόν της υγείας με σκοπό την καταπολέμηση της θνησιμότητας. Μεγάλο ρόλο σε παγκόσμιο επίπεδο έχει διαδραματίσει η ανάπτυξη στον τομέα των ερευνών και καινοτομιών που επέφεραν την κατάλληλη τεχνογνωσία να αντιμετωπιστούν καταστάσεις υγείας όπως οι ιοί HIV/AIDS και η ελονοσία, μειώνοντας σημαντικά τη θνησιμότητα. (Preston κ.ά. 1989)

Ειδικότερα οι παράγοντες που αφορούν την δημόσια υγεία σε πολλές εκφάνσεις, όπως η εύκολη προσβασιμότητα στην ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, η ασφάλεια στις δημόσιες μετακινήσεις, τα μέτρα για το δημόσιο κάπνισμα και άλλα, καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το προσδόκιμο όριο ζωής της εκάστοτε χώρας. Φυσικά, μεγάλο ρόλο παίζει και το προφίλ της κάθε χώρας, με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της καθώς και ειδικές συνθήκες όπως καταστροφικά φυσικά φαινόμενα, πόλεμοι κλπ.

Έχοντας αναλύσει το φαινόμενο της παγκόσμιας υπογεννητικότητας και της αύξησης του προσδόκιμου ζωής μπορούμε να πούμε ότι αυτά τα δύο φαινόμενα, όταν συμβαίνουν ταυτόχρονα, αποτελούν ένα εκρηκτικό μίγμα. Από τη μία, τα συστηματικά χαμηλά ποσοστά γεννήσεων και από την άλλη το υψηλότερο προσδόκιμο ζωής μετασχηματίζουν με έντονους ρυθμούς τη σύνθεση της ηλικιακής πυραμίδας.

Το φαινόμενο αυτό υφίσταται παγκόσμια καθώς, όπως είδαμε ο δείκτης γεννητικότητας και το προσδόκιμο ζωής, μειώνεται και αυξάνεται αντίστοιχα, σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά όπως είναι φυσικό σε κάθε χώρα με διαφορετικό ρυθμό. Θα λέγαμε επομένως πως «ο παγκόσμιος πληθυσμός γηράσκει».

1.2 ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ

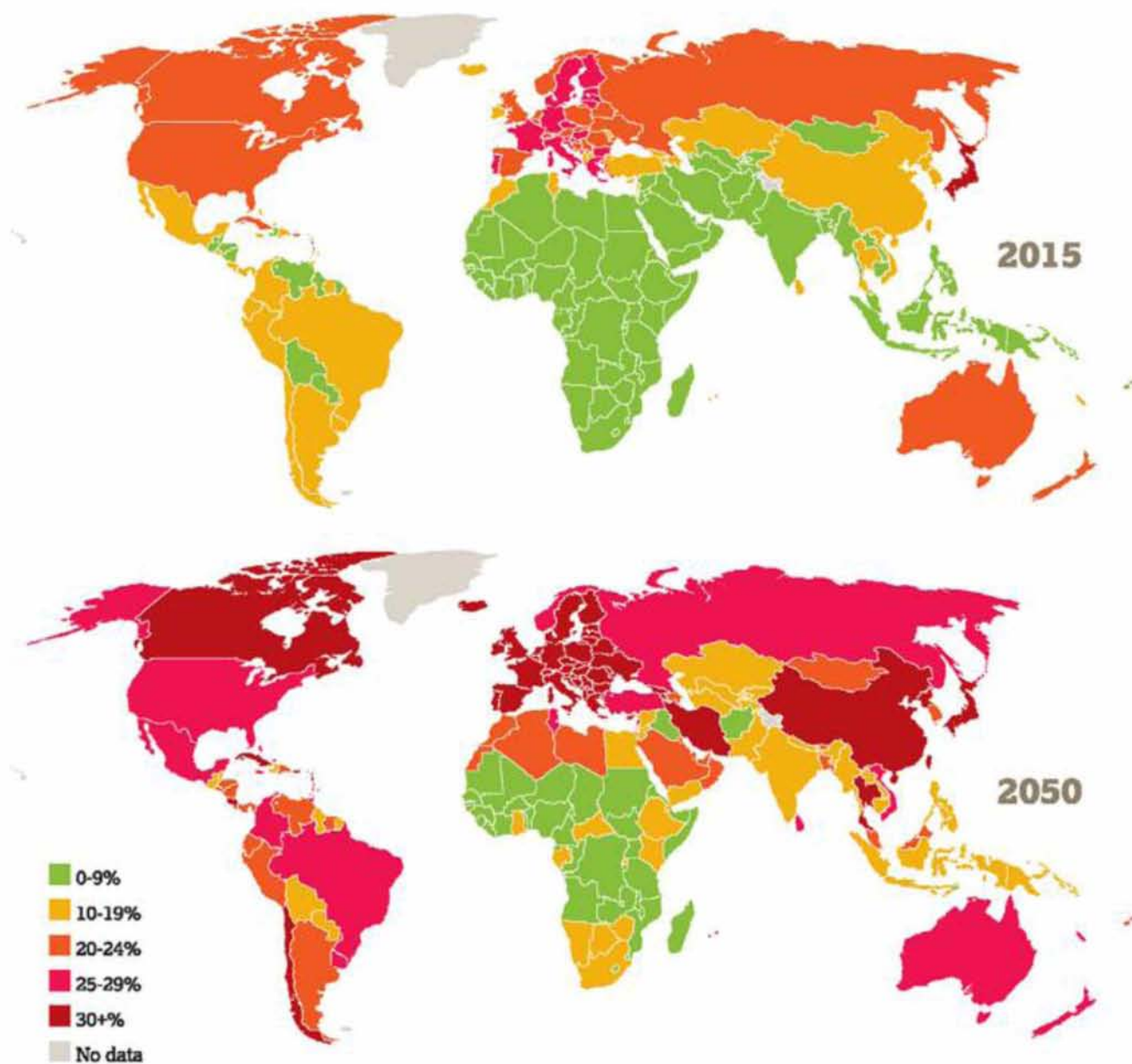
Στην παρούσα εργασία γίνεται λόγος για την δημογραφική (η πληθυσμιακή) γήρανση του πληθυσμού η οποία δεν πρέπει να συγχέεται με την αύξηση του αριθμού των ηλικιωμένων που μπορεί να οφείλεται στην γενικότερη αύξηση του συνολικού πληθυσμού. Με τον όρο δημογραφική γήρανση του πληθυσμού αναφερόμαστε στην γήρανση η οποία επιφέρει αύξηση του ειδικού βάρους ή αλλιώς της αναλογίας των ηλικιωμένων στον συνολικό πληθυσμό (Gavrilov και Heuveline 2003).

Στους χάρτες 1.3 και 1.4 φαίνεται σε παγκόσμιο επίπεδο η αναλογία των ηλικιωμένων ατόμων ανά χώρα ως προς τον συνολικό πληθυσμό της, κατά το έτος 2015 και η πρόβλεψη για το 2050, με τα δεδομένα της σημερινής εξέλιξης. Παρατηρούμε ότι το έτος 2015 η Βόρεια Αμερική, η Ωκεανία και η Ρωσία είχαν ποσοστά αναλογίας 20-24% ηλικιωμένων ως προς τον συνολικό πληθυσμό και ήταν τα υψηλότερα. Η νότια Αμερική, η Αφρική και η Ασία κυμαίνονται σε ποσοστά που αγγίζουν μέχρι και το 19% της αναλογίας. Ένα μεγάλο ποσοστό της Ευρώπης αγγίζει τα μεγαλύτερα ποσοστά παγκόσμια, της τάξεως 25-29%.

Τα αντίστοιχα ποσοστά για την πρόβλεψη του έτους 2050 είναι σαφώς αυξημένα και σε πολλές περιπτώσεις μεγαλύτερα του 30%. Η Ευρώπη πιο συγκεκριμένα, διακρίνεται καθολικά από αυτό το αυξημένο ποσοστό αναλογίας ηλικιωμένων ως προς τον συνολικό πληθυσμό, κάτι που δικαιολογείται από το γεγονός ότι είναι η μόνη ήπειρος της οποίας ο πληθυσμός θα αρχίσει σταδιακά να μειώνεται.

Να σημειωθεί ότι στο συγκεκριμένο χάρτη η μελέτη έχει εντάξει στην ομάδα ηλικιωμένων τα άτομα από 60 ετών και πάνω, αφού όπως θα αναλυθεί και παρακάτω η χρονολογική οριοθέτηση της ομάδας των ηλικιωμένων διαφέρει από χώρα σε χώρα.

Χάρτες 1.3 & 1.4: Παγκόσμιοι χάρτες ηλικιακής κατανομής για τα έτη 2015 και 2050(πρόβλεψη)



Πηγή: UNDESA Population Division, World Population Prospects

Με μια πιο στοχευόμενη προς την Ευρώπη ανάλυση, ενδιαφέρον παρουσιάζει η μεταβολή της παραδοσιακής ηλικιακής πυραμίδας που παρουσιάζει γραφικά την ηλικιακή σύνθεση του πληθυσμού. Όπως χαρακτηριστικά φαίνεται και στα διαγράμματα τάδε που απεικονίζουν την ηλικιακή σύνθεση του πληθυσμού κατά τα έτη 1950 και 2017, με την αύξηση της αναλογίας του ηλικιωμένου πληθυσμού η πυραμιδοειδής μορφή εξαφανίζεται και μετατρέπεται σε σχήμα μανιταριού (mushroom shape).

Διαγράμματα 1.5 & 1.6: Μεταβολή της ηλικιακής κατανομής για τα έτη 1950 και 2017



Πηγή: Population Pyramid

Αναφορικά με άλλες πληθυσμιακά δυναμικές χώρες, η Ιαπωνία θα είναι η πρώτη χώρα που θα μειωθούν σταδιακά οι ηλικιωμένοι καθώς η ηλικιακή ομάδα 50-65, οι μελλοντικοί εκπρόσωποι της τρίτης ηλικίας είναι ήδη μειωμένοι στην αναλογία του πληθυσμού. Δεν συμβαίνει το ίδιο με την Κίνα η οποία προβλέπεται το 2050 να έχει τα 2/3 της αναμενόμενης παγκόσμιας αύξησης των ηλικιωμένων (Alén κ.ά. 2012).

Η ΗΠΑ, και γενικότερα οι χώρες της Βόρειας Ευρώπης διαχειρίζονται καλύτερα τα δημογραφικά τους ζητήματα, με τους ηλικιωμένους να αυξάνονται με σταθερό ρυθμό χωρίς να αλλάζουν την αναλογία τους αφού αυξάνεται και συνολικός πληθυσμός.

Τέλος, δύο χώρες στις οποίες ο πληθυσμός θα μειωθεί ριζικά αλλά θα αυξηθεί έντονα ο αριθμός των ηλικιωμένων, αποτελούν αυτές της Ουκρανίας και της Ρωσίας.

1.3 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Η διαδικασία της γήρανσης είναι μια βιολογική διεργασία που έχει τη δική της δυναμική η οποία είναι σε μεγάλο βαθμό πέρα από τον ανθρώπινο έλεγχο. Ενώ η γήρανση δεν συμβαίνει χρονολογικά μια συγκεκριμένη στιγμή, οι κοινωνίες έχουν θεσπίσει χρονολογικά όρια ένταξης του ατόμου στο πέρασμα της τρίτης ηλικίας, για διευκόλυνση ορισμένων διαδικασιών. Για παράδειγμα στις αρχές του 20^{ου} αιώνα η ηλικία των 55 ετών ήταν το χρονικό ορόσημο της έναρξης της τρίτης ηλικίας και δεν είναι τυχαίο ότι παράλληλα ήταν η ηλικία κατά την οποία το τραπεζικό σύστημα σταματούσε να δίνει δάνεια χωρίς τριτεγγυητή.

Στη σύγχρονη εποχή και στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες, η ηλικία των 65 ετών, που συμπίπτει με την ηλικία συνταξιοδότησης, θεωρείται ως η χρονολογική είσοδος στην Τρίτη ηλικία. Ωστόσο, ακόμη και σήμερα υπάρχει διαφοροποίηση στην χρονολογική οριοθέτηση της τρίτης ηλικίας με φορείς, μελετητές-ερευνητές και επαγγελματίες να θεσπίζουν όρια τα οποία κυμαίνονται από τα 50 έως και τα 65 έτη ανάλογα με τους παράγοντες που λαμβάνουν υπ' όψιν τους στη δική τους ανάλυση.

Όπως είναι φυσικό, το χρονολογικό πέρασμα στην Τρίτη ηλικία γίνεται κατ' εξοχήν για διαδικαστικούς λόγους γραφειοκρατίας, οργάνωσης των κοινωνιών, εξαγωγής έγκυρων και στατιστικών δεδομένων κ.ά. (Alén κ.ά. 2017) ενώ το κάθε άτομο αποτελεί μια ξεχωριστή οντότητα και το πραγματικό γήρας του καθορίζεται και επηρεάζεται από παράγοντες τόσο περιβαλλοντικούς όσο και ατομικούς.

Στους περιβαλλοντικούς παράγοντες θα μπορούσαν να ενταχθούν η οικονομία του κράτους, η ποιότητα του δομημένου περιβάλλοντος και του συστήματος περίθαλψης, το επίπεδο της ανάπτυξης της χώρας, η εξέλιξη της τεχνολογίας, ενώ στα ατομικά χαρακτηριστικά την κατάσταση της υγείας του ατόμου, το επάγγελμά του, το φύλο κ.ά.

Κατατοπιστική στον τομέα αυτό, είναι η μελέτη του Hayflick σύμφωνα με την οποία οι βασικοί παράγοντες που ασκούν καθοριστική επίδραση στη διαδικασία της γήρανσης είναι οι εξής: Η κληρονομικότητα, το κοινωνικό και οικογενειακό περιβάλλον, η κοινωνική προσαρμογή και η συμπεριφορά, η ψυχοσύνθεση του ατόμου και η υγιεινή διαβίωση (Hayflick 1994)

Συμπεραίνουμε επομένως ότι η γήρανση του ατόμου και η μετάβαση στην ώριμη ηλικία εξαρτάται και επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες και όπως υποστηρίζουν

επιστήμονες που ασχολούνται με τη φυσιολογία και τη βιολογία, δεν μπορεί να υφίσταται μια και μόνο θεωρία που να ερμηνεύει καθολικά το φαινόμενο της γήρανσης (Δαρδαβέσης 1999).

Παρά την ανάγκη για χρονολογική οριοθέτηση όπως είδαμε παραπάνω, περισσότερο διευκρινιστικός και ουσιαστικός για την αντικειμενικότερη μετάβαση στην ώριμη ηλικία, είναι ο όρος της αντιλαμβανόμενης ηλικίας. Η αντιλαμβανόμενη ηλικία, είναι περισσότερο η ψυχολογική ηλικία του ατόμου, και επηρεάζεται από παράγοντες όπως, η ηλικία που δηλώνει το άτομο πως νιώθει, η ηλικία που κατατάσσει τον εαυτό του με βάση την εμφάνισή του, την καθημερινή του συμπεριφορά και δραστηριότητα, τις καταναλωτικές του συνήθειες κ.ά. (Barak κ.ά. 2001, Szmigin και Carrigan 2001) Επομένως, πέρα από τις δημογραφικές ανάγκες κατάταξης της τρίτης ηλικίας σε συγκεκριμένο χρονικό εύρος, όσον αφορά τη συμπεριφορά, τις συνήθειες και τη δραστηριότητα των ηλικιωμένων, όπως άλλωστε και τη ταξιδιωτική τους συμπεριφορά, σύμφωνα με τις έρευνες οι ηλικιωμένοι λειτουργούν περισσότερο με την αντιλαμβανόμενη ηλικία τους παρά με την πραγματική. (Clark et al 1999). Επομένως, στο επίπεδο της μελέτης της ώριμης ηλικίας στον τομέα της ψυχολογίας της συμπεριφοράς, των καταναλωτικών συνηθειών, και του τουρισμού ουσιαστικότερος ηλικιακός δείκτης είναι αυτός της αντιλαμβανόμενης ηλικίας.

Χαρακτηριστικά της τρίτης ηλικίας

Όπως κάθε ομάδα πληθυσμού, έτσι και οι ηλικιωμένοι διαθέτουν τα ιδιαίτερα γνωρίσματά τους. Το κοινωνικό σύστημα είναι έτσι δομημένο ώστε να επικρατεί μια αρνητική χροιά στο άκουσμα της λέξης «ηλικιωμένος» και συνειρμικά αλλά και εσφαλμένα να έρχονται στο νου μόνο τα αρνητικά χαρακτηριστικά.

Στην Τρίτη ηλικία, ο κάθε άνθρωπος σε ατομικό επίπεδο βρίσκεται στο απόγειο των γνώσεων των εμπειριών και των βιωμάτων που του έχει δώσει η ζωή. Οι ηλικιωμένοι είναι σε θέση, να δώσουν συμβουλές, να καθοδηγήσουν και να διαδραματίσουν το ρόλο του δασκάλου για τις νεότερες γενιές. Επιπλέον, έχοντας πλέον συνταξιοδοτηθεί, διαθέτουν πλούσιο ελεύθερο χρόνο, τον οποίο μπορούν να προσφέρουν ποιοτικά τόσο για προσωπική τους ευχαρίστηση όσο και για παροχή βοήθειας προς τους εργαζόμενους της οικογένειας. Επίσης, δεν είναι λίγες οι φορές που προσφέρουν οικονομική στήριξη προς τα νεότερα μέλη της οικογένειάς τους.

Από την άλλη, αναγνωρίζεται σε αυτούς μια βιολογική γήρανση του σώματος με σταδιακή εξασθένιση των δυνάμεων και των αντανακλαστικών, καθώς και μια ψυχολογική κούραση, τάση απομόνωσης, αίσθηση ότι δεν προσφέρουν στην κοινωνία, αίσθηση παραγκωνισμού, φόβο για ασθένεια ή ακόμη και το θάνατο.

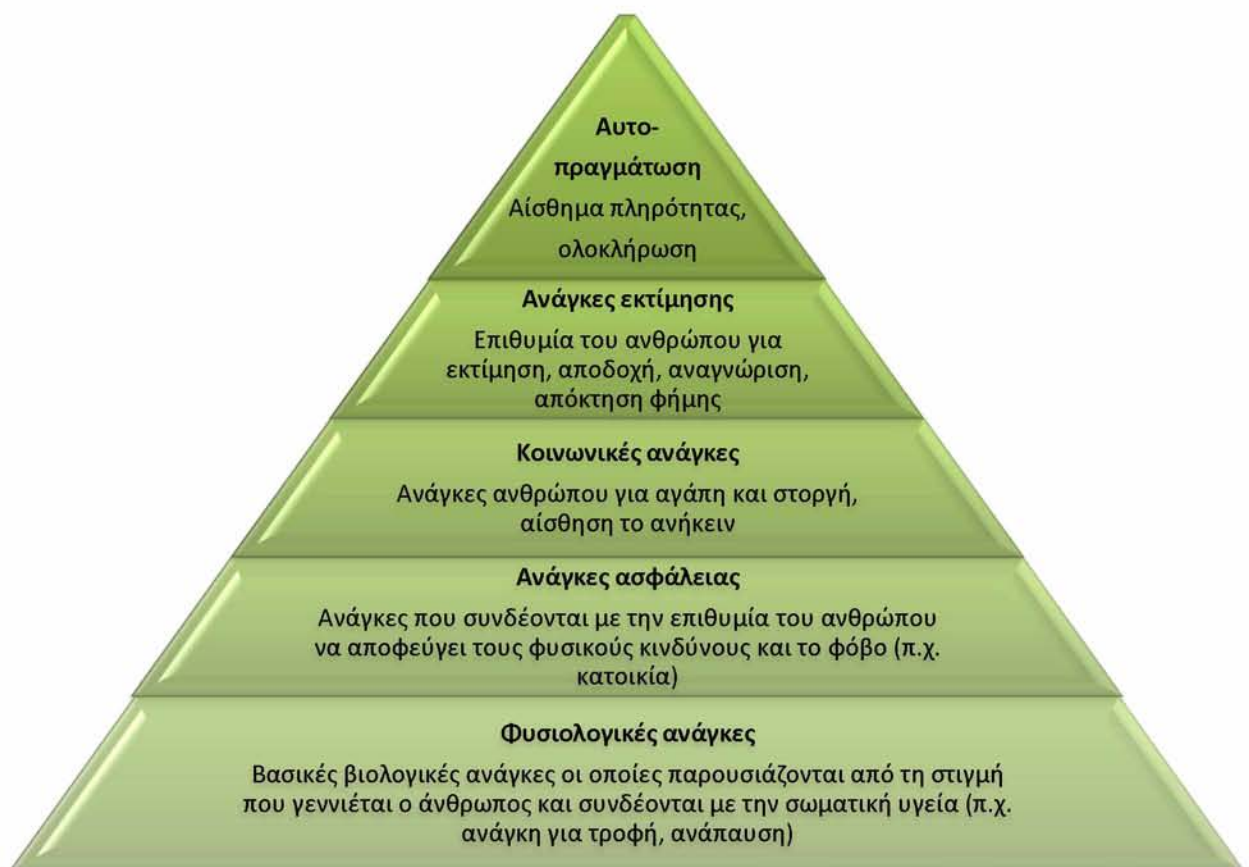
Όπως σε κάθε ομάδα ανθρώπων, έτσι και στους ηλικιωμένους, η κοινωνία κάθε φορά έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει ή όχι τα θετικά χαρακτηριστικά τους, δίνοντας κίνητρα ώστε να προωθηθεί, η ενεργός συμμετοχή των ηλικιωμένων στα κοινά, η διευκόλυνση της καθημερινότητας τους, η παροχή ολοκληρωμένου συστήματος περίθαλψης, η οικονομική στήριξή τους. Με αυτό τον τρόπο οι ηλικιωμένοι θα παραμένουν ενεργά και δραστήρια κύτταρα της κοινωνίας, εξαλείφοντας ή καθυστερώντας την εμφάνιση των αρνητικών χαρακτηριστικών του γήρατος με θετικές επιπτώσεις τόσο για την κοινωνία όσο και για τους ίδιους (Pervin κ.ά. 2001).

1.4 ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Οι ανάγκες της τρίτης ηλικίας, δεν έχουν σημαντικές διαφορές με τις ανάγκες όλων των ανθρώπων, ενώ αυτό που ίσως διαφέρει είναι ο τρόπος ικανοποίησής τους. Σημαντικός οδηγός στην κατανόηση των αναγκών των ηλικιωμένων αποτελεί η πυραμίδα των ανθρώπινων αναγκών του Maslow.

Η πυραμίδα του Maslow αναπτύσσεται ως εξής:

Σχήμα 1.1: Η πυραμίδα των αναγκών του Maslow



Πηγή: Maslow (1954), ίδια επεξεργασία

- στη βάση της βρίσκονται οι βασικές πρωτογενείς ανάγκες, που συνδέονται με την επιβίωση του ατόμου, όπως η αναπνοή, η διατροφή και η υγεία. Αυτές είναι οι φυσιολογικές ανάγκες, που όπως όλοι οι άνθρωποι έτσι και οι ηλικιωμένοι χρειάζεται να ικανοποιούν πρωταρχικά, για να μπορέσουν να περάσουν σε επόμενα επίπεδα ικανοποίησης.

- Ακολουθεί ο τομέας της ασφάλειας, όπου ο Maslow υποστηρίζει ότι ο άνθρωπος έχει την ανάγκη να αισθάνεται ασφαλής έχοντας ένα σπίτι, μια δουλειά, ασφάλιση και σύνταξη.
- Οι επόμενες ανάγκες είναι οι ανάγκες της κοινωνικής αποδοχής, της αγάπης και του ανήκειν. Ο άνθρωπος έχει την ανάγκη να έχει φίλους, να αισθάνεται αποδεκτός και να ανήκει σε μια ομάδα.
- Στη συνέχεια έρχονται οι ανάγκες της αυτοεκτίμησης. Σύμφωνα με αυτές, ο άνθρωπος έχει την ανάγκη να έχει τις δικές του απόψεις και πεποιθήσεις, να στηρίζεται και να πιστεύει στον εαυτό του και, έτσι, να βιώνει ικανοποίηση μέσα από τον σεβασμό του εαυτού, τη γνώση, την επιρροή, την ανεξαρτησία, την ελευθερία. Να είναι δηλαδή ο κύριος του εαυτού του και να τον ορίζει με πίστη, δύναμη και σεβασμό στον ίδιο και στους άλλους.
- Τέλος, στην κορυφή της πυραμίδας βρίσκονται οι ανάγκες της αυτοπραγμάτωσης, δηλαδή η αξιοποίηση των εσωτερικών ικανοτήτων, η δημιουργικότητα και η αίσθηση πληρότητας. Πρόκειται για την ανώτερη κατηγορία αναγκών και ουσιαστικά αναφέρεται στην ανάγκη του ατόμου να γίνει αυτό που ο ίδιος ονειρεύεται.

Το αίσθημα του ανήκειν που ακολουθεί, εφόσον είναι καλυμμένες οι προηγούμενες ανάγκες επιβίωσης, αποτελεί κεντρικής σημασίας ανάγκη στην τρίτη ηλικία. Εφόσον ικανοποιείται αυτή η ομάδα αναγκών ο ηλικιωμένος δεν νιώθει παρείσακτος ή απομονωμένος και αυτό είναι σημαντικό για την ψυχολογική υγεία του. Νέες δραστηριότητες και σύλλογοι μπορούν να βοηθήσουν προς αυτήν την κατεύθυνση και να εκφραστεί και μέσα από οργανωμένες εκδρομές είτε θρησκευτικού τουρισμού, είτε αναψυχής, όπου συχνά άτομα όμοιας ηλικίας και ενδιαφερόντων έχουν τη δυνατότητα να δικτυωθούν και να κοινωνικοποιηθούν (Maslow 1954).

Η ομάδα των αναγκών της αυτοεκτίμησης είναι επίσης σημαντική για τον ηλικιωμένο. Οι γνώσεις και η σοφία της ζωής, που χαρακτηρίζει συχνά τα άτομα στην τρίτη ηλικία, μπορούν να αποτελέσουν τους λόγους, για τους οποίους το άτομο θα συνεχίσει να βιώνει το αίσθημα ότι έχει καταφέρει να κερδίσει το σεβασμό, την εκτίμηση και την καλή φήμη στο κοινωνικό του περιβάλλον.

Στην κορυφή της πυραμίδας βρίσκεται η αυτοπραγμάτωση και είναι εξίσου σημαντική για την πληρότητα του ανθρώπου. Ο ηλικιωμένος, έχοντας ζήσει τα περισσότερα χρόνια

της ζωής του, έχει την ανάγκη κάνοντας αναδρομή, να αισθάνεται πλήρης και ότι με τις πράξεις του και τα λόγια του, έχει καθαρή συνείδηση, όμορφες αναμνήσεις και πρόσφορο έδαφος για τους απογόνους του. Σημαντικό ρόλο στην αίσθηση πληρότητας και ολοκλήρωσης στην τρίτη ηλικία παίζει και η δημιουργικότητα. Η αίσθηση πληρότητας, δηλαδή το να αισθάνεσαι «πιο γεμάτος» και «πιο ολοκληρωμένος», συχνά συνδέεται με το πόσο δημιουργικός έχεις τη δυνατότητα να γίνεις και να απολαύσεις τα οφέλη αυτού. Η Τρίτη ηλικία είναι μια ηλικία με πολύ ελεύθερο χρόνο, ο οποίος θα μπορούσε να αξιοποιηθεί ποιοτικά για την δημιουργικότητα του ατόμου συμβάλλοντας στο τελικό αίσθημα της αυτοολοκλήρωσης (Hawkins κ.ά. 2004).

Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα στην ικανοποίηση των αναγκών τόσο του ανθρώπου γενικότερα, όσο και του ηλικιωμένου ειδικότερα. Σύμφωνα με την πυραμίδα των αναγκών του Maslow ο τουρισμός δύναται να ικανοποιήσει ανάγκες που ανήκουν στις κατηγορίες του ανήκειν και της αυτοολοκλήρωσης. Η γνωριμία με νέους τόπους και η επαφή με καινούρια άτομα, προσδίδει στον ηλικιωμένο, κοινωνική επαφή, δημιουργικότητα, αναμνήσεις, νέες γνώσεις και εμπειρίες.

Ο ελεύθερος χρόνος έχει θετική επίδραση στη ζωή των ηλικιωμένων, με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των ηλικιωμένων να ικανοποιούνται μέσω αυτού. Ο επιλογή του κατάλληλου τρόπου αναψυχής μπορεί να βοηθήσει τη φυσική και νοητική ικανότητα των ηλικιωμένων, οδηγώντας σε μεγαλύτερη ικανοποίηση από τη ζωή, και τα ταξίδια μπορούν να προσδώσουν μια πλούσια εμπειρία στη ζωή των ηλικιωμένων. Τα οφέλη από τα ταξίδια για ηλικιωμένους περιλαμβάνουν την θετική αλλαγή στην καθημερινή ζωή, καθώς και μια ευκαιρία να αποκτήσουν νέες εμπειρίες και αναμνήσεις. Το ταξίδι που πραγματοποιείται για λόγους ευχαρίστησης έχει αποδειχθεί ότι είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει θετικά την ποιότητα ζωής των ηλικιωμένων. Αν και στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες έχει διερευνηθεί η σχέση μεταξύ ποιότητας ζωής και τουρισμού για ηλικιωμένους, το θέμα δεν έχει εξεταστεί εκτενώς (Batra 2009)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 ΣΗΜΑΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Οι ανθρώπινες ανάγκες και τα δεδομένα μεταβάλλονται συνεχώς στην πάροδο του χρόνου. Η εξέλιξη της τεχνολογίας, η πρόοδος της επιστήμης και των καινοτομιών, η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης προξενούν αλλαγές στην καθημερινότητα του ανθρώπου. Πάνω στα νέα δεδομένα, που δημιουργούνται κάθε φορά, αποτελεί αναγκαιότητα η «επικαιροποίηση» των τομέων που επηρεάζονται. Ανεπηρέαστος σε αυτές τις αλλαγές δεν θα μπορούσε να μείνει και ο κλάδος του τουρισμού, αφού εξυπηρετεί ανθρώπινες ανάγκες, όπως αυτές της αναψυχής, της διασκέδασης, της αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου κ.ά.

Τα τελευταία χρόνια, η μελέτη του τουρισμού Τρίτης ηλικίας έχει εξελιχθεί σε σημαντικό τομέα ενδιαφέροντος λόγω του μεγέθους της αγοράς και των δυνατοτήτων ανάπτυξής της (Horneman κ.ά. 2002). Οι ηλικιωμένοι ή ώριμοι ταξιδιώτες είναι ήδη σημαντικοί για την τουριστική βιομηχανία και θα αποκτήσουν μεγαλύτερη σημασία καθώς το δείγμα μεγαλώνει σε μέγεθος και πλούτο (Batra 2009).

Ανάμεσα στους λόγους που ο τομέας του τουρισμού κρίνεται αναγκαίο να στραφεί προς την προώθηση του τουρισμού της τρίτης ηλικίας είναι και αυτοί που αναλύονται παρακάτω. Αρχικά, όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, υπάρχει μια δυναμική τάση αύξησης των ατόμων της τρίτης ηλικίας. Επομένως αυξάνεται αναλογικά και το ποσοστό των ατόμων της τρίτης ηλικίας που πραγματοποιούν ταξίδια (Sniadek 2006).

Επιπλέον, τα άτομα της τρίτης ηλικίας διαθέτουν τον περισσότερο ελεύθερο χρόνο από κάθε άλλη ηλικιακή ομάδα. Μέρος του ελεύθερου αυτού χρόνου μπορεί να διατεθεί και στα ταξίδια, αφού όπως είδαμε στην πυραμίδα των αναγκών του Maslow έχουν θετικές επιδράσεις στα άτομα της τρίτης ηλικίας.

Ακόμη, η τρίτη ηλικία, βρίσκεται σε μια από τις καλύτερες οικονομικές φάσεις της ζωής του ανθρώπου, με ικανή αγοραστική δύναμη. Ένας τουρίστας τρίτης ηλικίας είναι πιο κερδοφόρος για την τουριστική βιομηχανία από ένα τουρίστα οποιασδήποτε άλλης ηλικιακής ομάδας. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την καλή κατάσταση υγείας που έχουν πλέον οι ηλικιωμένοι λόγω της προόδου των επιστημών της υγείας, τους ωθεί να ταξιδεύουν πιο συχνά και για περισσότερα έτη στη ζωή τους.

Ένας άλλο φαινόμενο που επηρεάζει θετικά την τουριστική τάση των ηλικιωμένων, αποτελεί το γεγονός ότι αυτή τη στιγμή στην ομάδα της τρίτης ηλικίας βρίσκεται η γενιά των baby-boomers. Η συγκεκριμένη κατηγορία ανθρώπων, αποτελούν τη γενιά της αμφισβήτησης, ξεφεύγουν από τα παραδοσιακά πρότυπα των παλαιότερων γενεών, είναι πιο απελευθερωμένοι και εναλλακτικοί και βάζουν ως προτεραιότητα ζωής τη μόρφωση, τη διασκέδαση και την ψυχαγωγία. Με βάση τα παραπάνω, όσοι βρίσκονται στη γενιά των baby-boomers είναι πιο πιθανό να πραγματοποιήσουν περισσότερα ταξίδια προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους (Sniadek 2006).

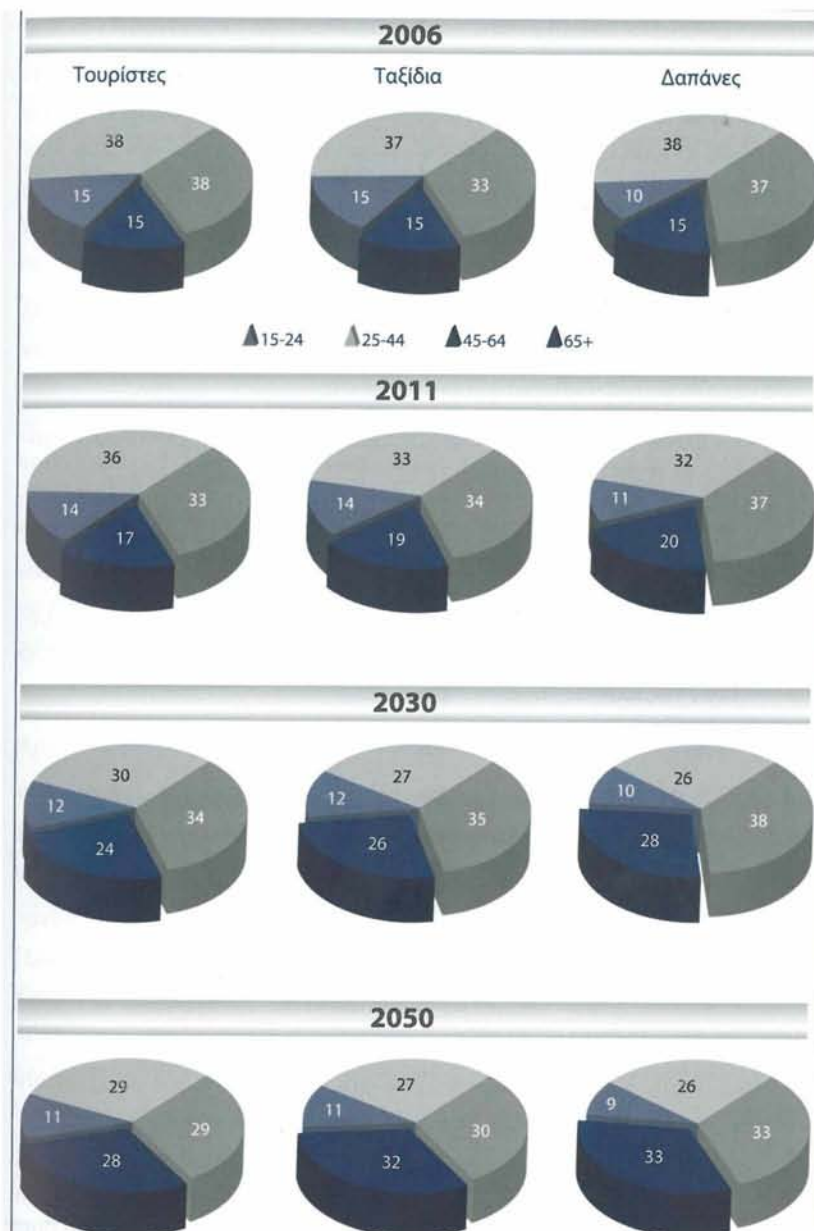
Ένας ακόμη θετικός παράγοντας ώστε η τουριστική βιομηχανία να στραφεί στην στόχευση της ομάδας της τρίτης ηλικίας, αποτελεί η καταπολέμηση του δυσχερούς φαινομένου της εποχικότητας του τουρισμού. Οι ηλικιωμένοι, αναζητώντας διακοπές χωρίς συνωστισμό, αλλά με ηρεμία καθώς και με ένα καλό και ισορροπημένο καιρό, αποφασίζουν τις περισσότερες φορές να πραγματοποιήσουν τα ταξίδια τους, εκτός των σεζόν υψηλής ζήτησης όπως το καλοκαίρι, στρεφόμενοι προς τις περιόδους της άνοιξης και του φθινοπώρου.

Παρατηρούμε επομένως ότι υπάρχουν πολλοί λόγοι για να επιθυμούν οι φορείς προώθησης του τουρισμού να στοχεύσουν προς την ομάδα της τρίτης ηλικίας. Τόσο η ποσοτική αύξηση της ομάδας αυτής, όσο και η ποιότητα που αναζητούν στην επιλογή του τουριστικού προϊόντος, καθιστούν σαφές ότι αποτελούν μια «έξυπνη» επιλογή ως ομάδα-στόχο με πολλαπλά οφέλη για τον τομέα του τουρισμού, που δεν θα πρέπει να αφήνει αδιάφορο το τμήμα του marketing.

2.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Όπως αναλύθηκε παραπάνω, ο πληθυσμός της τρίτης ηλικίας αυξάνεται, είναι πιο υγιής και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, και θέτει ως βασική προτεραιότητα την αναζωογόνηση και την ψυχαγωγία του. Ένα αποτέλεσμα αυτών, αποτελεί η αύξηση του ποσοστού του τουρισμού τρίτης ηλικίας τόσο σε παγκόσμιο, όσο σε ευρωπαϊκό και ελληνικό επίπεδο.

Διάγραμμα 2.1: Τουριστικά μεγέθη ανά ηλικιακά μεγέθη στην Ευρώπη



Πηγή: Ρεπρές (2013)

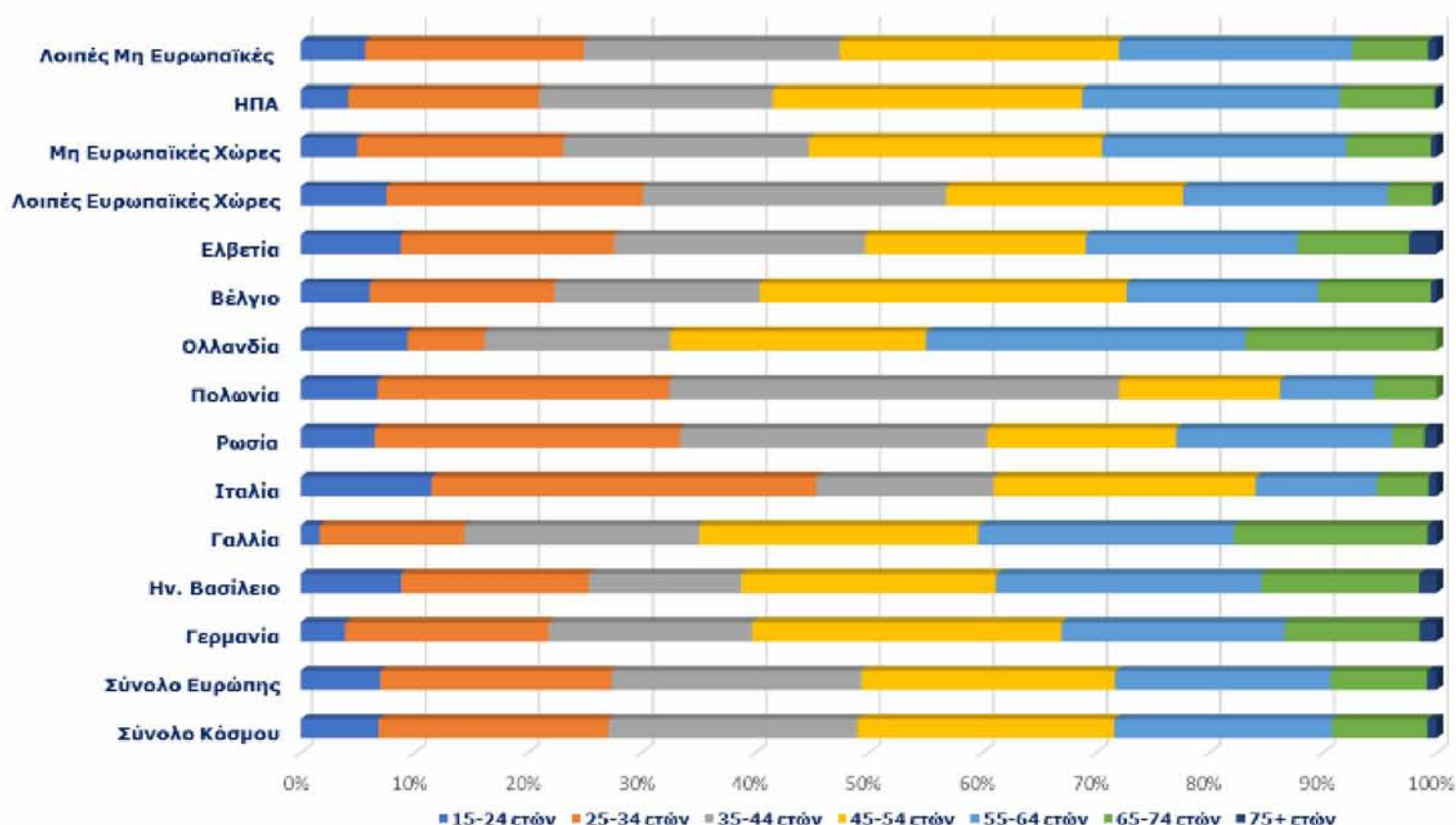
Στο διάγραμμα 2.1, φαίνονται τα μερίδια στην ευρωπαϊκή τουριστική αγορά ανά ηλικιακή ομάδα που αφορούν τον αριθμό των τουριστών, τον αριθμό των ταξιδιών που πραγματοποίησαν καθώς και τις δαπάνες που έκαναν κατά την παραμονή τους. Τα διαγράμματα αφορούν στατιστικές μετρήσεις για τα έτη 2006 και 2011 καθώς και προβλέψεις για τα έτη 2030 και 2050 σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των σημερινών δεδομένων.

Το μερίδιο του αριθμού των τουριστών που ταξίδεψαν στην Ευρώπη ηλικίας άνω των 65 ετών στο χρονικό διάστημα 5 ετών (2006-2011), αυξήθηκε κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες φτάνοντας το ποσοστό του 17%. Παράλληλα το μερίδιο του αριθμού ταξιδιών της ίδιας ηλικιακής ομάδας αυξήθηκε κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες φτάνοντας στο 19% της τουριστικής αγοράς. Συγχρόνως αυξήθηκαν και οι τουριστικές δαπάνες των ηλικιωμένων άνω των 65 ετών σε ένα ποσοστό 5% με αποτέλεσμα να φτάσει το 20% της συνολικής τουριστικής δαπάνης (Περρές 2013).

Στο συγκεκριμένο σημείο αξίζει να αναφερθεί και να τονιστεί ότι η αύξηση του αριθμού των ηλικιωμένων τουριστών δεν είναι αναλογική με την αύξηση των δαπανών, καθώς η δεύτερη αυξάνεται σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό. Αυτό σημαίνει ότι οι ηλικιωμένοι αποτελούν μια σημαντική αγοραστική τουριστική δύναμη και μια κερδοφόρα πηγή για τους φορείς του τουρισμού με την προϋπόθεση ότι αξιοποιούν σωστά την κατάσταση.

Μελλοντικά, τα μερίδια των ηλικιωμένων θα αυξηθούν ακόμη περισσότερο σύμφωνα με τα σημερινά δεδομένα. Πιο συγκεκριμένα προβλέπεται ότι το 2050 οι τουρίστες άνω των 65 ετών θα αποτελούν το 28% επί του συνόλου, ο αριθμός των ταξιδιών τους το 32 % επί του συνόλου ενώ τη σημαντικότερη αυξητική μεταβολή θα παρουσιάσουν και πάλι οι τουριστικές δαπάνες, αφού σχεδόν το 1/3 των συνολικών τουριστικών δαπανών των Ευρωπαίων θα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 65 ετών και άνω.

Διάγραμμα 2.2: Ηλικιακή διάθρωση εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού ανά χώρα προέλευσης το έτος 2016



Πηγή: INΣΕΤΕ 2018

Στο διάγραμμα 2.2 φαίνεται η ηλικιακή διάθρωση του εισερχόμενου ελληνικού τουρισμού ανά χώρα προέλευσης κατά το έτος 2016. Από το διάγραμμα συμπεραίνουμε ότι από τον παγκόσμιο εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα ένα ποσοστό σχεδόν 30% ανήκει στην Τρίτη ηλικία. Αντίστοιχο είναι το ποσοστό των ευρωπαϊκών εισροών στην Ελλάδα από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα. Επιπλέον διαπιστώνουμε ότι οι χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά εισερχόμενων εισροών τουριστών τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα αποτελούν κατά σειρά προτεραιότητας η Ολλανδία (54%), η Γαλλία (42%), το Ην. Βασίλειο (40%) και η Γερμανία (34%).

Πίνακας 2.1: Τουριστικά μεγέθη ανά ηλικιακά μεγέθη στην Ευρώπη

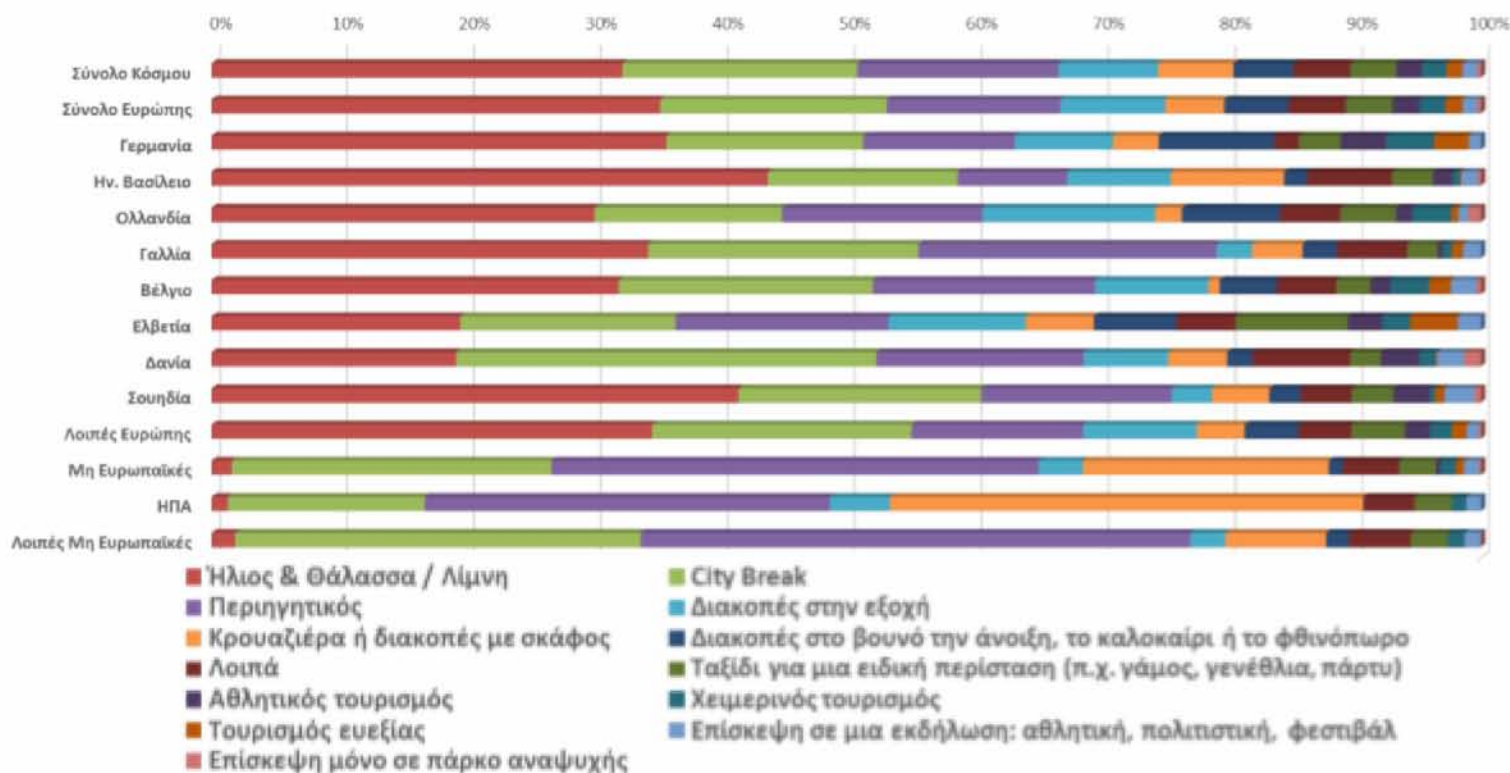
Βασικά Μεγέθη	Σύνολο Κόσμου	Σύνολο Ευρώπης	Γερμανία	Ην. Βασίλειο	Ολλανδία	Γαλλία	Μη Ευρωπαϊκές Χώρες	ΗΠΑ	Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές Χώρες
Αριθμός ταξιδιών (σε χιλ.)	1.713	1.593	336	404	114	238	120	59	61
% επί του συνόλου		93%	21%	25%	7%	15%	7%	49%	51%
Αριθμός διανυκτερεύσεων (σε χιλ.)	16.445	15.293	3.629	4.161	1.265	1.737	1.152	667	485
% επί του συνόλου		93%	24%	27%	8%	11%	7%	58%	42%
Δαπάνη (σε χιλ. €)	1.956.931	1.483.402	381.024	420.281	87.313	213.700	473.530	202.677	270.853
% επί του συνόλου		76%	26%	28%	6%	14%	24%	43%	57%

Πηγή: INSETE 2018

Ο πίνακας 2.1 δείχνει τον εισερχόμενο τουρισμό τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα το έτος 2016. Οι τουρίστες τρίτης ηλικίας με προορισμό την Ελλάδα πραγματοποίησαν 1,7 εκατ. ταξίδια, με 16,5 εκατ. διανυκτερεύσεις και σχεδόν 2 δισ. € δαπάνη.

Αναφορικά με τον τόπο προέλευσης, το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού (93%) προέρχεται από τις ευρωπαϊκές αγορές. Οι κυριότερες Ευρωπαϊκές αγορές της Ελλάδας για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας είναι το Ην. Βασίλειο, η Γερμανία και η Γαλλία ενώ στις μη Ευρωπαϊκές αγορές, η αγορά των ΗΠΑ αντιπροσωπεύει περίπου το 50% του εισερχόμενου τουρισμού.

Διάγραμμα 2.3: Προτιμήσεις τύπου διακοπών τρίτης ηλικίας ανά χώρα προέλευσης



Πηγή: INSETE 2018

Το τουριστικό προϊόν, σύμφωνα με το διάγραμμα 2.3, που προτίμησαν οι τουρίστες τρίτης ηλικίας που επισκέφθηκαν την Ευρώπη το 2016, διαφοροποιείται ανάλογα με τη χώρα προέλευσης. Οι Ευρωπαίοι επέλεξαν το πρότυπο διακοπών «Ηλιος & Θάλασσα» σε ποσοστό 35% και το «City Break» έρχεται δεύτερο στις προτιμήσεις τους με ποσοστό 18%. Αντίθετα, οι ηλικιωμένοι τουρίστες που προέρχονταν από μη Ευρωπαϊκές πόλεις προτίμησαν τον Περιηγητικό τουρισμό με ποσοστό 38% και δεύτερο το City Break με ποσοστό 25% ενώ αξιοσημείωτο για την ίδια ομάδα ηλικιωμένων είναι η σχεδόν μηδαμινή προτίμηση για διακοπές του προτύπου «Ηλιος και Θάλασσα» με ποσοστό μόλις 2%.

Όσον αφορά τις χώρες της Γερμανίας, του Ην. Βασιλείου και της Γαλλίας που συγκροτούν το μεγαλύτερο ποσοστό του τουρισμού τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα, αυτές δείχνουν προτίμηση στα πρότυπα διακοπών «Ηλιος & Θάλασσα» και «City Break», κάτι το οποίο ταιριάζει με τις παροχές του ελληνικού τουρισμού.

Πίνακας 2.2: Ποσοστά αφίξεων τουριστών 3^{ης} ηλικίας σε Ευρωπαϊκές χώρες ανά αγορά

Αγορές	Σύνολο Κόσμου	Σύνολο Ευρώπης	Γερμανία	Ην. Βασίλειο	Ολλανδία	Γαλλία	Βέλγιο	Ελβετία	Δανία	Σουηδία	Λοιπές Ευρώπης	Μη Ευρωπαϊκές	ΗΠΑ	Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές
Προορισμός	35.919	32.747	7.571	6.711	3.134	2.747	1.448	1.433	991	973	7.739	3.172	1.243	1.929
Ισπανία	23%	24%	22%	38%	19%	44%	17%	10%	20%	31%	11%	9%	9%	10%
Ιταλία	11%	11%	16%	9%	6%	11%	5%	18%	4%	9%	9%	17%	19%	16%
Γαλλία	11%	11%	6%	13%	15%	-	38%	20%	8%	6%	8%	13%	13%	12%
Γερμανία	10%	9%	-	4%	23%	5%	12%	22%	34%	17%	12%	13%	15%	12%
Αυστρία	8%	8%	21%	-	8%	4%	3%	15%	3%	3%	12%	5%	5%	5%
Τουρκία	5%	5%	7%	4%	4%	3%	3%	1%	4%	-	8%	4%	4%	5%
Ελλάδα	5%	5%	4%	6%	4%	9%	3%	3%	7%	6%	4%	4%	5%	3%
Ην. Βασίλειο	4%	3%	-	-	4%	5%	-	5%	3%	-	8%	17%	17%	17%
Πορτογαλία	4%	4%	-	7%	4%	11%	2%	-	-	4%	6%	4%	-	-
Ολλανδία	3%	3%	6%	-	-	-	11%	-	-	-	5%	5%	6%	4%
Κροατία	3%	3%	3%	-	-	-	-	1%	-	-	9%	2%	-	-
Βέλγιο	2%	2%	-	3%	8%	3%	-	-	-	-	1%	2%	-	-
Ιρλανδία	2%	2%	-	5%	-	-	-	-	-	-	3%	5%	9%	2%
Ελβετία	2%	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	-	-	-	-
Τσεχία	2%	1%	3%	-	-	-	-	-	-	-	3%	3%	-	-
Ουγγαρία	-	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Πολωνία	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Κύπρος	-	-	-	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Δανία	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6%	-	-	-	-
Νορβηγία	-	-	-	-	-	-	-	-	2%	6%	-	-	-	-
Φινλανδία	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-	-	-	-
Σουηδία	-	-	-	-	-	-	-	1%	7%	-	-	-	-	-
Λουξεμβούργο	-	-	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: INΣΕΤΕ 2018

Ο πίνακας 2.2 δείχνει τα ποσοστά επί του συνόλου του εισερχόμενου τουρισμού τρίτης ηλικίας που είχανε ευρωπαϊκές χώρες, τόσο από το σύνολο του κόσμου, όσο από το σύνολο της Ευρώπης αλλά και από συγκεκριμένες χώρες για το έτος 2016.

Η Ελλάδα αποτέλεσε τον 7^ο δημοφιλέστερο προορισμό τουρισμού τρίτης ηλικίας για την παγκόσμια αλλά και την Ευρωπαϊκή αγορά με μερίδιο αγοράς 5% και στις δύο περιπτώσεις. Επιπλέον αποτέλεσε τον 10^ο δημοφιλέστερο προορισμό για τις μη Ευρωπαϊκές αγορές με μερίδιο 4%.

Αναφορικά με τις επιμέρους Ευρωπαϊκές αγορές, συσχετίζοντας τα στοιχεία του πίνακα για τον τύπο διακοπών που προτιμούν οι ηλικιωμένοι ανάλογα με τη χώρα προέλευσης, παρατηρούμε ότι οι προορισμοί της Ισπανίας και της Ιταλίας, οι σημαντικότεροι Ευρωπαϊκοί προορισμοί για διακοπές τύπου «Ήλιος & Θάλασσα» βρίσκονται στις δύο πρώτες θέσεις ως οι δημοφιλέστεροι προορισμοί στη πλειονότητα των εξεταζόμενων αγορών. Συμπερασματικά, η δημοφιλία των προορισμών αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό το τουριστικό προϊόν. Επίσης, μεγάλο ποσοστό των τουριστών από τις εξεταζόμενες αγορές επισκέφθηκε γειτονικές χώρες.

2.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Τα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες τρίτης ηλικίας στην επιλογή των ταξιδιωτικών τους εμπειριών είναι άξια προς μελέτη αφού μας υποδεικνύουν σε μεγάλο βαθμό την ταξιδιωτική τους συμπεριφορά. Έχοντας γνώση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των τουριστών τρίτης ηλικίας, είναι δυνατό κατ' επέκταση, οι φορείς του τουρισμού να ικανοποιήσουν ουσιαστικότερα τις ανάγκες των πρώτων.

Μεγάλο τμήμα από τους τουρίστες τρίτης ηλικίας πραγματοποιούν ταξίδια προς αναζήτηση χαλάρωσης και ηρεμίας. Αντίθετα, υπάρχει μια ομάδα ατόμων που αναζητούν στα ταξίδια τους νέες εμπειρίες, με ήπιας μορφής περιπέτεια, που θα τους απαλλάξουν προσωρινά από τη ρουτίνα της καθημερινότητας. Ακόμη, υπάρχουν ηλικιωμένοι που παρακινούνται για τα ταξίδια τους από την επιθυμία τους να έρθουν σε επαφή με νέες κουλτούρες, γνωρίζοντας την πολιτιστική τους κληρονομιά. Μια ακόμη ομάδα ανθρώπων είναι αυτή που στα ταξίδια τους στοχεύουν στην κοινωνικοποίησή τους και στην γνωριμία νέων ατόμων, άτομα που συνήθως επιλέγουν ομαδικά οργανωμένα ταξίδια (Lee 2016).

Όπως παρατηρούμε, τα κίνητρα που ωθούν τους ηλικιωμένους να πραγματοποιήσουν τα ταξίδια τους, είναι ποικίλα και με έντονες διαφορές μεταξύ τους. Το γεγονός αυτό, έχει άμεση εξήγηση, αφού τα άτομα της τρίτης ηλικίας, όπως και κάθε άλλης ηλικίας, χαρακτηρίζονται από τα ιδιαίτερα γνωρίσματά τους, έχουν ξεχωριστή προσωπικότητα και τα κίνητρά τους δεν είναι ομογενοποιημένα. Πέρα από αυτό το λόγο της διαφοροποίησης, παράγοντες όπως το ετήσιο εισόδημα, η ακριβής ηλικία του ηλικιωμένου, το φύλο, η κατάσταση της υγείας και ο τρόπος ζωής, αποτελούν εξίσου σημαντικό λόγο για την περαιτέρω διάκριση του κάθε τουρίστα τρίτης ηλικίας που τον καθιστά μοναδικό και διαφοροποιεί τα κίνητρα και τις επιλογές του (Alén κ.ά. 2016)

Παράλληλα με τα κίνητρα, διαφορές διαπιστώνονται και στις δραστηριότητες που επιλέγουν τα άτομα τρίτης ηλικίας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Οι αγαπημένες δραστηριότητες κατά σειρά προτεραιότητας είναι η αγορά προϊόντων, η επίσκεψη ιστορικών τόπων ή μουσείων, η παρακολούθηση πολιτισμικών εκδηλώσεων και φεστιβάλ, τα τυχερά παιχνίδια, οι εξωτερικές δραστηριότητες ήπιας μορφής και η επαφή με τη φύση, καθώς και η επίσκεψη στις παραλίες για μπάνιο.

Ακόμη, μεγάλη ποικιλία στις επιλογές των τουριστών τρίτης ηλικίας, συναντάμε στην επιλογή τους να έχουν συντροφιά ή όχι κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Μια ομάδα ατόμων επιθυμεί να ταξιδεύει με την παρέα του συντρόφου, άλλων ζευγαριών ακόμη και άλλων νεότερων μελών της οικογένειας. Αντίθετα, δεν είναι λίγοι όσοι πραγματοποιούν μοναχικά ταξίδια, είτε από επιλογή είτε από αναγκαιότητα. Επιπλέον, μια μεγάλη ομάδα ηλικιωμένων επιλέγουν οργανωμένα ταξίδια μαζί με άλλα άτομα για λόγους κοινωνικοποίησης αλλά και ασφάλειας (Lee 2016).

2.4 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Αντίθετα με την μεγάλη ποικιλία στα κίνητρα και τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών τρίτης ηλικίας, υπάρχουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά στην ταξιδιωτική τους συμπεριφορά.

Αρχικά, τα άτομα της τρίτης ηλικίας, όποιο είδος ταξιδιού και αν επιλέγουν, έχουν ως προτεραιότητα στις επιλογές τους την ποιότητα. Πρόκειται για απαιτητικούς πελάτες λόγω της εμπειρίας τους, και προτιμούν να θυσιάσουν την ποσότητα στα ταξίδια τους, είτε σε ετήσιο αριθμό ταξιδιών, είτε σε λιγότερα βράδια διαμονής, αλλά σε καμία περίπτωση δεν διαπραγματεύονται την παρεχόμενη ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών, τόσο στη μετακίνηση όσο και κατά τη διαμονή τους (Alén κ.ά. 2017).

Ακόμη, δρουν έξυπνα, γνωρίζοντας ότι η επιλογή ταξιδιών σε περιόδους χαμηλότερης ζήτησης, θα τους προσδώσει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που αναζητούν χωρίς να αυξηθεί ο οικονομικός προϋπολογισμός του ταξιδιού. Άλλωστε διαθέτουν ελεύθερο χρόνο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και το κλίμα είναι ιδανικό για αυτούς το φθινόπωρο και την άνοιξη (Lieux κ.ά. 1994)

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό που συνειδητά αποζητούν οι τουρίστες της τρίτης ηλικίας στα ταξίδια τους είναι η αίσθηση της ασφάλειας, τόσο τη σωματική τους όσο και τη διασφάλιση των προσωπικών αντικειμένων τους. Αυτή, μπορεί να εκφραστεί με ποικίλους τρόπους, όπως για παράδειγμα με τη μέριμνα για ασφάλιση του ταξιδιού πριν την αναχώρηση, με τη τοποθέτηση εντός χρηματοκιβωτίων των πολύτιμων αντικειμένων τους κατά την παραμονή τους, με την φύλαξη που υπάρχει στο χώρο διαμονής καθώς και οτιδήποτε άλλο μπορεί να τους προσφέρει το αίσθημα της ηρεμίας ότι δεν υπάρχει επικινδυνότητα στο ταξίδι τους. Ακόμη και η συχνότερη επιλογή τους να προτιμούν ταξίδια οργανωμένα και ομαδικά, χρησιμοποιώντας τουριστικά γραφεία, είναι μια συμπεριφορά τους που μπορεί να εξυπηρετεί και την ικανοποίηση του αισθήματος της ασφάλειας (Graham κ.ά. 2002).

Σε ένα γενικότερο πλαίσιο, οι ηλικιωμένοι τουρίστες αναζητούν την συνολική ταξιδιωτική εμπειρία. Η συνολική αίσθηση που θα τους αφήσει το ταξίδι τους, ως ένα σύνολο παροχών και οι αναμνήσεις που θα αποκομίσουν.

2.5 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Υπάρχουν διαφορετικές εκτιμήσεις της ικανοποίησης της τρίτης ηλικίας κατά την τουριστική τους διαμονή. Είναι γεγονός ότι τα ταξιδιωτικά κίνητρα και η ταξιδιωτική συμπεριφορά καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την ικανοποίηση των τουριστών, αλλά για τον κάθε άνθρωπο ξεχωριστά οι συγκεκριμένοι παράγοντες βρίσκονται σε διαφορετική ιεραρχία και προτεραιότητα. Για παράδειγμα, άλλο τμήμα ηλικιωμένων θέτει ως πρωταρχική προτεραιότητα την αίσθηση της ασφάλειας για την ικανοποίηση από το ταξίδι τους, ενώ άλλοι την τοποθετούν σε δεύτερη μοίρα θέτοντας πρώτη ιεραρχικά την υψηλή ποιότητα των παροχών. Η συνολική τουριστική συμπεριφορά και η καθολική τουριστική εμπειρία που βιώνουν οι ηλικιωμένοι τουρίστες, επηρεάζεται από δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, κατάσταση υγείας, οικογενειακή κατάσταση, επίπεδο μόρφωσης, οικονομική κατάσταση κ.ά.). Σε κάθε περίπτωση, οι απαιτήσεις των τουριστών της τρίτης ηλικίας είναι αυξημένες και οι φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό και επιδιώκουν την προσέλκυση της συγκεκριμένης ομάδας, δεν μπορούν να εφαρμόσουν μη σύγχρονες και επικαιροποιημένες αντιλήψεις θεωρώντας τους ως παθητικούς και μαζικούς τουρίστες (Viant 1993).

Κρίνεται επομένως αναγκαία η τμηματοποίηση της ομάδας-στόχου από το τουριστικό μάρκετινγκ σε μικρότερες υποομάδες κοινών χαρακτηριστικών, με στόχο την παροχή ξεχωριστών υπηρεσιών που θα ικανοποιούν πιο στοχευμένα τις ανάγκες τους. Η τμηματοποίηση μπορεί να γίνει με διαφορετικά δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά κριτήρια.

Αρχικά μια τμηματοποίηση των τουριστών τρίτης ηλικίας μπορεί να πραγματοποιηθεί με βάση την ηλικία. Από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί είναι ορθότερη η τμηματοποίηση των ατόμων με βάση την αντιλαμβανόμενη ηλικία τους και όχι τη βιολογική, διότι η πρώτη είναι που καθορίζει πιο έντονα τις επιλογές τους.

Μια άλλη μορφή τμηματοποίησης που πραγματοποιείται είναι η εισοδηματική. Σε γενικές γραμμές, οι ηλικιωμένοι αποτελούν μια οικονομικά δυνατή ομάδα ανθρώπων, χωρίς να σημαίνει ότι όλοι ανήκουν στην ίδια οικονομική βαθμίδα. Τα τουριστικά πρακτορεία, τα καταλύματα, τα κέντρα ψυχαγωγίας στοχεύουν έντονα στην ομάδα των οικονομικά εύρωστων ηλικιωμένων οργανώνοντας πολυτελή πακέτα υπηρεσιών εξειδικευμένα στις απαιτήσεις τους.

Η μόρφωση των ηλικιωμένων απασχολεί επίσης, τον τομέα του τουριστικού μάρκετινγκ. Στη σύγχρονη εποχή, όλο και μεγαλύτερο ποσοστό ηλικιωμένων αποκτά μόρφωση, κάτι το οποίο καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τις επιλογές τους κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΡΙΤΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη σύγχρονη εποχή αποτελούν τη δημοφιλέστερη κατηγορία τουρισμού σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Τα έντονα ερεθίσματα που δέχονται οι άνθρωποι σήμερα, και η πληθώρα προϊόντων που παράγονται ώστε να ικανοποιήσουν όλες τις διαφορετικές ανάγκες που προκύπτουν έχουν επηρεάσει και τον τομέα του τουρισμού. Ο κάθε άνθρωπος ως ξεχωριστή οντότητα προκειμένου να καλύψει τις δικές του ξεχωριστές ανάγκες, απαιτήσεις και επιθυμίες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, επιλέγει εναλλακτικές μορφές τουρισμού πιο εξειδικευμένες σε αυτόν. Το ίδιο συμβαίνει και με τους τουρίστες της τρίτης ηλικίας οι οποίοι ανάλογα με την ηλικία τους, το φύλο, τη φυσική τους κατάσταση και άλλους παράγοντες επιλέγουν ειδικά διαμορφωμένα προγράμματα ταιριαστά με αυτούς.

Όπως είναι λογικό, ορισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού καταργούνται ή περιορίζονται όταν αναφερόμαστε στον τουρισμό τρίτης ηλικίας, ενώ άλλες γίνονται ακόμη πιο δημοφιλείς. Για παράδειγμα, δεν μπορούμε να μιλάμε για ορειβατικό τουρισμό, τουρισμό έντονης περιπέτειας, ή καταδυτικό και αθλητικό τουρισμό στις ομάδες της τρίτης ηλικίας. Φυσικά, ορισμένοι ηλικιωμένοι μικρότερης ηλικίας ή καλύτερης φυσικής κατάστασης, με προηγούμενη ενασχόληση με παρόμοιες δραστηριότητες είναι πιθανό να εξακολουθούν να δραστηριοποιούνται σε τέτοιες μορφές τουρισμού, αλλά το ποσοστό αυτής της ομάδας δεν είναι μεγάλο και οι συγκεκριμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού δεν είναι ιδιαίτερα αρεστές στην τρίτη ηλικία.

Αντίθετα, μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο θρησκευτικός τουρισμός, ο πολιτισμικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας φαίνεται να είναι από τις δημοφιλέστερες μορφές τουρισμού που απευθύνονται για την ομάδα των τουριστών τρίτης ηλικίας και συνοπτικά αναλύονται παρακάτω.

3.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Φωτογραφία 3.1: Άθληση στα πλαίσια του τουρισμού υγείας



Πηγή: <https://cutt.ly/qipALz>

Ο τουρισμός υγείας εσφαλμένα έχει ταυτιστεί με τον θεραπευτικό τουρισμό των ασθενειών. Τα τελευταία χρόνια έχει παρουσιαστεί έντονη ανάπτυξη ενός άλλου είδους τουρισμού υγείας που απευθύνεται σε υγιείς τουρίστες. Οι συγκεκριμένοι τουρίστες επιδιώκουν μέσα από διάφορες υποκατηγορίες και μορφές του τουρισμού υγείας να διατηρήσουν την υπάρχουσα φυσική κατάσταση που διαθέτουν και να αναζωογονηθούν. (Καρατζά, 1989).

Ο τουρισμός υγείας μπορεί να αναλυθεί σε διάφορες μικρότερες υποκατηγορίες του όπως είναι ο ιαματικός-θερμαλιστικός τουρισμός, ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες, θεραπευτικός τουρισμός, τουρισμός υγιεινής διαβίωσης, τουρισμός φυσικοθεραπείας, τουρισμός ομορφιάς ή ακόμη και πιο εξειδικευμένες μορφές όπως ο τουρισμός yoga ή ο τουρισμός ρεφλεξολογίας (Τσάρτας, 1991).

Οι διαφορετικές πλευρές του τουρισμού υγείας έχουν κάποια όμοια χαρακτηριστικά που επιτρέπουν να προωθηθεί η ανάπτυξη τους σαν ένα πλέγμα ειδικών μορφών τουρισμού με κοινά χαρακτηριστικά. Αρχικά υπάρχει κοινός στόχος ο οποίος είναι η διατήρηση, η πρόληψη, η θεραπεία, η ανάρρωση ή η αποκατάσταση της υγείας του ατόμου ανάλογα με το στάδιο στο οποίο βρίσκεται. Κοινές βάσεις σημαντικές για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας αποτελούν η επιστήμη της ιατρικής και της τεχνολογίας. Η ιατρική εκφράζεται μέσα από γιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων αλλά και επιστήμονες εναλλακτικών μορφών θεραπείας και ιατρικής. Η τεχνολογία είναι απαραίτητη για την εφαρμογή των διαφόρων μεθόδων και για την παραγωγή των αντίστοιχων προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι περισσότεροι τουρίστες που πραγματοποιούν ταξίδια σχετικά με την υγεία τους, ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα της τρίτης ηλικίας. Το γεγονός αυτό συμβαίνει κυρίως διότι η συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων είναι αυτή που αισθάνεται την ανάγκη για διατήρηση ή θεραπεία της σωματικής τους κατάστασης. Επιπλέον αποτελεί μια μορφή τουρισμού χωρίς έντονη εποχικότητα, που μπορεί να πραγματοποιηθεί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, κάτι το οποίο όπως αναφέρθηκε, προτιμάται από τους τουρίστες τρίτης ηλικίας.

Ο τουρισμός υγείας, για να προσεγγίσει τους τουρίστες επιτυχημένα και κερδοφόρα είναι απαραίτητο να αναπτύσσει παράλληλες υπηρεσίες διαμονής, διατροφής και ψυχαγωγίας μεριμνώντας για την παροχή ενός ολοκληρωμένου και ποιοτικού τουριστικού προϊόντος που θα καλύψει όλη τη διάρκεια του ταξιδιού και όχι μόνο τις ώρες της αποκλειστικής ενασχόλησης με την υγεία. (Κονιός 1991)

Οι διεθνείς εξελίξεις στον τομέα δείχνουν μια δυναμική αύξηση της ζήτησης για τον τουρισμό υγείας και κρίνονται αναγκαίες οι επενδύσεις σε τουριστικές εγκαταστάσεις και υποδομές που θα ικανοποιήσουν όλες τις σύγχρονες ανάγκες.

Η Ελλάδα διαθέτει ιδανικές περιβαλλοντικές και κλιματολογικές συνθήκες για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, και πλήθος ιαματικών πηγών. Η εικόνα αυτή δείχνει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου υπό τον όρο ότι θα ληφθούν υπόψη κάποιοι παράγοντες: η έρευνα της ζήτησης, η εξειδίκευση και επιμόρφωση του προσωπικού, η μέριμνα για διαφημιστική εκστρατεία και η ανάπτυξη ενός σύνθετου πλέγματος τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών ώστε να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις όλων των ηλικιακών ομάδων.

Τέλος είναι σημαντικό να μην ξεχνάμε ένα τμήμα του τουρισμού υγείας και μια ομάδα ανθρώπων, αυτούς με ορισμένες ειδικές ανάγκες. Στα ευρύτερα πλαίσια θα πρέπει όλες οι τουριστικές υποδομές να μεριμνούν για την εξυπηρέτηση των ατόμων με ειδικές ανάγκες, οι οποίοι αποτελούν μεγάλο ποσοστό των ατόμων της τρίτης ηλικίας αλλά και μικρότερο ποσοστό υπόλοιπων ηλικιακών ομάδων. Τόσο εξειδικευμένα για τον τουρισμό υγείας, τον οποίο προτιμούν ιδιαίτερα, όσο και στις υπόλοιπες μορφές τουρισμού, τίθεται θέμα ισότητας, στα πλαίσια του 'τουρισμός για όλους' και φυσικά κοινωνικής αλληλεγγύης και ανθρωπιάς.

3.2 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Φωτογραφία 3.2: Επίσκεψη θρησκευτικών μνημείων στα πλαίσια θρησκευτικού τουρισμού



Πηγή: <https://cutt.ly/lipDMB>

Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά ταξίδια σε τόπους θρησκευτικής λατρείας, 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 κ.ά. 2001)

Στόχος του θρησκευτικού τουρισμού είναι να δημιουργήσει κίνητρα θρησκευτικού ή προσκυνηματικού χαρακτήρα, αναδεικνύοντας και προβάλλοντας αξιοθέατα που περιέχουν θρησκευτικό χαρακτήρα, ώστε ο τουρίστας να παρακινηθεί να πραγματοποιήσει το ταξίδι του και να ικανοποιήσει πνευματικές και υλικές ανάγκες. Τα ταξίδια θρησκευτικού χαρακτήρα τις περισσότερες φορές χαρακτηρίζονται από ομαδικότητα και μαζική οργάνωση γι' αυτό δεν είναι λίγα τα τουριστικά γραφεία τα οποία ασχολούνται με αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού. Σε συνεργασία με την εκκλησία σε ρόλο μεσάζοντα, προβάλλονται και διαφημίζονται από τα τουριστικά γραφεία ολοκληρωμένα πακέτα θρησκευτικών προορισμών. (Μοίρα, 2009)

Προορισμοί θρησκευτικού τουρισμού δύνανται να είναι τόσο εμβληματικοί τόποι προσκυνήματος, ταξίδια σε θρησκευτικά κέντρα όσο και θρησκευτικοί τόποι που

συνδέονται με ιστορικά γεγονότα, πολιτιστικά επιτεύγματα ακόμη και θρησκευτικά πανηγύρια ή φεστιβάλ.

Χρονικά, τις περισσότερες φορές, η τέλεση ενός θρησκευτικού ταξιδιού μπορεί να πραγματοποιηθεί στη θρησκευτική ημέρα γιορτής του συγκεκριμένου τόπου ή μνημείου. Επομένως, θα λέγαμε πως ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που, όπως αναφέρθηκε και στον τουρισμό υγείας, καταπολεμά το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού.

Η τουριστική ζήτηση για την εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού προέρχεται από δύο ειδών θρησκευτικούς τουρίστες. Την πρώτη ομάδα αποτελούν οι πιστοί, δηλαδή αυτοί που επισκέπτονται έναν θρησκευτικό προορισμό ως προσκυνητές και η δεύτερη ομάδα είναι οι αποστασιοποιημένοι θρησκευτικά, δηλαδή αυτοί που επισκέπτονται έναν θρησκευτικό προορισμό ως κλασσικοί τουρίστες, λόγω πολιτισμικού ή εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος.

Παράλληλα με την προσευχή ή το προσκύνημα σε ένα συγκεκριμένο προορισμό, ο τουρίστας ενδιαφέρεται και για τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά του τόπου όπως είναι το δομημένο περιβάλλον της περιοχής (περιβάλλοντες χώροι ναών, παραδοσιακοί οικισμοί), το φυσικό περιβάλλον που συνήθως σε αυτές τις περιοχές είναι πλούσιο, καθώς και ο μοναδικός πολιτισμικός πλούτος της περιοχής, η άυλη και υλική πολιτιστική κληρονομιά. Σε κάθε περίπτωση, οι φορείς του θρησκευτικού τουρισμού, προκειμένου να προσελκύουν τουρίστες, πρέπει παράλληλα με την ύπαρξη του μνημείου, ή του θρησκευτικού τόπου, να μεριμνούν για μια οργανωμένη και ολοκληρωμένη παροχή τουριστικών υπηρεσιών που συνοδεύουν τον θρησκευτικό τουρίστα κατά τη διάρκεια της διαμονής του.

Όσον αφορά τον συνδετικό κρίκο του θρησκευτικού τουρισμού και του τουρισμού τρίτης ηλικίας, αυτός βρίσκεται στο γεγονός ότι οι θρησκευτικοί τουρίστες σε ένα μεγάλο ποσοστό τους είναι άτομα τρίτης ηλικίας. Σχετικά με το προφίλ των ηλικιωμένων τουριστών θρησκευτικού περιεχομένου, αυτοί προέρχονται από όλες τις οικονομικοκοινωνικές τάξεις, επιζητούν κυρίως ομαδικές εκδρομές με οργανωμένες ξεναγήσεις στους θρησκευτικούς χώρους και χρησιμοποιούν όλες τις υποδομές του πολιτισμικού τουρισμού στις περιοχές που αυτοί βρίσκονται. Προκειμένου να μεταβούν στον επιθυμητό τόπο, χρησιμοποιούν κυρίως μέσα μαζικής μεταφοράς και λιγότερο τα ΙΧ.

3.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΜΑΚΡΑΣ ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ - ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ

Είναι γεγονός ότι μεγάλος αριθμός ηλικιωμένων, στη φάση της συνταξιοδότησής τους, μετακομίζουν περιοδικά ή μόνιμα για κάποιους μήνες του χρόνου σε άλλο τόπο κατοικίας από τον δικό τους. Η τάση αυτή, στην Ευρώπη, παρατηρείται κυρίως από τους Βορειοευρωπαίους οι οποίοι επιλέγουν νότιες χώρες προς μεγάλης διάρκειας παραθερισμό, ανάμεσά τους και η Ελλάδα.

Το φαινόμενο αυτό τείνει προς την μόνιμη κατοίκηση σε έναν τόπο αλλά διαθέτει συγχρόνως χαρακτηριστικά τουρισμού, επομένως θα λέγαμε ότι αποτελεί μια ξεχωριστή κατηγορία, άξια προς μελέτη (Vicente 2001). Ένα σημαντικό ζήτημα για πολλούς ηλικιωμένους τουρίστες μεγάλης διάρκειας διαμονής είναι η επιλογή μεταξύ επίσκεψης ή κατοίκησης σε μια περιοχή, με άλλα λόγια, αν οι ίδιοι χαρακτηρίζονται ως τουρίστες ή κάτοικοι. Οι ηλικιωμένοι τουρίστες που διαμένουν για σχετικά μεγάλες περιόδους στους τόπους που επισκέπτονται αναζητούν σταθερότητα και ένα μελλοντικό σχέδιο ζωής, αν και αναπόφευκτα υπάρχει μια αίσθηση του «προσωρινού» κατά τη διαμονή τους.

Η προσωρινότητα ελαχιστοποιείται σε μεγάλο βαθμό στην περίπτωση όπου αποφασίσουν την αγορά ενός μόνιμου καταλύματος σε αυτόν τον τόπο. Σε αυτή την περίπτωση, η ενεργός συμμετοχή των ηλικιωμένων στα δρώμενα της περιοχής, στις δράσεις για επίλυση προβλημάτων και για την ανάπτυξη του τόπου και η συμβολή στις ευρύτερες κοινωνικοοικονομικές δομές, τους παγιώνουν καλύτερα στο χώρο μετατρέποντας τους περισσότερο σε κατοίκους παρά σε τουρίστες (Vicente 2010). Ως νέο και αναπτυσσόμενο φαινόμενο, δεν έχει αναλυθεί έντονα βιβλιογραφικά, όμως θα ήταν δόκιμη η έρευνα ώστε να εμβαθύνουμε στους μηχανισμούς με τους οποίους λειτουργεί και στις προοπτικές ανάπτυξής του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ – Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΗΛΙΟ

4.1 ΤΟ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ

Η Μαγνησία στο σύνολο της αποτελεί έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό τόσο για τον εγχώριο όσο και για τον διεθνή τουρισμό. Το Πήλιο είναι μια περιοχή ιδιαίτερα ευνοημένη για την ανάπτυξη του τουρισμού γενικά, αλλά και ειδικότερα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Αρχικά τα γεωμορφολογικά της χαρακτηριστικά είναι βασικός λόγος προσέλκυσης τουριστών. Συνδυάζει την ύπαρξη παραθαλάσσιων και ορεινών περιοχών σε κοντινές αποστάσεις, κάνοντας πολλούς να μιλάνε χαρακτηριστικά «για τον ιδανικό συνδυασμό βουνού και θάλασσας».

Φωτογραφία 4.1: Οι παραλίες του Πηλίου



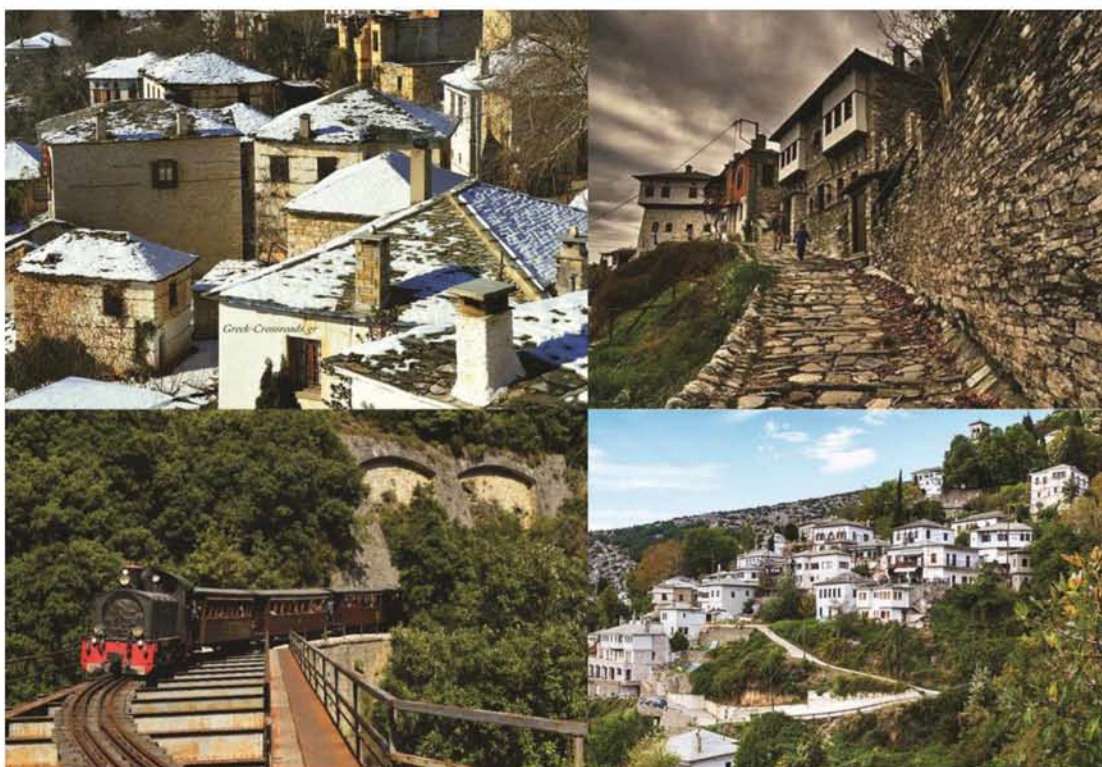
Πηγή: <https://cutt.ly/nipGtg> , <https://cutt.ly/5ipGWM> , προσωπικό αρχείο και ίδια επεξεργασία

Επιπλέον διαθέτει μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας και κατάλληλο και υγιεινό κλίμα. Από την άλλη, σημαντικό στοιχείο για την ανάπτυξη του τουρισμού του Πηλίου αποτελεί και η εύκολη πρόσβαση στην περιοχή αφού βρίσκεται σε γειτονική απόσταση με μια μεγάλη πόλη, σε κεντρικό σημείο στον χάρτη της Ελλάδας, και κοντά σε μεγάλα αεροδρόμια.

Πλεονέκτημα για την περιοχή αποτελεί και η εγκατάσταση του χιονοδρομικού κέντρου που βρίσκεται στην κορυφή του Πηλίου στα Χάνια, που προσελκύει τουρίστες εναλλακτικών μορφών τουρισμού και συμβάλει στην καταπολέμηση της εποχικότητας του τουρισμού.

Ένα ακόμη στοιχείο που αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα για την περιοχή του Πηλίου είναι η ιδιαίτερη παραδοσιακή αρχιτεκτονική του τόπου με τα μορφολογικά χαρακτηριστικά να επικρατούν τόσο στην κατασκευή των κτιρίων όσο και στα λιθόστρωτα καλντερίμια. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι μεγάλο πλήθος κτιρίων έχουν κηρυχθεί διατηρητέα και προστατεύονται συμβάλλοντας στην αισθητική αλλά και την ιστορία του τόπου, όπως επίσης ότι η σύγχρονη ανοικοδόμηση δεν δύναται να αλλοιώσει το περιβάλλον αφού διέπεται από αυστηρές νομοθεσίες και ελέγχους επιτροπών. Πλούσιο αρχιτεκτονικό υλικό προσδίδουν στην αρχιτεκτονική του Πηλίου και οι πολυάριθμες εκκλησίες και τα μοναστήρια για τα οποία υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον και ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού.

Φωτογραφία 4.2: Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική του Πηλίου



Πηγή: <https://cutt.ly/KipHFL> , <https://cutt.ly/HipJfw> , <https://cutt.ly/tipJTc> , προσωπικό αρχείο, ίδια επεξεργασία

Παράλληλα, η πλούσια άυλη πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί λόγω προσέλκυσης τουριστών στην περιοχή. Οι παραδόσεις, τα έθιμα, οι παραδοσιακοί χοροί και οι παλιές ενδυμασίες, η πλούσια γαστρονομία με υλικά του τόπου, τα βότανα της περιοχής, δημιουργούν έδαφος για την ανάπτυξη του βιωματικού ή δημιουργικού τουρισμού της περιοχής όπου ο επισκέπτης θα ζει τις διακοπές του βιώνοντας την καθημερινότητα των ντόπιων κατοίκων της περιοχής, συμμετέχοντας σε διάφορες δράσεις.

Φωτογραφία 4.3: Η πολιτιστική κληρονομιά του Πηλίου



Πηγή: <https://cutt.ly/ripKl3> , <https://cutt.ly/PipK3h> , προσωπικό αρχείο, ιδία επεξεργασία

Σε αυτό έρχεται να προστεθεί και η φιλοξενία των μόνιμων κατοίκων που δημιουργεί το κατάλληλο περιβάλλον ώστε ο τουρίστας να ικανοποιηθεί και να πραγματοποιήσει μελλοντική επίσκεψη στον τόπο.

Με τον συνδυασμό των παραπάνω χαρακτηριστικών γνωρισμάτων, το Πήλιο έχει ένα φυσικό πλεονέκτημα έναντι άλλων περιοχών, ώστε να αποτελεί ελκυστικό προορισμό για τον τουρισμό σε γενικότερο επίπεδο, αλλά και ειδικότερα αναπτύσσοντας τις κατάλληλες στρατηγικές για τον τουρισμός της τρίτης ηλικίας.

4.2 ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ ΣΤΟ ΠΗΛΙΟ

Δυστυχώς τα στατιστικά στοιχεία στην Ελλάδα, και αναλόγως στο Πήλιο, αναφορικά με τον τουρισμό είναι περιορισμένα. Ακόμη πιο συγκεκριμένα στον τουρισμό τρίτης ηλικίας τα στατιστικά στοιχεία ή οι απλές καταγραφές είναι ελάχιστες. Τα περισσότερα στοιχεία αυτή τη στιγμή σχετικά με τα ποσοστά που καταλαμβάνει ο τουρισμός τρίτης ηλικίας είναι εμπειρικά. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει και ο κ. Λεβέντης *«Η δυναμικότητα της τρίτης ηλικίας που επισκέπτεται την Ελλάδα αλλά και το Πήλιο καθώς τα ποσοστά είναι αντίστοιχα, εμπειρικά ξεπερνά τα ποσοστά του 50-55% επί του συνολικού τουρισμού. Ενδεικτικότερα, αυτά τα ποσοστά αυξάνονται ακόμη περισσότερο στις περιόδους πριν και έπειτα της περιόδου υψηλής ζήτησης»* Επομένως, συνειδητοποιούμε παρά την έλλειψη ορθών επιστημονικά καταγεγραμμένων στοιχείων, ότι τα ποσοστά αυτά είναι πολύ υψηλά, και συμπεραίνουμε πόσο σημαντική είναι η περεταίρω μελέτη, έρευνα και δραστηριοποίηση στον τομέα του τουρισμού της τρίτης ηλικίας.

Αναφορικά με την εποχή προσέλευσης του Πηλίου, η περίοδος χαμηλής ζήτησης είναι η προτιμώμενη από τους τουρίστες τρίτης ηλικίας, κάτι που είδαμε ότι ισχύει και για το σύνολο του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Όπως υποστηρίζει ο κ. Λεβέντης *«τους μήνες του Απριλίου, Μαΐου, το πρώτο δεκαπενθήμερο του Ιουνίου και τους φθινοπωρινούς μήνες του Σεπτεμβρίου και του Οκτωβρίου ο τουρισμός του Πηλίου στηρίζεται ως επί το πλείστον στην Τρίτη ηλικία»* η οποία καταπολεμά με αυτή την επιλογή το φαινόμενο της εποχικότητας.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και τα χαρακτηριστικά των τουριστών τρίτης ηλικίας που προσεγγίζουν το Πήλιο για τόπο διακοπών. Πρόκειται για υγιείς και δυναμικούς επισκέπτες που δεν επιθυμούν την αδράνεια κατά την παραμονή τους, αλλά τη ενασχόληση τους με διάφορες δραστηριότητες (McGuire 1988). *«Πρόκειται για αθλητικά και δυναμικά άτομα που επιθυμούν να περπατήσουν, να αθληθούν στο φυσικό περιβάλλον του Πηλίου»* τονίζει μεταξύ άλλων ο κ. Λεβέντης.

Όσον αφορά τον τόπο προέλευσης των τουριστών τρίτης ηλικίας στο Πήλιο αυτοί προέρχονται κυρίως από χώρες της Ευρώπης με *«άτομα από τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Αυστρία και το Ηνωμένο Βασίλειο να υπερτερούν σε αριθμητικά ποσοστά καθώς και*

μεγάλο κύμα οργανωμένων τουριστών να έρχεται από το Ισραήλ αλλά και από την Αμερική» όπως αναφέρει ο κ. Λεβέντης.

Σημαντική είναι και η αναφορά στην τουριστική δαπάνη των ηλικιωμένων που έρχονται στο Πήλιο. *«Οι συνταξιούχοι των συγκεκριμένων χωρών είναι ιδιαίτερα εύποροι και εκτός των άλλων δικαιούνται ειδικά προνόμια και χρηματικά ποσά από τα κράτη τους όταν επιθυμούν να ταξιδέψουν. Επομένως, μιλάμε και μια μεγάλη τουριστική δαπάνη που πραγματοποιείται στη χώρα μας και το Πήλιο, και ειδικά όταν γίνεται σε περιόδους χαμηλής ζήτησης, αυτή η δαπάνη αποκτά ακόμη περισσότερη αξία.»* δηλώνει ο κ. Λεβέντης.

Αξιοσημείωτα είναι όμως και τα μεγέθη των τουριστών τρίτης ηλικίας που πραγματοποιούν ταξίδια θρησκευτικού και άλλου ενδιαφέροντος από τον εισερχόμενο τουρισμό της Ελλάδας. *«Πραγματοποιούνται ομαδικές και οργανωμένες πολυήμερες εκδρομές στο Πήλιο από τα ΚΑΠΗ των Δήμων με προορισμό το Πήλιο, και σε ορισμένες περιόδους χαμηλής τουριστικής ζήτησης, αυτή η μορφή τουρισμού κατέχει ποσοστά 80-90% του συνολικού τουρισμού, δείχνοντας πόσο αξιόλογη»* δηλώνει ο κ. Λεβέντης.

Οι επιθυμίες των περισσότερων ηλικιωμένων τουριστών του Πηλίου είναι η επαφή με τη φύση κυρίως, μέσα από περιπατητικές διαδρομές μικρού μήκους και δυσκολίας, καθώς και με τη θάλασσα. Παράλληλα ορισμένοι ενδιαφέρονται και για τα αξιοθέατα της περιοχής, την ιστορία του τόπου, τον μύθο γύρω από το βουνό του Πηλίου, τα θρησκευτικά μνημεία, και γενικότερα την άυλη και υλική πολιτισμική κληρονομιά. *«Η ανάγκη των περισσότερων τουριστών τρίτης ηλικίας στο Πήλιο είναι ο βιωματικός και δημιουργικός τουρισμός στη βάση όλων. Επιθυμούν να προσαρμοστούν έστω και προσωρινά στην καθημερινότητα των ντόπιων κατοίκων, και να μάθουν από αυτούς καινούρια πράγματα, όπως παραδοσιακούς χορούς ή παραδοσιακά φαγητά κερδίζοντας έτσι μια νέα εμπειρία και αναμνήσεις.»* δηλώνει ο κ. Λεβέντης.

Αναφορικά με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις των τουριστών τρίτης ηλικίας, αυτές δεν είναι ανέφικτες να ικανοποιηθούν. Οι περισσότερες απαιτήσεις έχουν ως στόχο την λειτουργικότητα και την εργονομία των χώρων προς διευκόλυνση των τουριστών, την ασφάλεια και την καθαριότητα. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει και ο κ. Λεβέντης *«οι ανάγκες βασίζονται στις υποδομές των ξενοδοχειακών κυρίως μονάδων ώστε ο ηλικιωμένος τουρίστας να μπορέσει με άνεση να πραγματοποιήσει πολυήμερη διαμονή.*

Σε αυτές περιλαμβάνονται παροχές ευεξίας και χαλάρωσης με περιποιήσεις spa, με ειδικά διατροφολόγια, με εργονομικό σχεδιασμό χώρων και λοιπά μέτρα ώστε να διευκολύνεται κατά το δυνατόν η παραμονή του τουρίστα.» Στο Πήλιο υπάρχει απουσία ανάλογων ξενοδοχειακών μονάδων με τέτοιες προδιαγραφές και αυτό είναι ένα μειονέκτημα για τον τόπο και μια τροχοπέδη στην προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας.

Από τις ανάγκες και τις επιθυμίες των ηλικιωμένων τουριστών προκύπτουν και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στις οποίες μπορεί να στηριχθεί ο τουρισμός τρίτης ηλικίας στο Πήλιο. Αυτές είναι ο περιπατητικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο πολιτισμικός τουρισμός, ο βιωματικός-δημιουργικός τουρισμός, και ο γαστρονομικός τουρισμός.

Ακόμη στο Πήλιο, και εντονότερα στη νότια πλευρά, αναπτύσσεται σε γοργούς ρυθμούς ο τουρισμός παραχείμασης, η ειδική αυτή μορφή τουρισμού που αναφερθήκαμε προηγουμένως. *«Αποτελεί μια άκρως επιθυμητή μορφή τουρισμού για δύο κυρίως λόγους: από τη μια είναι ιδιαίτερα κερδοφόρα μορφή τουρισμού, αφού οι τουρίστες παραμένουν για μεγάλα χρονικά διαστήματα και δαπανούν μεγάλα χρηματικά ποσά, ενώ από την άλλη, λειτουργώντας κατά μια έννοια ως κάτοικοι της περιοχής, φροντίζουν για τον τόπο, ασκώντας δράσεις και δίνουν ζωντάνια στο μέρος ακόμη και σε περιόδους εκτός της υψηλής ζήτησης. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του καθαρισμού των παραδοσιακών καλντεριμιών που πραγματοποιείται οργανωμένα από τους συγκεκριμένους τουρίστες.»* υποστηρίζει ο κ. Λεβέντης. Επιπλέον αποτελούν τους καλύτερους πρεσβευτές του Πηλίου προς το εξωτερικό και είναι δυνατόν με τη διαφήμισή τους να προσελκύουν στο τόπο περισσότερο τουρισμό.

4.3 ΦΟΡΕΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Όπως και σε κάθε άλλο τόπο, έτσι και στην περίπτωση του Πηλίου, προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που οραματίζονται οι αντίστοιχοι φορείς αλλά και οι κάτοικοι της περιοχής χρειάζεται η ορθή συνεργασία όλων. Οι φορείς μπορεί να ανήκουν είτε σε κρατικό είτε σε ιδιωτικό πλαίσιο.

Στην περίπτωση της προώθησης του τουριστικού προϊόντος του Πηλίου και στην ενίσχυση του τουρισμού τρίτης ηλικίας, ξεκινώντας από το περιφερειακό πλαίσιο και καταλήγοντας στο κεντρικό, θα λέγαμε ότι φορείς οι οποίοι πρέπει να έχουν ενεργό συμμετοχή αποτελούν η Περιφέρεια Θεσσαλίας, το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης Θεσσαλίας, η Περιφερειακή Ενότητα Μαγνησίας, το Επιμελητήριο Μαγνησίας, η Ένωση Ξενοδόχων Ν. Μαγνησίας.

Ειδικότεροι αλλά εξίσου σημαντικοί φορείς είναι το Κέντρο Ευρωπαϊκής Πληροφόρησης Europe Direct Θεσσαλίας, η Εταιρεία Ανάπτυξης Πηλίου Α.Ε., το Δίκτυο Εθελοντικών Οργανώσεων Θεσσαλίας. Αξιόλογη είναι και η δράση της δευτεροβάθμιας μη κυβερνητικής οργάνωσης του Φορέα Πολιτισμού και Επιστημών Δίκτυο «ΠΕΡΡΑΙΒΙΑ» το οποίο αν και εδράζεται στην Ελασσόνα με σκοπό της προώθησής της, η συμμετοχή στα δρώμενα της Μαγνησίας και του Πηλίου είναι ιδιαίτερα έντονη.

Ο κάθε φορέας έχει τις δικές του ξεχωριστές ενασχολήσεις, δράσεις, ευθύνες και υποχρεώσεις. Ωστόσο, η άμεση συνεργασία όλων είναι απαραίτητη σε θέματα που αφορούν την συνολική ανάπτυξη του τόπου. Στο πλαίσιο του τουρισμού, οι περισσότερες σύγχρονες δράσεις αφορούν ή πρέπει να αφορούν θέματα όπως η προώθηση του τουρισμού και των εναλλακτικών μορφών του, η μέριμνα για το branding του τόπου, η ένταξη του προορισμού στη διεθνή αγορά, η ανάπτυξη ενός βιώσιμου και δημιουργικού τουρισμού για τον τόπο, η συζήτηση για την κατάσταση των υπάρχουσών υποδομών τουρισμού στη Μαγνησία και το Πήλιο, οι προοπτικές βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος με βάση τα διεθνή πρότυπα, η ενημέρωση και η δια βίου μάθηση των επιχειρηματιών στο χώρο του τουρισμού, η εύρεση των απαραίτητων χρηματοδοτικών εργαλείων, η δημιουργία τουριστικών πακέτων και η προώθηση τόσο στην ελληνική αλλά και στη διεθνή αγορά.

Από την ιδιωτική πλευρά, φορείς του τουρισμού στο Πήλιο είναι όλοι οι ιδιοκτήτες ή υπάλληλοι επιχειρήσεων ή υπηρεσιών που είτε καθολικά είτε εν μέρει έχουν τουρίστες ως πελάτες τους. Επομένως οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων, εστιατορίων, κέντρων διασκέδασης, παροχής υπηρεσιών τουριστικού περιεχομένου, ακόμη και τα καταστήματα πώλησης προϊόντων για κατοίκους αλλά και τουρίστες, θεωρούνται φορείς δραστηριοποίησης με τον τουρισμό, και έχουν την ευθύνη για την προώθηση και την ανάπτυξη της επιχείρησης αλλά και του τόπου της επιχείρησης συνολικά.

Στη βάση όμως όλων, αποτελεί η αναγκαιότητα για δημιουργία δικτύων συνεργασίας και καναλιών επικοινωνίας ανάμεσα στους φορείς ενασχόλησης με τον τουρισμό. Είναι σημαντικό να γίνονται συζητήσεις που να αφορούν την υπάρχουσα κατάσταση, τα υφιστάμενα προβλήματα και αρνητικά στοιχεία, την αναζήτηση των ευκαιριών και των προκλήσεων, τη διαμόρφωση πολιτικών, τη θέσπιση στόχων και τη συνεχή αξιολόγηση της κατάστασης. Το ζητούμενο είναι τα δίκτυα των συνεργαζόμενων φορέων να προωθούν έναν κεντρικό επιχειρησιακό σχεδιασμό με στόχο τη μεθοδική και επαγγελματική προώθηση του τουριστικού προϊόντος (Κάτσος 2004).

4.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Όπως είδαμε, το Πήλιο αλλά και γενικότερα η Ελλάδα, έχουν προοπτικές λόγω των συγκριτικών πλεονεκτημάτων τους να προσελκύουν ολοένα και περισσότερα άτομα για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας. Προκειμένου όμως, ο τόπος να φανεί ελκυστικός αρχικά και έπειτα να είναι σε θέση να ικανοποιήσει τον τουρίστα της τρίτης ηλικίας, χρειάζεται μια πολιτική διαχείρισης και όχι μεμονωμένες ενέργειες χωρίς σχεδιασμό.

Ο πρώτος βασικός άξονας που πρέπει να κινηθεί το Πήλιο και η Ελλάδα, περιλαμβάνει την καταγραφή. Στο Πήλιο υπάρχει παντελής έλλειψη στατιστικών στοιχείων και δεδομένων σχετικά με τον τουρισμό τρίτης ηλικίας και στην Ελλάδα τα στοιχεία είναι ελλιπή. Όπως χαρακτηριστικά τονίζει ο κ. Λεβέντης *«η έννοια της καταγραφής δεν πρέπει να περιλαμβάνει μόνο στοιχεία για τον τουρισμό της τρίτης ηλικίας στο Πήλιο και στην Ελλάδα αλλά και στοιχεία που αφορούν τα πλεονεκτήματα του κάθε τόπου ως στοιχεία εκμετάλλευσης και οργάνωσης για τον τουρισμό, καθώς και στοιχεία που αφορούν τις ξενοδοχειακές μονάδες και την υπάρχουσα κατάσταση ώστε να είναι εφικτό αυτά τα στοιχεία να μελετηθούν και να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα.»*

Μετέπειτα, οι ενέργειες που πρέπει να γίνονται από τους φορείς των τουριστών πρέπει να έχουν δύο κατευθύνσεις-στόχους. Αρχικά πρέπει να υπάρξουν στοχευμένες πράξεις προσέλκυσης των τουριστών τρίτης ηλικίας, να δοθούν δηλαδή τα απαραίτητα κίνητρα ώστε ο τουρίστας να παρακινηθεί να πραγματοποιήσει το ταξίδι του. Η δεύτερη στρατηγική αφορά τις ενέργειες που αφορούν την ικανοποίηση των τουριστών τρίτης ηλικίας κατά τη διάρκεια της παραμονής τους, ώστε να είναι αρκετά πιθανό, έχοντας φύγει με θετικές εντυπώσεις, να πραγματοποιήσουν μελλοντική επίσκεψη, ή να αναφέρουν την εμπειρία τους και σε άλλα άτομα παρακινώντας τα να ταξιδέψουν στον συγκεκριμένο προορισμό.

Η πολιτική προσέλκυσης των τουριστών τρίτης ηλικίας πρέπει να ξεκινάει από τις διαφημιστικές ενέργειες των τουριστικών πακέτων. Αρχικά, σημαντική είναι η επιλογή των μέσων προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος. Όπως διαπιστώθηκε, το μεγαλύτερο ποσοστό ηλικιωμένων τουριστών συνεχίζει και προτιμά τα οργανωμένα γραφεία και τους tours operators επομένως η μεγαλύτερη προβολή των τουριστικών πακέτων πρέπει να γίνεται μέσω αυτών. Ωστόσο, στη σύγχρονη εποχή δεν λείπει και

ένα ποσοστό ηλικιωμένων που πραγματοποιούν την αγορά του ταξιδιού τους ατομικά, χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο και μαθαίνοντας μέσω της τηλεόρασης και των υπολοίπων μέσων μαζικής επικοινωνίας. Στη βάση αυτή, κρίνεται απαραίτητο οι επιχειρήσεις και οι φορείς να θεωρούν τους ηλικιωμένους ως εν δυνάμει χρήστες του διαδικτύου και να μεριμνήσουν για την ύπαρξη και την οργάνωση των διαδικτυακών πλατφορμών και ιστοσελίδων των τουριστικών επιχειρήσεων και φορέων (μεταφορών, διαμονής, εστίασης, αξιοθέατων κλπ), ώστε ο ηλικιωμένος τουρίστας με απλουστευμένες κινήσεις, να βλέπει τις επιλογές, να αξιολογεί, να διαλέγει και να αγοράζει το τουριστικό προϊόν (Batra 2009).

Απαραίτητο επιπλέον στοιχείο είναι οι διαφημιστικές ενέργειες να πραγματοποιούνται εγκαίρως, αφού όπως διαπιστώθηκε, οι ηλικιωμένοι αποφασίζουν και κλείνουν τα ταξίδια τους αρκετά νωρίς ώστε να επιτύχουν καλύτερες τιμές σε ποιοτικά τουριστικά πακέτα. Το περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων προβολής, πρέπει να είναι αρχικά ειλικρινές και να πραγματοποιεί ότι υπόσχεται ώστε ο τουρίστας να μην νιώσει εξαπατημένος. Η ομάδα των ηλικιωμένων είναι ανομοιογενής και έχει διαφορετικά ενδιαφέροντα, επομένως το μήνυμα δεν μπορεί να είναι εξειδικευμένο αλλά πρέπει να περνάει την γενική αίσθηση ότι προορισμός θα ανταποκριθεί στις προσδοκίες του ηλικιωμένου, ο οποίος είναι σημαντικό να νιώσει ξεχωριστός. Τέλος, ένα άρτιο σύστημα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, η δυνατότητα εκτύπωσης πληροφοριών, χαρτών και οι ευανάγνωστες γραμματοσειρές είναι ορισμένες λεπτομέρειες που διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν, διευκολύνουν τον τουρίστα να επιλέξει και είναι πιο πιθανό να φέρουν το χρήστη πιο κοντά στην αγορά του προϊόντος (Κάτσος 2004)

Οι κρατικοί φορείς της περιοχής έχουν μεγάλες ευθύνες για την προσέλκυση και την ικανοποίηση των τουριστών τρίτης ηλικίας. Μείζονα ζητήματα αποτελούν αυτά της προσβασιμότητας και της ασφάλειας. Όπως συμβαίνει και στις επιχειρήσεις, έτσι και στους δημόσιους και κοινόχρηστους δρόμους και πλατείες, οφείλουν οι αρμόδιοι φορείς για τον έντονο και συνεχή φωτισμό, επαρκή για τις ανάγκες των ηλικιωμένων. Οι συγκοινωνιακές υποδομές και η συντηρημένη οδοποιία σε δρόμους και πεζοδρόμια επίσης διαδραματίζουν μεγάλο ρόλο στην ικανοποίηση των τουριστών και την ασφάλειά τους. Φυσικά, οι υποδομές πρέπει να φροντίσουν επιπλέον για την διασφάλιση της προσβασιμότητας σε όλους τους δημόσιους χώρους από άτομα με κινητικά προβλήματα. Επίσης σημαντικό είναι και το ζήτημα της φροντίδας για

καθαριότητα των δημόσιων χώρων, κάτι που αποτελεί βασική προτεραιότητα για τους ηλικιωμένους τουρίστες. Η παροχή αίσθησης ασφάλειας προς αυτή την ομάδα των τουριστών κρίνεται επίσης απαραίτητη με πάταξη της παραβατικότητας ή εγκληματικότητας και συνεχή έλεγχο και παρακολούθηση της κατάστασης. Τέλος, παρά τις δράσεις για ασφάλεια και αποφυγή ατυχημάτων, ένα οργανωμένο σύστημα υγειονομικών υποδομών και υποδομών περίθαλψης, με νοσοκομεία και κέντρα υγείας προσδίδει επιπλέον ασφάλειας στους ηλικιωμένους τουρίστες (Lee 2016).

Από τη άλλη πλευρά, αντίστοιχα ζητήματα υπάρχουν και στους ιδιώτες που ασχολούνται με τον τουρισμό που μπορεί να είναι επιχειρήσεις εστίασης, διαμονής, αναψυχής, καταστήματα, ή παράλληλες παρεχόμενες υπηρεσίες. Όπως αναφέρει ο κ. Λεβέντης, *«σημαντική είναι η ευαισθητοποίηση και η ενημέρωση αυτής της τουριστικής ομάδας ώστε να προετοιμαστούν κατάλληλα για την ανάπτυξη του τουρισμού της τρίτης ηλικίας.»* Η ικανοποίηση των τουριστών επιδιώκεται καλύπτοντας ζητήματα προσβασιμότητας και ασφάλειας και στον ιδιωτικό τομέα, με τη διαφορά, ότι εδώ μπορεί να αλλάζει ο τρόπος που θα ικανοποιηθούν. Τα ζητήματα του φωτισμού ισχύουν και για τις συγκεκριμένες ιδιωτικές εγκαταστάσεις. Αναφορικά με την ασφάλεια, εδώ η ικανοποίηση εξειδικεύεται στην ασφάλεια με την οποία κλειδώνει το ιδιωτικό δωμάτιο καθώς και στην ύπαρξη χρηματοκιβωτίου. Η καλή ενδοεπικοινωνία επίσης του ηλικιωμένου τουρίστα με την ρεσεψιόν του καταλύματος του προσδίδει ανά πάσα στιγμή μεγαλύτερη ασφάλεια.

Μεγάλο ρόλο στην ικανοποίηση των τουριστών τρίτης ηλικίας διαδραματίζει και ο σχεδιασμός των εγκαταστάσεων του καταλύματος. Πέρα από την ύπαρξη δωματίων AMEA με όλες τις απαραίτητες διευκολύνσεις, απαιτητός είναι και ο κατάλληλος σχεδιασμός ώστε να μην δυσκολεύονται οι ηλικιωμένοι. Οι μηχανικοί των προς κατασκευή εγκαταστάσεων πρέπει να είναι σε θέση να μεριμνούν για τον εργονομικό σχεδιασμό χωρίς μεγάλες υψομετρικές διαφορές, μακρινές αποστάσεις μεταξύ των κοινόχρηστων χώρων, με ράμπες, μπάρες στήριξης και άλλες διευκολύνσεις. Τροποποιήσεις θα πρέπει να γίνονται και στα υπάρχοντα καταλύματα με σκοπό τη διευκόλυνση των τουριστών τρίτης ηλικίας (Lee 2016).

Τέλος απαραίτητες στη βάση όλων κρίνονται οι συνέργειες ανάμεσα στους κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς ώστε να παρέχεται στον ηλικιωμένο τουρίστα ένα ολοκληρωμένο

πακέτο που θα καλύψει τις ανάγκες του και θα τον ωθήσει να πραγματοποιήσει και μελλοντική επίσκεψη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από σήμερα και για τα επόμενα έτη θα υπάρξει μια έντονη αύξηση της αναλογίας των ηλικιωμένων όσον αφορά τους πληθυσμούς των αναπτυγμένων χωρών, από όπου προέρχεται και ο κύριος όγκος των διεθνών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.

Εκτός από την πληθυσμιακή αυτή μεταβολή, παρατηρείται και ένα ακόμη φαινόμενο, αυτό της μετατόπισης της οικονομικής δύναμης προς τις μεγαλύτερες ηλικίες. Με την πάροδο του χρόνου, η ομάδα των καταναλωτών με το δυναμικότερο εισόδημα είναι τα άτομα άνω των 55 ετών των αναπτυγμένων χωρών, κάνοντας έτσι πολλούς να μιλάνε για την οικονομική κυριαρχία των γκρίζων κροτάφων (silver economy) (Περρές 2013).

Η τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας, όπως και κάθε άλλος τομέας ενασχόλησης με την τρίτη ηλικία, οφείλει να αντιληφθεί έγκαιρα αυτές τις μεταβολές και να πράξει αναλόγως ώστε να είναι σε θέση να ικανοποιήσει τη ζήτηση που θα προκύψει τόσο ποσοτικά, όσο και ποιοτικά, αφού πρόκειται για μια ομάδα ατόμων με διαφορετικά δημογραφικά χαρακτηριστικά, ανάγκες και απαιτήσεις, όπου το παρεχόμενο τουριστικό πακέτο πρέπει να προσαρμοστεί ειδικά για αυτούς.

Θα πρέπει επομένως να ξεκινήσει αρχικά μια οργανωμένη καταγραφή και εξαγωγή ορθών στατιστικών στοιχείων που αφορούν τον τουρισμό της τρίτης ηλικίας στην Ελλάδα. Έχοντας τη συγκεκριμένη γνώση, και έπειτα από μελέτες και έρευνες που θα πραγματοποιηθούν πάνω στα στοιχεία, θα είμαστε πλέον σε θέση να έχουμε απτά στοιχεία για τον αριθμό των τουριστών τρίτης ηλικίας, των διανυκτερεύσεών τους, των δαπανών τους, αλλά και των προτιμήσεών τους, με αποτέλεσμα να μπορεί κάθε φορά να διαμορφωθεί ένα τουριστικό πακέτο προσαρμοσμένο στις επιθυμίες και τις ανάγκες τους.

Έπειτα, η προσέλκυση των τουριστών πρέπει να ξεκινά με την προβολή και την προώθηση των τουριστικών πακέτων της επόμενης σεζόν αρκετά νωρίτερα, αφού όπως είδαμε η τρίτη ηλικία προγραμματίζει έγκαιρα τις διακοπές της προσπαθώντας να επιτύχει ποιοτικές παροχές σε χαμηλότερες τιμές. Απαραίτητη είναι και η στόχευση σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους, ώστε το μήνυμα της προβολής να είναι επιτυχημένο. Η στόχευση μπορεί πραγματοποιηθεί με διάφορα κριτήρια και σίγουρα πρέπει να μεριμνήσουμε ιδιαίτερα στην προβολή και τη διαφήμιση σε χώρες από τις οποίες

είδαμε ότι έχουμε τις μεγαλύτερες εισροές τουριστών τρίτης ηλικίας, όπως είναι η Γερμανία, η Αυστρία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, το Ισραήλ και η Αμερική.

Κατά τη διάρκεια της παραμονής του ηλικιωμένου τουρίστα, θα πρέπει να είμαστε σίγουροι για την ικανοποίησή του, ώστε να πραγματοποιήσει μελλοντική επίσκεψη και να παρακινήσει και άλλα άτομα τρίτης ηλικίας να επισκεφτούν τον τόπο. Αρχικά το παρεχόμενο τουριστικό πακέτο θα πρέπει να ανταποκρίνεται επάξια στο μήνυμα που του είχε προβληθεί κατά την προσέλκυση. Επιπλέον, θα πρέπει να ικανοποιούνται σε κάθε περίπτωση ζητήματα που αφορούν την προσβασιμότητα, την ασφάλεια και την υγεία.

Μια ακόμη μέριμνα αποτελεί και η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που απευθύνονται στους τουρίστες της τρίτης ηλικίας, αφού όπως είδαμε ξεφεύγουν από το πρότυπο του μαζικού τουρισμού του ήλιου και της θάλασσας, είναι δραστήριοι, θέλουν να μαθαίνουν καινούρια πράγματα και να αποκτούν νέες εμπειρίες και αναμνήσεις. Φυσικά, σε κάθε περιοχή μπορούν να αναπτυχθούν διαφορετικές μορφές εναλλακτικών μορφών τουρισμού ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του τόπου.

Τέλος υπάρχουν ζητήματα που αφορούν όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο την τουριστική περίοδο και πρέπει να γίνονται για την συνολική ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και του τουρισμού τρίτης ηλικίας. Το πρώτο αφορά την εκπαίδευση και την κατάρτιση των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό. Σε μια χώρα όπου ο τουρισμός αποτελεί τη πιο σημαντική βιομηχανία, κρίνεται απαραίτητο να υπάρχουν ανώτατες σχολές τουριστικών επαγγελμαμάτων που θα καταρτίζουν σχετικά με τον τουρισμό άτομα από υπαλλήλους μέχρι και διοικητικά στελέχη. Μια ακόμη δράση αφορά τη συνεχή συντήρηση και βελτίωση των υποδομών του τόπου, που αφορούν στην οδοποιία, στις συγκοινωνίες, στην καθαριότητα, στην προσβασιμότητα μνημείων και αξιοθέατων, στις ειδικές διευκολύνσεις προσβασιμότητας για ΑΜΕΑ και όποιες άλλες δράσεις κρίνονται απαραίτητες για τη συνεχή βελτίωση των συνθηκών ώστε ο τόπος να είναι βιώσιμος. Τέλος, κρίνονται αναγκαίες οι συνέργειες μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων με τον τουρισμό, ιδιωτικού και κρατικού κλάδου, και η ευαισθητοποίηση τους ώστε όλοι οργανωμένα και στοχευμένα να έχουν ως κοινό όραμα την προσέλκυση περισσότερων τουριστών τρίτης ηλικίας και την ανάπτυξη του τόπου.

Είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε ότι η προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας καταπολεμά το φαινόμενο της εποχικότητας του τουρισμού φέρνοντας στον τόπο δραστηριοποίηση δώδεκα μήνες το χρόνο. Δίνοντας επομένως μια δυνατή ώθηση στην ανάπτυξη του τόπου, οδηγούμαστε στην παραμονή των κατοίκων στις εστίες τους με τη δημιουργία μόνιμων θέσεων εργασίας κάτι το οποίο συμβάλλει έντονα στην προσπάθεια αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης και άλλων κοινωνικών προβλημάτων.

Φυσικά, θεμέλιος λίθος για την επίτευξη του στόχου, είναι η απόλυτη ειλικρίνεια και ο σεβασμός απέναντι στον τουρίστα τρίτης ηλικίας. Ένα ειλικρινές μήνυμα και μια ορθή στάση και συμπεριφορά είναι αυτό που χρειάζονται πάνω από όλα να δεχτούν οι τουρίστες, ώστε να φύγουν από τον τόπο με τις καλύτερες αναμνήσεις και εμπειρίες, που θα αποτελέσουν βασικό έναυσμα για πραγματοποίηση μελλοντικής επίσκεψης και για διαφήμιση στον τόπο της επιστροφής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξένη Βιβλιογραφία

- Alén, E., Domínguez T., and Losada N. (2012) New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism στο Kasimoglu M. *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies*
- Alén, E., Losada, N., και Domínguez, T. (2016) ‘The impact of ageing on the tourism industry: An approach to the senior tourist profile’ *Social Indicators Research*, 127(1): 303–322.
- Alén, E., Losada, N., και De Carlos, P. (2017) ‘Profiling the segments of senior tourists throughout motivation and travel characteristics’ *Current Issues in Tourism*, 20(14):1454–1469.
- Barak, B., Mathur, A., Lee, K. και Zhang Y. (2001) Perceptions of age-identity: a cross-cultural inner-age exploration, *Psychology and Marketing*, 18(10):1003-1029
- Batra, A. (2009) Senior pleasure tourists: ‘Examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok metropolis’ *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3):197–212.
- Clark, S., Long, M., και Schiffman L. (1999) The mind-body connection the relationship among physical activity level, life satisfaction and cognitive age among mature females, *Journal of Social Behavior and Personality*, 14(2):221-240
- Gavrilov, L. και Heuveline, P. (2003) ‘Aging of Population’ στο Demeny, P. και McNicoll, G. (eds.) *The Encyclopedia of Population*. New York: Macmillan Reference USA: 32-37
- Graham, M., Dann N. (2002) ‘Senior Tourism and Quality of Life’, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(1-2):5-19
- Hawkins, B., Foose, A. και Binkley, A (2004) Contribution of leisure to the life-satisfaction of older adults in Australia and the United States. *World Leisure Journal* , 46(2): 4-12
- Hayflick, L. (1994) *How and why we age*, New York: Ballantine Books
- Horneman, L., Carter, R., Wei, S., Ruy, S. (2002) Profiling the senior traveler: an Australian perspective, *Journal of Travel Research*, 41(1):23–37
- Laslett, P. (1987) The Emergence of the Third Age, *Ageing and Society*, 7(2):133-160
- Lee, C. (2016) An investigation of factors determining destination satisfaction and travel frequency of senior travelers, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(4):471–495.
- Lieux E., Weaver P., McCleary K. (1994) , ‘Lodging Preferences Of The Senior Tourism Market’, *Annals of Tourism Research*, 21(4): 712-728
- Maslow, A. (1954) *Motivation and Personality*, New York: Harper and Brothers

- McGuire F., Uysal M., McDonald C. (1988) Attracting the older traveler, *Tourism Management*, 9(2): 161-164
- Preston, N., Samuel H., Christine H., και Mitchell E. (1989) 'Demographic conditions responsible for population aging', *Demography* 26(1): 691-704.
- Sniadek, J. (2006) Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry, *Studies in physical culture and tourism*, 43(1):103-105
- Szmigin, I., και Carrigan, M. (2001) Time consumption and the older consumer an interpretive study of the cognitively young, *Psychology and Marketing*, 18(10):1091-1116
- Viant A. (1993), 'Enticing the elderly to travel: An exercise in Euro-management', *Tourism Management*, 14(1):52-60
- Vicente, R. (2001) Tourism as a recruiting post for retirement migration, *Tourism Geographies*, 3(1):52-63

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Δαρδαβέσης, Θ. (1999) *Εισαγωγικά στοιχεία γηριατρικής και γεροντολογίας*, Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα
- Καρατζά, Ι. (1989) 'Εισήγηση για τον Ιαματικό Τουρισμό', Μυτιλήνη: ΕΛ.ΚΕ.ΠΑ
- Κάτσος, Γ. (2004) *Τουρισμός τρίτης ηλικίας*, Αθήνα: ΙΤΕΠ
- Καψή Ν. (2006) Άτομα τρίτης ηλικίας, η κρυφή μορφή τουρισμού, *Τουρισμός και Οικονομία*, 317: 26-29
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. και Γκρίμπα, Ε. (2011) *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Αθήνα: ΚΡΙΤΙΚΗ
- Κονιός Ι., (1991) 'Ιαματικές Πηγές, μια παραμελημένη τουριστική δυνατότητα', *Τουριστική Αγορά*, 23(1):5-15
- Μοίρα, Π. (2009) *Θρησκευτικός τουρισμός*, Αθήνα: INTERBOOKS
- Περρές, Κ. (2013) *Τουρισμός για άτομα τρίτης ηλικίας*, Αθήνα: ΙΤΕΠ
- Σιάμπος, Γ. (1993) *Δημογραφία*, Αθήνα: Σμπίλιας-Το οικονομικό
- Τσάρτας, Π. (1991) *Τουρισμός Υγείας*, Αθήνας: ΕΤΒΑ

Ξένη Μεταφρασμένη Βιβλιογραφία

Pervin, L. και John, O., (2001) *Θεωρίες προσωπικότητας, έρευνα και εφαρμογές*. Αθήνα: Τυπωθήτω-Γ. Δαρδανός.

Διαδικτυακές Πηγές:

INSETE - Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
(<http://www.insete.gr/el-gr/>) [πρόσβαση 01 Μαρτίου 2019]

OECD (2019), *Fertility rates (indicator)* [διαδίκτυο (online)] Διαθέσιμο στο:
<https://data.oecd.org/pop/fertility-rates.htm> [πρόσβαση 26 Ιανουαρίου 2019]

OHE - UN Population Fund (<https://www.unfpa.org/>) [πρόσβαση 20 Ιανουαρίου 2019]

Our world in data (<https://ourworldindata.org/>) [πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2018]

Population Pyramid Net (<https://www.populationpyramid.net/world/2017/>) [πρόσβαση 01 Φεβρουαρίου 2019]

Population Reference Bureau (<https://www.prb.org/>) [πρόσβαση 04 Φεβρουαρίου 2019]

UNDESA - United Nations Department of Economic and Social Affairs
(<https://www.un.org/development/desa/en/>) [πρόσβαση 23 Φεβρουαρίου 2019]