
PERSPECTIVAS INTERNACIONAIS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

JORGE COSTA
PROFESSOR
UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

This article reviews themes related with tourism development in an international perspective. For this end, three of the most relevant publications in this field were analysed: *Annals of Tourism Research*; *Tourism Management*; and *Travel and Tourism Analyst*. The review covers four main themes: sustainable tourism, transport, new touristic products, and the future of tourism. The most relevant studies are presented in tabular format, with the main implications presented throughout the article and the recommendations provided as a concluding note. Finally, a thematic diagram with the core themes, sub-themes and proposed actions is given.

INTRODUÇÃO

A globalização da economia e dos mercados, trouxe consigo um aumento gradual da concorrência e um despertar dos consumidores para novos produtos e um melhor nível de serviços. Estes e outros factores, vieram contribuir para uma mudança radical no ambiente competitivo em que as empresas dos sectores turístico e hoteleiro operam. A dinâmica dos mercados e o grau de exigência dos clientes, obrigam a uma constante atenção às novas acções da concorrência, às necessidades em mudança dos clientes, e ao elevado nível de desactualização da mão-de-obra disponível.

Para lidar proactivamente com esta nova realidade, por oposição a um mercado onde a procura excedia a oferta e a preocupação essencial era a de criar capacidade, muitas vezes em detrimento da qualidade dos serviços oferecidos, as empresas do sector têm de repensar as suas estratégias. Este re-orientar de estratégias, deverá ter por base um conhecimento bastante preciso das principais tendências que se divisam quer a nível nacional, quer internacional, com especial incidência para os mercados emissores. Este conhecimento/consciencialização para as possíveis oportunidades e ameaças com que as empresas dos sectores turístico e hoteleiro se confrontam, permitir-lhes-á explorar de forma integrada essas oportunidades, e ao mesmo tempo, estarem preparadas para evitar e/ou lidar com as possíveis ameaças. É nesta área da identificação e análise de tendências que este artigo pretende dar uma contribuição.

De seguida, são passados em revista os temas resultantes de investigação conduzida junto de três dos mais representativos jornais académicos publicados nas áreas de turismo e hotelaria. São eles: *Annals of Tourism Research*, *Tourism Management*, e *Travel and Tourism Analyst*. De forma a sumariar as principais tendências, são fornecidos quadros temáticos com a descrição dos temas e sub-temas tratados por cada autor.

402

A análise de conteúdo das publicações seleccionadas revelou um elevado número de temas dos quais quatro foram escolhidos para exposição. São eles:

1. turismo sustentado
2. transportes
3. novos produtos
4. futuro do turismo

TEMA 1: TURISMO SUSTENTADO

Conforme pode ser visto no Quadro I, o aspecto mais saliente deste tema é a necessidade de considerar a sustentabilidade durante as fases iniciais do desenvolvimento turístico. O desenvolvimento de um produto que esteja em harmonia com o meio ambiente local é fundamental em termos de turismo sustentado (Ayala 1995). Como exemplo pode citar-se o caso das Ilhas Fidji, que nos últimos dez anos viram o número de turistas aumentar de uma forma quase dramática. Este aumento verificou-se em todos os segmentos turísticos, desde o segmento alto até ao considerado turismo de massas.

Embora as Ilhas Fidji tenham muitas e variadas atracções para oferecer, para que se mantenham competitivas e com sucesso, precisam de desenvolver produtos de qualidade que tenham em conta e se enquadrem no meio ambiente local. Muitos dos habitantes destas ilhas, encaram o turismo como um meio de a curto prazo obter ganhos substanciais. No enquadramento proposto por Ayala, pode-se concluir que a sustentabilidade deve desenvolver-se através de um planeamento eficaz, onde as linhas de orientação respeitem a diversidade e extensão do desenvolvimento a levar a cabo. Por outro lado, existe uma necessidade premente de educar as populações locais no sentido de compreenderem a importância de um desenvolvimento sustentado, que preserve o produto que efectivamente lhes permite sobreviver e prosperar.

Quadro I - Turismo sustentado

Autores	Tema	Sub-tema
Ayala 1995	Integrar a diversidade dos recursos das Fidji num eco-produto de grande qualidade através de uma combinação de planeamento e conservação e uma maior compreensão da importância da educação/formação	Conservação e ecologia
Harrison 1995	O uso do ciclo de vida do turismo no desenvolvimento do turismo sustentado em África	Planeamento e desenvolvimento de turismo sustentado
Garcia-Ramon 1995	Desenvolvimento do sector turístico espanhol numa perspectiva de turismo sustentado – a necessidade de promoção do interior, particularmente o turismo rural	Planeamento do turismo rural
Echtner 1995	A implementação de programas de treino para o desenvolvimento de turismo sustentado nas nações em vias de desenvolvimento	Educação e treino
Hughes 1995	Os patrocínios dos governos e das empresas às iniciativas que visam a relação sustentada entre o turismo e o meio ambiente	Relação entre o turismo e o meio ambiente
Orams 1995	Definição de eco-turismo e análise da forma como os países adaptam o seu produto de modo demonstrar um comportamento responsável face ao meio ambiente	Eco-turismo

Um outro aspecto relacionado com a sustentabilidade do turismo refere-se aos esforços levados a cabo pelos responsáveis desta área, no sentido de prolongar o ciclo de vida dos produtos (Harrison 1995, Garcia-Ramon 1995). Um dos exemplos interessantes é o da Swazilândia. Esta nação foi alvo de um rápido crescimento durante o período colonial britânico, mas, findo este, entrou em rápido declínio. As perspectivas apontam para que, uma Swazilândia rejuvenescida tenha o potencial para desenvolver um excelente produto turístico, que não só use as capacidades e conhecimentos da população, mas também, as condições naturais do país. O desenvolvimento turístico deste país poderá, ainda, beneficiar da curva de aprendizagem de outros países africanos como o Quénia e a Tanzânia, onde o deficiente planeamento turístico resultou em graves consequências para o ambiente e as populações locais. A Swazilândia poderá reflectir e aprender com estes exemplos, podendo desenvolver algo próximo do “destino perfeito”, tendo por base as condições que o país oferece.

Um outro país que, quase desesperadamente, tem tentado oferecer produtos que suportem e sustentem as comunidades locais é a Espanha. De acordo com Garcia-Ramon (1995), a Espanha tem-se concentrado em zonas fora das regiões costeiras, nomeadamente no interior rural, para desenvolver produtos turísticos que ajudem a sustentar e desenvolver as populações locais. De facto, e á semelhança do que acontece em Portugal, existe uma necessidade premente de desenvolver o interior do país, de forma a que este possa oferecer um "turismo rural" de qualidade. O desenvolvimento deste produto pretende criar as condições para que os turistas possam alojar-se com as populações locais, contribuindo desta forma para uma maior aproximação entre as pessoas. Ao mesmo tempo, esta aproximação também levará ao desaparecimento das barreiras muitas vezes existentes entre os habitantes locais e os turistas.

Conforme se pode observar no Quadro I, existe uma linha clara de pensamento nas três publicações analisadas, que aponta para a preocupação em desenvolver o produto turístico de uma forma sustentada. No que diz respeito às acções necessárias para que se atinja este objectivo, elas também são claras e consistem na educação e treino das pessoas envolvidas no sector turístico. Por outro lado, as acções dos governantes e de outras organizações ligadas ao sector, deverão ir no sentido de patrocinar e levar a cabo iniciativas que versem a questão da relação equilibrada entre o desenvolvimento do turismo e o meio ambiente.

TEMA 2: TRANSPORTES

Da investigação conduzida no âmbito do turismo, a área dos transportes é muito relevante, com especial destaque para as actividades dos operadores das linhas aéreas (ver Quadro II). É interessante observar que, embora os trabalhos de investigação se tenham concentrado na desregulamentação do espaço aéreo europeu, em termos sectoriais, a ênfase deslocou-se dos voos regulares para os voos *charter*. A importância deste segmento é notável, reflectindo, também, o aumento do número de viajantes/turistas em voos não regulares. No entanto, neste momento, e no que respeita ao futuro dos voos *charter*, os operadores encontram-se numa fase de "luta" pelos *slots* aéreos disponíveis num mercado que agora é livre e aberto à concorrência. Muitos dos especialistas em linhas aéreas vaticinaram o fim do mercado de voos *charter* como resultado da legislação imposta por Bruxelas. Porém, os operadores de voos *charter* continuam a explorar com sucesso as rotas do norte e sul da Europa e do Mediterrâneo. Uma das principais razões para esta situação é o aspecto dos custos, visto que as pessoas ainda estão dispostas a voar de madrugada por um preço mais baixo do que aquele que pagariam por um voo regular.

No mercado asiático, as linhas aéreas também têm sofrido como resultado da luta pela supremacia global desta indústria, que se tem travado entre companhias europeias e norte-americanas. Como resultado desta "guerra", as transportadoras asiáticas são forçadas a negociar alianças estratégicas para evitarem ser deixadas à margem destes negócios (ex. Star Alliance).

Um mercado onde nem os europeus nem os americanos entraram ainda, na sua luta pela globalização, foi o mercado africano. A realidade demonstra que, à medida que a estabilidade política ocorre através dos vários países deste continente, o crescimento das companhias aéreas africanas é de antecipar. Este contexto de estabilidade e desenvolvimento poderá levar algum tempo a acontecer e a produzir os seus efeitos, mas, a realidade aponta para que, uma maior cooperação entre a África, Europa e Estados Unidos da América, possa facilitar este crescimento na indústria dos transportes aéreos.

Quadro II - Transportes

Autores	Tema	Sub-tema
French 1995	O futuro dos operadores de voos <i>charter</i> no contexto da desregulamentação total do espaço aéreo europeu	Regulamentação das linhas aéreas europeias
Mak e Go 1995	As linhas aéreas asiáticas e as alianças estratégicas que estão a desenvolver com companhias norte-americanas e europeias na sua 'luta' por quota de mercado	Linhas aéreas globais
Endres 1995	Maior estabilidade política e a implantação de multinacionais em África e a influência destas para a melhoria das linhas aéreas neste continente	Novas transportadoras aéreas
Vickerman 1995	A performance do Eurotúnel em relação às linhas aéreas concorrentes e as perspectivas futuras face aos problemas financeiros que tem vindo a atravessar	A performance do Eurotúnel
Peisley 1995	As estratégias dos três maiores operadores do sector dos cruzeiros em relação ao ambiente empresarial dos anos 90	Decisões estratégicas no sector dos cruzeiros

Em conclusão poder-se-á dizer que, estes desenvolvimentos deverão naturalmente influenciar a indústria turística, visto que, o aumento da concorrência entre linhas aéreas levará a uma melhoria do serviço, bem como, a reduções de preços, uma vez que os operadores turísticos tudo farão para que os objectivos de ocupação/capacidade sejam atingidos.

TEMA 3: NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS

Da análise dos produtos turísticos (Quadro III), resulta o facto de que, alguns deles têm um ciclo de vida relativamente curto, resultando num sem número de novos produtos oferecidos neste mercado. Durante o ano de 1995, os EUA foram o país que ofereceu a maior variedade de produtos turísticos. Dentro destes, o produto mais popular foi o "turismo de compras" ou *shopping tourism*. Alguns estudos foram entretanto levados a cabo para examinar este *interface* entre o comprar (shopping) e o turismo (Finn e Erdem 1995, Timothy e Butler 1995).

Quadro III - *Novos produtos turísticos*

Autores	Tema	Sub-tema
Finn e Erdem 1995	O desenvolvimento de 'mega-centros comerciais' como atracções turísticas e a combinação do conceito de 'ir às compras' com o de parques temáticos como um factor importante no desenvolvimento do turismo urbano	Desenvolvimento do turismo urbano
Timothy e Butler 1995	O recente aumento do movimento de turistas entre o Canadá e os Estados Unidos e o papel do acto de 'ir às compras' como um dos geradores do <i>shopping tourism</i>	Turismo e retalho
Loverseed 1995	O turismo de 'jogo' no Estados Unidos: um grande negócio à medida que o governo flexibiliza as leis sobre o jogo	Turismo e jogo
Long 1995	Os novos estados dos EUA que receberam autorização para a exploração de casinos e a forma como estão a tentar usar os exemplos de Las Vegas e Atlantic City na sua tentativa de captar turistas	O desenvolvimento de casinos para atrair turistas
Nickerson 1995	Poderão os casinos e o jogo atrair turistas para uma certa área geográfica?	Os efeitos do jogo

A recente vaga de novas aberturas de centros comerciais de grandes dimensões nos Estados Unidos (mega-malls), trouxe consigo a combinação dos conceitos de compras (shopping) com o de parque temático. A ideia por detrás de tal combinação serve para levar pessoas a viajar para outros estados, ou mesmo continentes, à procura de uma experiência única. Visto que a maior parte destes complexos são construídos fora dos centros urbanos, pode também reconhecer-se o papel que poderão ter em termos de rejuvenescimento do tecido urbano, trazendo investimento e oportunidades de emprego para a comunidade local. Autores como Timothy

90

e Butler (1995), examinaram as razões para o número crescente de turistas canadianos atravessando a fronteira para visitar os Estados Unidos, especialmente durante 1995. De acordo com a sua análise, a principal razão porque os canadianos tiram férias nos Estados Unidos é para fazer compras. De facto, "ir às compras" é referido pelos turistas como uma das actividades de lazer mais agradáveis. Por outro lado, numa grande parte dos casos, os turistas gastam mais dinheiro em compras do que noutras formas de passatempo.

Da análise do impacto do acto de "comprar" (ir às compras) no turismo europeu, a tendência aponta para que o conceito de centros comerciais de grandes dimensões (mega-malls) seja replicado e que brevemente se assista a situações em que pessoas visitem uma área específica apenas pela experiência de "ir às compras".

TEMA 4: FUTURO DO TURISMO

Nos últimos anos, vários autores têm especulado sobre o futuro do turismo e o facto deste sector se ter de adaptar e mudar de forma a manter os níveis das receitas (ver Quadro IV).

De acordo com Towner (1995), o turismo tem sido tradicionalmente dominado pela experiência cultural ocidental, onde as pessoas embarcam em "jornadas turísticas", revivendo uma espécie de *grand tour*. Para que esta perspectiva seja ultrapassada, uma integração mais profunda do lazer, da recreação e do turismo, é necessária, de forma a que as jornadas turísticas deixem de ser vistas como eventos isolados.

Quadro IV - Futuro do turismo

Autores	Tema	Sub-tema
Towner 1995	O turismo como uma área dominada pela cultura ocidental e a necessidade de alterar esta perspectiva no sentido de englobar outros países e culturas	Perspectivas históricas sobre o turismo
Jefferson 1995	As perspectivas do turismo para os próximos dez anos, incluindo o impacto do segmento da terceira idade, aspectos de qualidade e de equilíbrio ambiental	Mudanças na natureza do turismo
Edgell 1995	O turismo como uma fonte de rendimentos e emprego que pode ser melhorada se as limitações ao turismo internacional forem alteradas	Turismo e burocracia
Choy 1995	O turismo como uma forma de melhorar as oportunidades de carreira e os níveis salariais dos residentes a trabalhar no sector	Turismo e emprego
Ryan 1995	O excesso de graduados nas áreas de turismo e a limitação que o sector tem em absorver o crescente número de jovens com formação superior nesta área	Ensino superior e turismo

Elaborando neste tema do futuro do turismo, Jefferson (1995) analisa as perspectivas para o sector nos próximos dez anos, baseando as suas descobertas em tendências demográficas, socio-económicas e políticas.

Em termos demográficos, um dos aspectos mais importantes é o crescimento do segmento de "turistas seniores". De facto, por volta do ano 2001, um em cada quatro europeus terá mais de 55 anos, e nos Estados Unidos e Japão, uma em cada sete pessoas terá mais de 64 anos. A principal implicação resultante duma mudança demográfica, será, em princípio, o número elevado de cidadãos de idade nos países desenvolvidos do mundo, ou seja, os principais mercados emissores.

No que respeita às tendências sociais, é possível observar-se o aumento das expectativas por parte dos visitantes. Por outro lado, uma outra tendência importante é o número de vezes que as pessoas tiram férias por ano. Fazer férias duas, três e até quatro vezes ao ano é cada vez mais comum, o que permite ao sector prolongar o ciclo de vida do(s) seu(s) produto(s).

Um outro aspecto importante afectando o futuro do turismo são as barreiras impostas pelas leis e regulamentos internacionais. Da investigação conduzida por Edgell (1995) sobre o tema da interligação entre a política e o turismo, pode concluir-se que muitos países estão a usar o sector do turismo como gerador de riqueza e emprego. No entanto, de acordo com este autor, os aspectos em causa poderão ser melhorados se as barreiras ao turismo internacional forem reduzidas ou mesmo eliminadas. A União Europeia facilitou a difusão dos fluxos turísticos através dos quinze estados membros. Por outro lado, os recentes acordos estabelecidos no âmbito do GATT (agora Organização Mundial do Comércio), também poderão vir a melhorar a liberdade de se poder praticar "comércio justo" (concorrência leal) no âmbito do turismo, onde, os efeitos positivos no crescimento do turismo internacional poderão ser substanciais.

Por fim, e partindo da análise do trabalho de Choy (1995), podemos identificar uma outra perspectiva sobre como o turismo é possível de se vir a expandir no futuro. Na perspectiva deste autor, o turismo pode ser usado como um catalizador no sentido de aumentar as oportunidades de carreira e os níveis salariais para os residentes dos países onde o turismo se está a desenvolver. Esta situação poderá levar a que países adoptem uma abordagem não planeada ao desenvolvimento do turismo. Nestes casos, os objectivos de curto prazo, nomeadamente em relação ao emprego e á economia, são preferidos em detrimento dos objectivos de longo prazo. Estas opções deverão ser tidas em consideração já que, os governos

destes países deverão assumir a responsabilidade por manter um ambiente económico competitivo e atraente para os potenciais investidores. O quadro económico poderá ser melhorado através do investimento privado (empresas) na educação/formação dos seus funcionários, e através da possibilidade dada a estes de poderem visitar um vasto número de destinos turísticos, de forma a melhorar os seus conhecimentos e experiências. Este conhecimento acumulado, poderá constituir uma base importante no desenvolvimento de projectos futuros.

CONCLUSÃO

Ao longo dos últimos dez anos, muitos aspectos relacionados com o sector turístico vieram a alterar-se devido a mudanças políticas, económicas e sociais que ocorreram quer nos países emissores, quer nos países receptores de turismo. Em termos políticos, foi apenas há oito anos que a Europa assistiu à abertura do leste e posteriormente à interacção entre os países da Europa Ocidental com os da Europa de Leste. Durante este período, Praga (República Checa) e Budapeste (Hungria), tornaram-se nos destinos de férias de curta duração (short-breaks), com o crescimento mais rápido deste mercado.

As perspectivas para o final do século apontam para um aumento de importância dos destinos como a Turquia, enquanto que países como a Inglaterra têm vindo e continuarão a ser afectados pelas políticas económicas que resultaram num fortalecimento das suas moedas (taxas de câmbio desvantajosas). Sendo os recursos económicos e as flutuações nas taxas de câmbio responsáveis pela diminuição dos rendimentos disponíveis, que por sua vez actuam como um dos principais determinantes na decisão de fazer férias, é de compreender a quebra nos fluxos turísticos e conseqüentemente nas receitas produzidas pelo sector turístico destes países.

Se passarmos em revista as principais tendências identificadas ao longo dos últimos dez anos, existem certas ilações que poderão ser retiradas (ver sumário dos principais temas e sub-temas na Figura 1):

- a sustentabilidade é um requisito fundamental para os países que queiram desenvolver os sectores turístico e hoteleiro. No processo de desenvolvimento do produto turístico, os responsáveis pelo planeamento deverão certificar-se da harmonia entre o produto e o ambiente local. Por outro lado, a sustentabilidade deve desenvolver-se através de um planeamento eficaz, com linhas orientadoras bem definidas acerca da extensão e alcance deste desenvolvimento. Este grau de desenvolvimento só é possível através da educação e treino

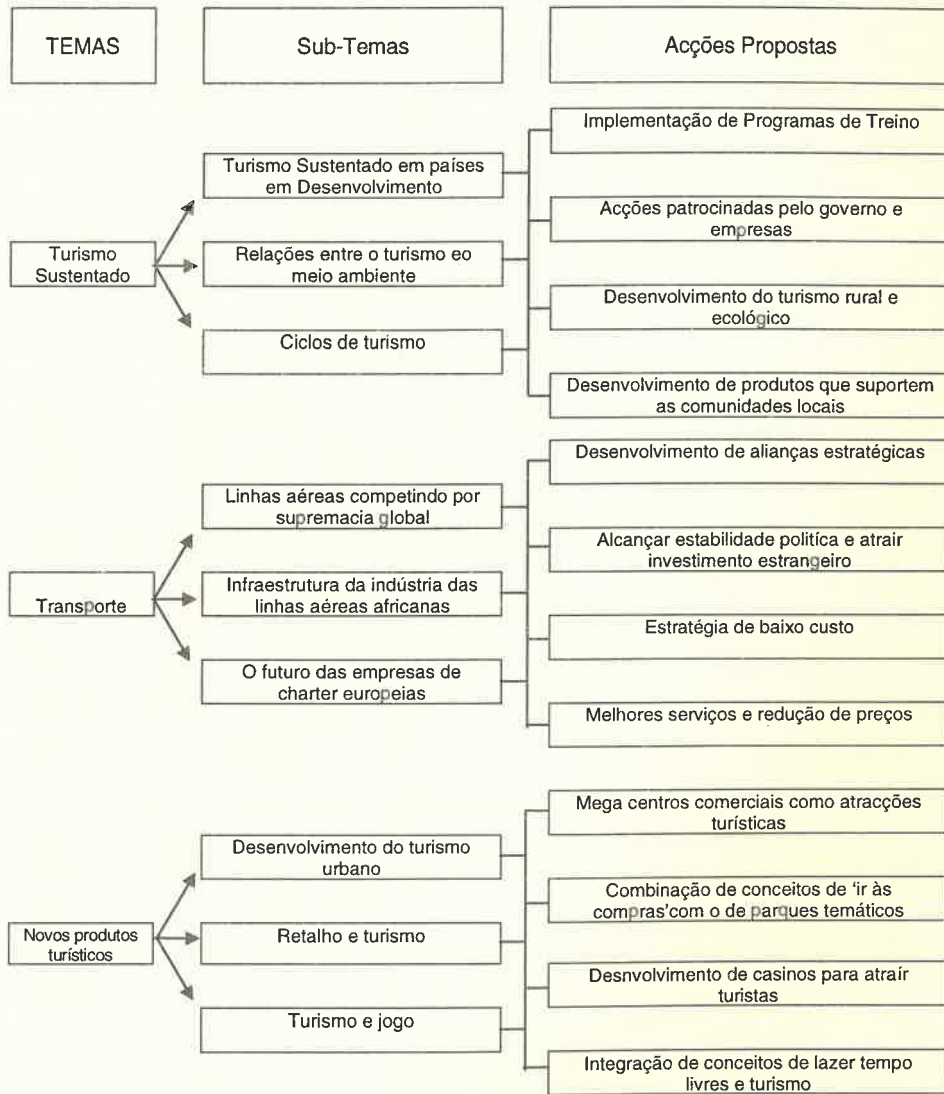
das pessoas envolvidas no turismo. Esta consciencialização/formação passa, fundamentalmente, pelas acções dos governos e organizações, naquilo que respeita às iniciativas que visem a relação entre o turismo e o meio ambiente circundante;

410

- os meios de transporte, com especial incidência para as linhas aéreas, são um dos aspectos chave para o desenvolvimento dos sectores em análise. No contexto das linhas aéreas, é de esperar que o surgimento de alianças estratégicas impacte positivamente nos fluxos turísticos, já que deverão possibilitar melhores e mais rápidas ligações, supostamente a preços inferiores aos actualmente praticados;
- a combinação do conceito de turismo com o de “compras”, levou ao desenvolvimento de ‘mega-centros comerciais’ onde a experiência de comprar é complementada pelo acesso/visita a parques temáticos. Estes novos projectos têm vindo a encorajar mais turistas a visitarem determinadas zonas que anteriormente não seriam alvo de tão elevado número de visitantes. Por outro lado, a localização destes complexos, fora dos centros urbanos, certamente contribuirá para o rejuvenescimento do tecido urbano circundante.

Por fim, é de referir a especulação que tem vindo a ser feita à volta do futuro desenvolvimento do turismo. Aspectos como o número crescente de viagens no segmento da terceira idade, o número de períodos de férias tirados ao ano, e as elevadas expectativas que os turistas cada vez mais acalentam em relação ao produto/serviço que lhes é oferecido, deverão ser encarados como oportunidades a ter em conta no planeamento das empresas dos sectores turístico e hoteleiro.

Figura 1 - Sumário dos Principais Temas e Sub-temas



BIBLIOGRAFIA

- AYALA, H. "From quality product to eco-product: will Fiji set a precedent", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 1, (1995): pp. 39-47.
- CHOY, D.J.L. "The quality of tourism employment", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 2, (1995): pp. 129-137.
- ECHTNER, C.M. "Entrepreneurial training in developing countries", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22 No. 1, (1995): pp. 119-134.
- 412 EDGELL, D.L. "A barrier-free future for tourism", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 2, (1995): pp. 107-110.
- ENDRES, G. "Transport: airlines in sub-Saharan Africa", *Travel and Tourism Analyst*, No. 5, (1995): pp. 4-23.
- FINN, A. e ERDEM, T. "The economic impact of a mega-multi-mall. Estimation issues in the case of West Edmonton Mall", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 5, (1995): pp. 367-373.
- FRENCH, T. "Transport: charter airlines in Europe", *Travel and Tourism Analyst*, No. 4, (1995): pp. 4-19.
- GARCIA-RAMON, M.D. "Farm tourism, gender and the environment in Spain", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22 No. 2, (1995): pp. 267-282.
- HARRISON, D. "Development of tourism in Swaziland", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22 No. 1, (1995): pp. 135-156.
- HUGHES, G. "The cultural construction of sustainable tourism", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 1, (1995): pp. 49-59.
- JEFFERSON, A. "Prospects for tourism - a practitioners view", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 2, (1995): pp. 101-105.
- LONG, P.T. "Casino gaming in the United States: 1994 status and implications", *Tourism Management*, Vol. 16, No. 3, (1995): pp. 189-197.
- LOVERSEED, H. "Market segments: gambling tourism in North America", *Travel and Tourism Analyst*, No. 3, (1995): pp. 40-53.
- MAK, B. e GO, F. "Matching global competition: co-operation among Asian airlines", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 1, (1995): pp. 61-65.
- NICKERSON, N. "Tourism and gambling content analysis", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22 No. 1, (1995): pp. 53-66.
- ORAMS, M.B. "Towards a more desirable form of ecotourism", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 1, (1995): pp. 3-8.
- PEISLEY, T. "Transport: the cruise ship industry to the 21st century", *Travel and Tourism Analyst*, No. 2, (1995): pp. 4-25.
- RYAN, C. "Tourism courses: a new concern for a new time", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 2, (1995): pp. 97-100.
- TIMOTHY, D.J. e BUTLER, R.W. "Cross-border shopping: a North American perspective", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22. No. 1, (1995): pp. 16-34.
- TOWNER, J. "What is tourism's history?", *Tourism Management*, Vol. 16 No. 5, (1995): pp. 339-343.
- VICKERMAN, R. "Transport: the channel tunnel - a progress report", *Travel and Tourism Analyst*, No. 3, (1995): pp. 4-20.