



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**ΚΕΡΚΥΡΑΪΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΑΠΟ ΤΟ
ΤΡΙΠΤΥΧΟ «ΗΛΙΟΣ-ΑΜΜΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ» ΣΕ
ΕΝΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΜΙΑΡΗ Α.Μ.720

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΡΙΧΑΣ

©
2012



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF
CRETE**

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**TOURISM IN CORFU: FROM THE TRIPTYCH
“SEA-SUN-SAND” TOWARDS AN ALTERNATIVE
MODEL OF TOURISM DEVELOPMENT**

DIPLOMA THESIS

Student : Konstantina Miari A.M. 720

Supervisor : Nikolaos Trihas

©
2012

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

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να μελετηθούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα καθώς και αυτές που θα μπορούσαν να αναπτυχθούν, σύμφωνα με τα ιδιαίτερα φυσικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του νησιού. Αρχικά, γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως εναλλακτικού προτύπου τουριστικής ανάπτυξης από τον μαζικό τουρισμό. Για την πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση του θέματος, διεξήχθη πρωτογενής έρευνα με ερωτηματολόγιο, σε ξενοδόχους, σε tour operators και τουριστικά γραφεία ώστε να καταγραφούν οι δικές τους απόψεις. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον καθώς καταδεικνύουν με τον καλύτερο τρόπο την αναπτυξιακή πορεία που ακολουθεί ο τουρισμός στο νησί της Κέρκυρας, με τα ιδιαίτερα και σπάνια φυσικά και ανθρωπογενή χαρακτηριστικά.

Λέξεις Κλειδιά: Μαζικός τουρισμός, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, τουριστική ανάπτυξη, Κέρκυρα.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to study alternative forms of tourism which have been developed on the island of Kerkira (Corfu) as well as those that could be developed in accordance to the particular physical and social characteristics of the island. Initially, there is a theoretical approach of alternative forms of tourism as an alternative model of tourism development of mass tourism. For a more comprehensive approach, primary research was conducted by questionnaires to hoteliers, tour operator, and in tourist offices to record their own opinions. The conclusions from the analysis are of great interest as they show the best development path followed by tourism on the island of Corfu, with its very rare natural and man-made features.

Key Words: Mass tourism, alternative forms of tourism, tourism development, Corfu.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	6
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	9
ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	14
1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	14
1.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	18
1.3 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	22
1.4 ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T. ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	24
1.4.1 ΙΣΧΥΡΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Strenghts).....	25
1.4.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Weaknesses).....	26
1.4.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (Opportunities).....	27
1.4.4 ΚΙΝΔΥΝΟΙ (Threats).....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	28
2.1 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	28
2.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	32
2.2.1 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	33
2.2.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	35
2.2.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	39
2.2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	43
2.2.5 ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	46
2.2.6 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	47
2.2.7 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ.....	49
2.2.8 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	52
2.2.9 ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	53
2.2.10 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	54
2.2.11 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	55
2.2.12 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	58
2.3 ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	59
2.3.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	62
2.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	66
3.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ.....	66
3.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	68
3.2.1 Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ.....	70
3.2.2 Η ΑΝΑΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ (ΕΙΣΑΓΩΓΗ).....	71
3.2.3 ΤΟ ΣΤΑΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ - ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1970-1990.....	72
3.2.4 ΣΤΑΔΙΟ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ- ΤΕΛΗ 20ού ΑΙΩΝΑ.....	72
3.3 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ.....	73
3.3.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ.....	75
3.3.2 Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	81
3.3.3 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ.....	82
3.4 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	84
3.4.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	84
3.4.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	86
3.4.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	87
3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T. ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ.....	88
3.5.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (strengths).....	88
3.5.2 ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ (weaknesses).....	89
3.5.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (opportunities).....	90
3.5.4 ΑΠΕΙΛΕΣ (threats).....	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ.....	92
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	92
4.1.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	93
4.1.2 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	94
4.1.3 ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	95
4.1.4 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	96
4.1.5 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	97
4.1.6 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	98

4.1.7 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	100
4.1.8 ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	102
4.1.9 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	102
4.1.10 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	103
4.1.11 ΠΕΡΙΠΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	108
4.1.12 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΑΖΙΝΟ.....	111
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	113
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ-ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	113
5.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	114
5.2.1 ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	115
5.2.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	115
5.3 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	116
5.4 Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	118
5.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	118
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	119
6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	119
6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	147
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	152
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ-ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	169

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.4.1: Χαρακτηριστικά μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού.....	62
Πίνακας 3.3.1: Διαχρονική εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού ανα δεκαετία και ανα δήμο Νομού Κέρκυρας.....	74
Πίνακας 3.3.1.1: Αφίξεις στο αεροδρόμιο και το λιμάνι της Κέρκυρας ανα έτος (%).....	76
Πίνακας 3.3.1.2: Αφίξεις επιβατών εξωτερικού στο αεροδρόμιο της Κέρκυρας με charters.....	77
Πίνακας 3.3.1.3: Αφίξεις εξωτερικού 2010-2011.....	80
Πίνακας 3.3.1.4: Αφίξεις εσωτερικού 2010-2011.....	81
Πίνακας 6.1: Ταυτότητα ερωτώμενου.....	119
Πίνακας 6.1.2: Αξιολόγηση σημαντικότητας προβλημάτων τουριστικού προϊόντος Κέρκυρας.....	123
Πίνακας 6.1.3: Κύκλος ζωής της Κέρκυρας ως τουριστικού προορισμού.....	127
Πίνακας 6.1.4: Βαθμός ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα.....	129
Πίνακας 6.1.5: Αξιολόγηση πλεονεκτημάτων που προσφέρουν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κέρκυρα.....	132
Πίνακας 6.1.6: Τρόποι εφαρμογής εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα.....	136
Πίνακας 6.1.7: Υποδομές βελτίωσης για περαιτέρω ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί.....	137
Πίνακας 6.1.8: Πελάτες εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	141
Πίνακας 6.1.9: Απαντήσεις ικανοποιητικής προβολής εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	142
Πίνακας 6.1.10: Μέσα διαφήμισης/προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα.....	144

ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 3.1: Κύκλος ζωής Κερκυραϊκού τουρισμού.....	70
Γράφημα 6.1.1: Ταξινόμηση φύλου ερωτώμενου.....	121
Γράφημα 6.1.2: Ποσοστά ηλικίας ερωτωμένου.....	121
Γράφημα 6.1.3: Βαθμός επιπέδου εκπαίδευσης.....	122
Γράφημα 6.1.4: Κατηγορία ξενοδοχείων δείγματος.....	122
Γράφημα 6.1.5: Ταξινόμηση τουριστικών γραφείων.....	123
Γράφημα 6.1.6: Κύκλος ζωής της Κέρκυρας.....	128
Γράφημα 6.1.7: Τρόποι εφαρμογής εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	137
Γράφημα 6.1.8: Υποδομές βελτίωσης.....	140
Γράφημα 6.1.9: Κύριοι πελάτες εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	142
Γράφημα 6.1.10: Απαντήσεις ικανοποιητικής προβολής εναλλακτικών μορφών.....	143
Γράφημα 6.1.11: Μέσα διαφήμισης/προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα.....	146

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην Κέρκυρα, ο τουρισμός αποτελεί την κύρια οικονομική δραστηριότητα και οι επιπτώσεις από την επιτυχία ή την αποτυχία του, επιδρούν καθοριστικά στη ζωή και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων (Τσουμάνης, 2007). Λόγω της γεωγραφικής της θέσης, του ιστορικού παρελθόντος, του φυσικού κάλλους και της πολιτιστικής της κληρονομιάς, η Κέρκυρα αποτέλεσε ήδη από τις δεκαετίες του '50, '60 και '70, έναν από τους κυριότερους πόλους έλξης περιηγητών, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και ευρύτερα στο μεσογειακό χώρο. Τη περίοδο εκείνη, τα εναρκτήρια τουριστικά βήματα πραγματοποίησαν κατά το πλείστον Βρετανοί περιηγητές, υψηλού κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, και η Κέρκυρα χαρακτηρίστηκε ως το κοσμοπολίτικο νησί της Ελλάδας. Στη συνέχεια την «ανακάλυψαν» οι διακινητές του μαζικού τουρισμού (tour operators) και λόγω της έλλειψης υποδομών, το καθιέρωσαν στη διεθνή τουριστική αγορά ως έναν φθηνό τουριστικό προορισμό. Οι ίδιοι Τ.Ο. χρηματοδότησαν τη δημιουργία φθηνών καταλυμάτων, την ίδια στιγμή που η πολιτεία αδυνατούσε να αντεπεξέλθει στη δημιουργία της αντίστοιχης τουριστικής υποδομής, με αποτέλεσμα να ανεγερθούν στην παράκτια ζώνη 30 νέα τουριστικά χωριά χωρίς να διαθέτουν τις απαραίτητες υποδομές και την αναγκαία “ταυτότητα”. Το μοναδικό πλεονέκτημα που διέθεταν ήταν ότι βρίσκονταν δίπλα στη θάλασσα. Ωστόσο - όπως και σε πολλές άλλες περιοχές που αναπτύχθηκαν με το κυρίαρχο πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού - αυτού του είδους η ανάπτυξη άρχισε να προκαλεί σοβαρά προβλήματα (οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά) στο νησί. Το τουριστικό προϊόν της Κέρκυρας μπήκε στη φάση του κορεσμού παρουσιάζοντας χαρακτηριστικά όπως έντονη εποχικότητα, χαμηλή ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών, προσέλκυση τουριστών χαμηλού εισοδήματος, ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, υψηλή εξάρτηση από τους tour operators, χαμηλή πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, ανεπαρκής εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, υψηλή χωρική συγκέντρωση.

Οι έχοντες την ευθύνη για τον σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής του νησιού, άρχισαν να αναπτύσσουν - ως λύση για την ανατροπή αυτής της αρνητικής κατάστασης - δύο άλλα πρότυπα τουρισμού, που εκφράζουν μια διαφορετική αναπτυξιακή προσέγγιση, πιο επιλεκτική και πιο εξατομικευμένη, τα οποία δίνουν

έμφαση στη ποιότητα και όχι στη ποσότητα. Τα πρότυπα αυτά στηρίζονται στα ειδικά ενδιαφέροντα των τουριστών και στον διαφορετικό τρόπο των διακοπών, τα οποία, αντίστοιχα, συγκροτούν τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που συνδέονται με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης. Έτσι παράλληλα με το κυρίαρχο πρότυπο τουρισμού του ήλιου και της θάλασσας, άρχισαν να εμφανίζονται εναλλακτικές προτάσεις τουρισμού, όπως πολιτιστικός, φυσιολατρικός, γαστρονομικός, θαλάσσιος, θρησκευτικός, μαθητικός, συνεδριακός, κοινωνικός, αγροτουρισμός, αθλητικός, περιηγητικός, οικοτουρισμός, κ.α. Το τουριστικό προϊόν της Κέρκυρας έχει πλέον εμπλουτιστεί. Το πόσο επιτυχημένη και αποδοτική θα είναι αυτή η αλλαγή στην αναπτυξιακή πορεία του τουρισμού του νησιού θα φανεί στο μέλλον.

Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα πτυχιακή εργασία φιλοδοξεί να εξετάσει διαχρονικά την τουριστική ανάπτυξη του νησιού της Κέρκυρας, εστιάζοντας ιδιαίτερα στις αρνητικές συνέπειες που επέφερε το μοντέλο του μαζικού τουρισμού και στη λύση που επιχειρήθηκε να δοθεί μέσω της ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Πέρα από τη συλλογή και επεξεργασία δευτερογενών δεδομένων πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα στους τουριστικούς επιχειρηματίες και φορείς του νησιού, θεωρώντας ότι είναι οι καθ' ύλην αρμόδιοι για να διαφωτίσουν το αντικείμενο της μελέτης. Η έρευνα είναι ποσοτική και το ερευνητικό εργαλείο είναι οι προσωπικές συνεντεύξεις με τη χρήση ερωτηματολογίου.

Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται μια εισαγωγή στον τουρισμό, στις έννοιες που αποδίδονται σε αυτόν, στην ιστορία του και στη σημασία που έχει για την Ελληνική οικονομία. Επίσης, γίνεται αναφορά στην ανάλυση S.W.O.T. για τον Ελληνικό τουρισμό.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο μαζικός τουρισμός. Παρατίθενται οι έννοιες του εναλλακτικού τουρισμού και του μαζικού αντίστοιχα, καθώς και οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού. Επίσης, γίνεται σύγκριση ανάμεσα στον εναλλακτικό και τον μαζικό τουρισμό.

Το τρίτο κεφάλαιο, αφορά την διαχρονική εξέλιξη του κερκυραϊκού τουρισμού, αναφέρεται στην ιστορία της Κέρκυρας, στην ιστορία του τουρισμού της, στην

ανακάλυψη της ως τουριστικός προορισμός, στην ανάπτυξη της κατά τις δεκαετίες 1970-1990, στη διαχρονική εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της, στην εποχικότητα της τουριστικής της ζήτησης, στον κύκλο ζωής του κερκυραϊκού προϊόντος, στη ζήτηση της ως τουριστικός προορισμός και στη δημιουργία της Επιστημονικής εταιρίας τουρισμού. Σε αυτό το κεφάλαιο αναφέρονται, επίσης, οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης, οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές και μια ανάλυση S.W.O.T. για την Κέρκυρα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχει αναπτύξει η Κέρκυρα, αναλύοντας κάθε μια μορφή ξεχωριστά.

Το πέμπτο κεφάλαιο, αφορά την ερευνητική μεθοδολογία, δηλαδή, ποιος είναι ο στόχος της έρευνας, η διαμόρφωση και η δομή του ερωτηματολογίου, το δείγμα της έρευνας και οι περιορισμοί της.

Και τέλος, στο έκτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, καθώς και τα συμπεράσματα της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο όρος τουρισμός εμφανίζεται για πρώτη φορά στο λεξικό της Οξφόρδης το 1800. Η τουριστική όμως δραστηριότητα με την έννοια της περιήγησης είναι πολύ παλιά και συνδέει την επιθυμία του ανθρώπου για επαφή και γνωριμία με άλλους τόπους και λαούς, όπως για λατρευτικούς, θεραπευτικούς ή αναψυχικούς σκοπούς (Μπακίρης, 2008). Ως μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου, ο τουρισμός σχετίζεται με πολλούς από τους κύριους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Είναι, λοιπόν, δύσκολο να δοθεί, ένας απλός ορισμός για ένα φαινόμενο που είναι τόσο στενά συνυφασμένο με τη ζωή, οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά, και το οποίο στηρίζεται σε πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή στοιχεία της παραγωγής και της παροχής υπηρεσιών (Fennell, 2001:24).

Ο τουρισμός ειδικότερα μετά το 1970, αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Είναι μια από τις πλέον έντονες μαζικές κοινωνικές εκδηλώσεις της παγκόσμιας κοινότητας με ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Η μαζική αυτή κοινωνική εκδήλωση αναπτύχθηκε με σταθερό ετήσιο ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του 20^{ου} αιώνα και σήμερα είναι «βιομηχανοποιημένη» δραστηριότητα, η οποία έχει αναχθεί σε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και σε κύρια πηγή απόκτησης συναλλάγματος, ενώ παράλληλα έχει συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος σε πολλές χώρες υποδοχής τουριστών. (Λαγός, 2005:31)

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που κινείται σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και για πολλές εθνικές οικονομίες η πρωταρχική παραγωγική διαδικασία που λειτουργεί σαν βασική πηγή εισοδήματος. Καλύπτει σχεδόν όλα τα εισοδηματικά στρώματα και προσπαθεί να ικανοποιήσει τη βασική πλέον ανάγκη του ανθρώπου που είναι η δυνατότητα αλλαγής περιβάλλοντος και τρόπου ζωής, για ένα χρονικό διάστημα, που σε ποιότητα

και ποσότητα ποικίλλει ανάλογα με τη διάθεση και το μέγεθος της δαπάνης που ο κάθε άνθρωπος έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει. (Λαλυσίδου, 2011:8)

Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένης της διατροφής. Παρακάτω αποδίδεται η έννοια του τουρισμού με κάποιους ορισμούς:

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού, σαν τουρισμό, ορίζει το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και τις δραστηριότητες που προκύπτουν από αυτές.

Τουρισμός, μας εξηγεί ο Ν. Αιγινήτης, καλείται η από χώρα σε χώρα, ή από τόπο σε τόπο μετάβαση ατόμων σε ομάδες ή μεμονωμένα, με σκοπό τη μικρή ή μεγάλη, όχι όμως μόνιμη, διαμονή, χωρίς άσκηση επαγγέλματος, για λόγους γενικά αναψυχής. (Λαγός,2005:40)

Τουρισμός κατά τον Στ. Καλφιώτη, καλείται η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων σε ομάδες ή μεμονωμένα από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, που αποσκοπεί στη μη τέρψη ικανοποίηση ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας γενικά και προκαλεί τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων. (Λαγός, 2005, Γουρνιανάκη, 2008)

Σύμφωνα με τον Jean Medecin, τουρισμός, είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας που συνίσταται στο να ταξιδεύει κανείς μακριά από τον τόπο της διαμονής του για διασκέδαση, για ανάπαυση, για εμπλουτισμό των εμπειριών του και την ανύψωση του πνευματικού επιπέδου από την παρουσίαση νέων μορφών ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης (syllogoskarpation, 2012). Η έννοια της ευκαιρίας δίνει μια άλλη διάσταση στον ορισμό αυτό.

Ο De Meyer, υποστηρίζει πως ο τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των ανθρωπίνων μετακινήσεων και οι δραστηριότητες που προκύπτουν από αυτές, που προκαλούνται από την εξωτερική και την πραγματοποίηση του πόθου, που αδρανεύει σε διάφορο βαθμό και ένταση σε κάθε άτομο.

Τουρισμός, σύμφωνα με την άποψη του Marrioti, είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που σχετίζονται με τη διαμονή των ξένων που ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία χωρίς κύριο σκοπό το κέρδος. (Λαγός 2005:40)

Ο Massimiliano Cardini, δηλώνει πως ο τουρισμός, είναι μια σύνθετη έννοια που περιλαμβάνει κάθε μορφή ταξιδιού που γίνεται πεζοπορικά ή με τα ποικίλα μέσα μεταφοράς με σκοπό την υγεία, την αναψυχή ή τη μελέτη. (Γουρνιανάκη, 2008)

Ο Jafar Jafari (1997) αποδίδει την έννοια του τουρισμού ως τη μελέτη του ανθρώπου που βρίσκεται μακριά από το οικείο του φυσικό περιβάλλον, τη βιομηχανία που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του, και τις επιδράσεις που ασκεί αυτό και η βιομηχανία στο φυσικό οικονομικό και κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον του χώρου που τον φιλοξενεί..(Λαγός,2005:40-41)

Ο Schwihk θεωρεί ότι ο τουρισμός είναι η κίνηση των ανθρώπων που εγκαταλείπουν προσωρινά τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους για λόγους που αφορούν το πνεύμα, το σώμα ή το επάγγελμα.

Οι Hunziker και Kraft υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και εκδηλώσεων που δημιουργούνται από τη διαμονή των αλλοδαπών, αν αυτή δεν έχει σαν αιτία πρόσκαιρες ή μόνιμες κερδοφόρες ενέργειες.

Διεθνώς υπάρχουν οι εξής διακρίσεις του τουρισμού (Λαγός,2005:42):

■ **Εγχώριος τουρισμός**(domestic tourism), που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.

■ **Εξερχόμενος τουρισμός**(outbound tourism), που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας , και τα ταξίδια τους προς χώρες του εξωτερικού

■ **Εισερχόμενος τουρισμός**(inbound tourism), που αφορά τους μόνιμους κατοίκους και τους αλλοδαπούς, οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα.

■ **Διεθνής τουρισμός**(international tourism), ονομάζεται ο εισερχόμενος και ο εξερχόμενος τουρισμός, δηλαδή, οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας και τα ταξίδια

αυτών προς χώρες του εξωτερικού αλλά και τους αλλοδαπούς κατοίκους και τα ταξίδια τους προς άλλες χώρες.

Τουρισμός, λοιπόν, είναι μια πολυσύνθετη, πολυδιάστατη και πολυσήμαντη έννοια που περικλείει μέσα της τις αεροπορικές εταιρείες, τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, τις καφετέριες, τα μπαρ, τα τουριστικά γραφεία που διαμορφώνουν όλα μαζί ένα προϊόν. Στον ορισμό αυτό εμπεριέχονται τα παρακάτω στοιχεία που αποτελούν παράγοντες προσδιορισμού (Σφακιανάκης, 2000:16):

A) Οι άνθρωποι που κάνουν τουρισμό, οι οποίοι ονομάζονται τουρίστες (άτομα που ταξιδεύουν για ψυχαγωγία, για οικογενειακούς λόγους υγείας, για συμμετοχή σε συνέδρια ή για συμμετοχή σε οποιαδήποτε επιστημονική, διπλωματική, θρησκευτική, αθλητική, καλλιτεχνική ή άλλη αντιπροσωπεία, άτομα που ταξιδεύουν για επιχειρηματικούς σκοπούς, άτομα που καταφθάνουν με θαλάσσιες περιηγήσεις και αποβιβάζονται στη στεριά).

B) Η μετακίνηση τους (το τουριστικό ταξίδι, διότι δεν είναι τουρίστας όποιος μετακινείται).

Γ) Η διαμονή και η διατροφή τους (το τουριστικό κατάλυμα).

Δ) Ο χρόνος εκδήλωσης της τουριστικής τους δραστηριότητας (εποχή διακοπών).

E) Ο τουριστικός προορισμός τους.

ΣΤ) Ο λόγος για τον οποίο κάνουν τουρισμό (ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού).

Z) Η δαπάνη της τουριστικής τους δραστηριότητας (τουριστική δαπάνη).

Η ανάπτυξη του τουρισμού επηρεάζεται άμεσα από την τρομοκρατία, την οικονομική κρίση, τις αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών. Για την ανάδειξη του τουρισμού και την προβολή μιας χώρας χρησιμοποιούνται διάφορα μέσα και πολιτικές, ωστόσο υπάρχουν ορισμένα προβλήματα τα οποία περιορίζουν την τουριστική ανάπτυξη σε ορισμένες χώρες όπως για παράδειγμα η εποχικότητα, η έλλειψη ποιότητας στις τουριστικές υπηρεσίες και η περιορισμένη ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού η οποία οδηγεί και στην έλλειψη κατάλληλων υποδομών (Νικάκη & Οικονόμου, 2011:8).

Ο ελληνικός τουρισμός εάν επιθυμεί να επιβιώσει του διεθνούς ανταγωνισμού και εάν επιζητεί να παραμείνει ένας αξιόλογος οικονομικός παράγοντας (εισοδήματα,

απασχόληση) θα πρέπει να επιχειρήσει μία αναδιάρθρωση του προϊόντος στα πλαίσια διαμόρφωσης ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Βάσει των εξελίξεων, διαφαίνεται ότι η διεθνής οικονομική κρίση επηρεάζει σημαντικά τον τουρισμό και οι επιπτώσεις της αρχίζουν να γίνονται εμφανείς (Βαρβαρέσος, 2011).

1.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Σύμφωνα με όλες τις προβλέψεις στις αρχές του 21ου αιώνα οι μεγάλες και συνεχώς αναπτυσσόμενες βιομηχανίες και παραγωγικές διαδικασίες σε παγκόσμιο επίπεδο, θα είναι ο τουρισμός, οι μεταφορές, η πληροφορική και η βιοτεχνολογία. Όπως φαίνεται, λοιπόν, ο τουρισμός θα παίξει σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη των οικονομιών πολλών περιοχών του κόσμου που τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα τις βοηθούν προς την κατεύθυνση αυτή.

Οι προβλέψεις για τη διακίνηση τουριστών σε όλο τον κόσμο για τα πρώτα 10 χρόνια του αιώνα που έρχεται, θα φτάσουν περίπου τα 2 δισεκατομμύρια (Γουρνιανάκη,2008:7). Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό το κατά πόσο ο τουρισμός θα δώσει αναπτυξιακή ώθηση στις περιοχές που αποτελούν τους τουριστικούς προορισμούς μέσα από τη διαδικασία της απασχόλησης και της παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε ένα παγκόσμιο ανταγωνιστικό περιβάλλον με όλες τις συνέπειες που απορρέουν από τη διαδικασία ισχυροποίησης και επέκτασης των τουριστικών αγορών.

Ήδη στη χώρα μας, ο τουρισμός στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας συμβάλει κατά ορισμένες εκτιμήσεις σε ποσοστό μεγαλύτερο του 10% στη διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος και απασχολεί το 7% του ενεργητικού δυναμικού της. (Γουρνιανάκη,2008)

Για πολλά χρόνια οι ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν τον κύριο προορισμό του παγκόσμιου τουρισμού (60% όλων των διεθνών αφίξεων). Η μεγάλη πλειοψηφία των ευρωπαίων τουριστών (91%) επιλέγουν να επισκεφτούν μια περιοχή στην Ευρώπη. Οι πλούσιοι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι αποτελούν ένα σημαντικό πλεονέκτημα για τις τουριστικές περιοχές της Ευρώπης. Παρά την εμφάνιση πολλών νέων

προορισμών, οι Ευρωπαϊκές περιοχές διατηρούν ακόμα το μεγάλο μερίδιο του παγκόσμιου εμπορίου τουρισμού (tzoumerka-murgia, 2012).

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ισχυρότερους οικονομικούς τομείς στα Ευρωπαϊκά κράτη και την Ελλάδα, συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύρυθμη οικονομική ανάπτυξη και στη δραστική μείωση της ανεργίας στη χώρα μας. Δεν είναι τυχαίο ότι συνεισφέρει το 18% περίπου του ΑΕΠ, αν ληφθούν υπόψη και οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας (tzoumerka-murgia, 2012).

Το σύνολο των εσόδων της χώρας μας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, τόσο όσον αφορά τα προϊόντα όσο και τις υπηρεσίες, και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Στον ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περίπου 800.000 εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (traveldailynews, 2006).

Όλοι αυτοί οι αριθμοί αναμένεται να αυξηθούν στο μέλλον. Σήμερα, στην ΕΕ, το σύνολο αυτής της δραστηριότητας περιλαμβάνει περισσότερες από δύο εκατομμύρια τουριστικές επιχειρήσεις, με 7,7 εκατομμύρια εργαζόμενους. Ο αριθμός αυτός -κατά τις εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής- αναμένεται να αυξηθεί κατά περίπου 15% την επόμενη δεκαετία. Ιδιαίτερα σημαντικό επίσης για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ευρώπη είναι ότι περισσότεροι από το 60% των πολιτών της κάνουν διακοπές. Η Μεσόγειος θεωρείται ως μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός στον κόσμο. Η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Ελλάδα παραμένουν κατά πολύ ο κεντρικός προορισμός για το διεθνή τουρισμό (tzoumerka-murgia, 2012).

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής. Το 80% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών φθάνει στη χώρα αεροπορικώς. Η συμμετοχή των αφίξεων με αεροπλάνο αυξάνεται σταθερά λόγω και της απελευθέρωσης των αεροπορικών συγκοινωνιών και της μείωσης των ναύλων, ενώ μειώνεται αντίστοιχα η συμμετοχή των άλλων μέσων μεταφοράς. Στην χώρα μας υπάρχει άνιση κατανομή του τουρισμού κατά περιοχές.

Διαπιστώνεται μια έντονη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε λίγες περιοχές της χώρας. Πέντε από τις 13 Περιφέρειες συγκεντρώνουν το 75% των ξενοδοχειακών κλινών, ενώ παρουσιάζονται σημαντικές οι διαφορές συγκέντρωσης και εντός των περιφερειών. Οι μεγαλύτερες συγκεντρώσεις σε κλίνες παρατηρούνται στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (24% του συνόλου), την Κρήτη (19%), τα Ιόνια Νησιά (11%), την Αττική (11%) και την Κεντρική Μακεδονία (10%).

Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, έχουν σημειώσει θεαματική άνοδο τα τελευταία χρόνια. Με βάση την παγκόσμια κατάταξη η Ελλάδα κατατάσσεται στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων. Αν και το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δαπάνης (40%), προορίζεται για τη διαμονή και τη διατροφή, η Ελλάδα εξακολουθεί να θεωρείται χώρα φιλοξενίας τουριστών χαμηλής εισοδηματικής στάθμης. Παρόλο που οι αριθμοί του ελληνικού τουρισμού είναι υψηλοί και είναι ένας από τους τομείς της οικονομίας με τις καλύτερες προοπτικές, παρατηρείται, και ιδίως πρόσφατα, μια αδυναμία στις αποδόσεις του. Στον οικονομικό τομέα ο τουρισμός, όντας βιομηχανία στηριζόμενη κυρίως στο ανθρώπινο δυναμικό, συμβάλλει θετικά στην αναζωογόνηση των τοπικών οικονομιών αφού δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, μειώνει την ανεργία και την οικονομική μετανάστευση (tzoumerka-murgia, 2012).

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το Ελληνικό Κέντρο Έρευνας για την Αειφόρο Ανάπτυξη, το 10% του συνόλου των εργαζομένων απασχολείται στον τουριστικό τομέα ενώ ταυτόχρονα οι τουριστικές υπηρεσίες κάλυψαν το 2000 το 45,6% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Παράλληλα όμως, αρκετές είναι οι περιπτώσεις όπου μεγάλο μερίδιο των εσόδων από τις δραστηριότητες του τουρισμού καταλήγει σε πολυεθνικούς τουριστικούς πράκτορες, σε εισαγωγές αγαθών που επιθυμούν οι ξένοι τουρίστες, σε εισιτήρια πολυεθνικών αεροπορικών εταιριών ή σε αλυσίδες πολυεθνικών ξενοδοχειακών μονάδων, με αποτέλεσμα αξιοσημείωτο ποσοστό από τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού να διαφεύγουν από την τοπική οικονομία χωρίς να συνεισφέρουν στην αναβάθμισή της (oikologos, 2004).

Την τελευταία δεκαετία διαπιστώνονται αφενός πτωτικές τάσεις του μαζικού τουρισμού (Iamans, 2008). Σε ολόκληρη την Ελλάδα και ειδικότερα στα νησιά του Ιονίου όπως, η Κέρκυρα, η πορεία του τουρισμού ήταν κάπως πρόχειρη, ανοργάνωτη

και περιστασιακή, ενώ η ανάπτυξη είχε στηριχθεί μόνο στο ένστικτο των επιχειρηματιών και την πολύ καλή φιλοξενία των Ελλήνων (Πανάρετου, 2006:2).

Τα τελευταία χρόνια όμως παρουσιάζεται μια σημαντική αύξηση του τουρισμού και ταυτόχρονα αυξημένη επιστημονική προσέγγιση, η οποία διερευνά τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του φαινομένου αυτού.

Ο τουριστικός τομέας για τη χώρα μας αποτελεί από μακροοικονομικής πλευράς το δυναμικότερο κομμάτι της εγχώριας παραγωγής, που είναι πραγματικά σε θέση να αποτελέσει τον κινητήριο μοχλό για ουσιαστική και μόνιμη οικονομική ανάπτυξη. Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι στους 40 από τους 52 νομούς της χώρας η τουριστική δραστηριότητα αποτελεί την κύρια πηγή εσόδων (oitk, 2007).

Μετά το 1950 ο τουρισμός αρχίζει να αναπτύσσεται με εντυπωσιακούς ρυθμούς που αποτυπώνονται στους δείκτες κίνησης των τουριστών (αφίξεις, διανυκτερεύσεις) και στους οικονομικούς και αναπτυξιακούς δείκτες (τουριστική δαπάνη, απασχόληση, επενδύσεις, υποδομή). Είναι ένα δυναμικό φαινόμενο το οποίο υπόκειται στις τυχαίες συχνά μεταβολές ενός οικονομικό-κοινωνικού περιβάλλοντος. Έτσι το τουριστικό προϊόν, στα πλαίσια μιας παραδοσιακής καταναλωτικής διαδικασίας, από την δεκαετία του '60' έως σήμερα, υπέστη αρκετές μεταβολές και διήνυσε τα στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος: δημιουργία/εισαγωγή, ανάπτυξη, ωριμότητα, κορεσμός, παρακμή (southevia, 2009).

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, η ανάπτυξη του οποίου μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου έχει προσελκύσει ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον τόσο των αναπτυγμένων χωρών, όσο και των αναπτυσσόμενων, δηλαδή αυτών που για ίδιους ή διαφορετικούς λόγους δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας τους (Ηγουμενάκης, 2004).

Ο τουρισμός σε μια χώρα αποτελεί έναν πολύ σημαντικό κλάδο της οικονομίας καθότι καταφέρνει να ενισχύσει την οικονομική ανάπτυξη αυτής αλλά και την απασχόληση. Θεωρείται δραστηριότητα η οποία αποτελεί την <<ατμομηχανή>> της ελληνικής οικονομίας, με συνεχώς αυξανόμενη σημασία (Δογάνη, 2009:8).

Η Ελλάδα προσφέρεται ως τόπος διακοπών για καλοκαιρινό, χειμερινό καθώς και οικολογικό τουρισμό υψηλής ποιότητας. Το φυσικό περιβάλλον που διαθέτει ήταν η αφορμή για να έρθουν οι πρώτοι τουρίστες και να λατρέψουν τη χώρα μας. Οι παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα είναι επιπλέον κίνητρα για να την επισκεφθούν.

Στην Κέρκυρα ο τουρισμός είναι η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα και οι επιπτώσεις από την επιτυχία ή αποτυχία του, επιδρούν καθοριστικά στη ζωή και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων (Τσουμάνης, 2007).

1.3 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ιστορία του τουρισμού είναι χρήσιμη όχι μόνο γιατί συμβάλει στην κατανόηση του, αλλά και επειδή στο παρελθόν μπορούν να εντοπιστούν οι σπόροι της μελλοντικής ανάπτυξης του. Πολλές ιστορικές εφευρέσεις και καινοτομίες επηρεάζουν τη σύγχρονη τουριστική δραστηριότητα. Εκεί εντοπίζονται πολλές υποδομές και ανωδομές, που δημιουργήθηκαν σε περιόδους παλαιότερης τουριστικής ανάπτυξης. Ένα μεγάλο μέρος της τουριστικής κληρονομιάς θεωρείται εξαιρετικά πολύτιμο, ιδιαίτερα όσον αφορά στη χωροταξία και την αρχιτεκτονική των τουριστικών θέρετρων (Γουρνιανάκη, 2008:14).

Ωστόσο, ο τουρισμός αποτελεί σύγχρονη εφεύρεση. Η ίδια η λέξη δεν υπήρχε στο αγγλικό λεξιλόγιο μέχρι τον περασμένο αιώνα, εμφανίστηκε στο λεξικό της Οξφόρδης το 1800 για πρώτη φορά, όπως έχει προαναφερθεί παραπάνω, ενώ αργότερα απέκτησε αρνητικούς συνειρμούς, γιατί υποδήλωνε τα φτηνά ομαδικά ταξίδια και συνοδεύονταν από ένα είδος βρετανικής υπεροψίας απέναντι στους ξένους. Αντίθετα, οι λέξεις “ταξίδι” και “ταξιδιώτης” διατήρησαν τη θετική σημασία τους καθώς συνδέονταν με την εικόνα των πρώτων ταξιδευτών, οι οποίοι προέρχονταν από την πλούσια, μορφωμένη ή αριστοκρατική ελίτ (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009). Επομένως το ταξίδι για ευχαρίστηση και αναψυχή είναι σχετικά καινούργια έννοια.

Στο Μεσαίωνα και σχεδόν μέχρι το τέλος του 16ου αιώνα, ο πληθυσμός των αγροτικών κοινοτήτων ήταν στατικός και σπάνια μετακινούνταν από το χωριό ή την περιφέρεια του. Ακόμα και μετά την έναρξη της βιομηχανικής επανάστασης, που

οδήγησε δειλά δειλά τον 18ο αιώνα προς την αστική και βιομηχανική ανάπτυξη, μόνο μια πλούσια ελίτ απολάμβανε ελεύθερο χρόνο και ταξίδια. (Γουρνιανάκη, 2008:14)

Ανέκαθεν πραγματοποιούνταν ταξίδια εξαιτίας πολέμων ή για θρησκευτικούς λόγους από κυβερνητικούς αξιωματούχους, μεγαλοκτηματίες, κληρικούς, φοιτητές ή καθηγητές πανεπιστημίων, ο αριθμός τους όμως ήταν πολύ μικρός, ενώ το ταξίδι πραγματοποιούνταν μόνο για ειδικό ή συγκεκριμένο σκοπό. (Γουρνιανάκη, 2008:14)

Η ιστορική παράδοση της Ελλάδας και η ταυτότητά της στην Δύση, ως λίκνο του Ευρωπαϊκού πολιτισμού, υπήρξε η βάση για το ξετύλιγμα του τουριστικού φαινομένου πριν από περίπου 170 χρόνια (Μπαλτάς, 2008:6). Η Ελλάδα προστέθηκε στο δρομολόγιο της 'Μεγάλης Περιοδείας' (Grand Tour) στη διάρκεια κυρίως των Ναπολεόντειων πολέμων. Ο αριθμός των επισκεπτών διογκώθηκε στη περίοδο μεταξύ 1840 και 1890, ενώ άρχισε να οργανώνεται η προσφορά υπηρεσιών που δεν περιορίζονταν σε καταλύματα, αλλά περιελάμβαναν διερμηνείς, εστιατόρια, εμπορικά καταστήματα, μεταφορικά μέσα (άμαξες, άλογα, καΐκια, σιδηρόδρομοι, ατμόπλοια), χώρους ψυχαγωγίας, μουσεία κ.α. Οι μεμονωμένοι εύποροι και μορφωμένοι ταξιδιώτες, αρχικά αριστοκράτες και ύστερα αστοί, κυρίως Βρετανοί, αντικαταστάθηκαν σταδιακά από ομάδες που άρχισαν να επισκέπτονται πιο οργανωμένα την Ελλάδα καθώς οι νέες τεχνολογίες στην Ευρώπη και η συνακόλουθη άνοδος των εισοδημάτων έκαναν τα ταξίδια πιο εύκολα και επιθυμητά. Σταδιακά η κίνηση έγινε υπερατλαντική (tourismmuseum, 2012).

Κατά τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα οι Έλληνες της Αιγύπτου και της Αμερικής αποτέλεσαν ιδιαίτερη κινητήρια δύναμη του ελληνικού τουρισμού τόσο ως επισκέπτες όσο και ως επιχειρηματίες (tourismmuseum, 2012). Η Ελληνική πρωτεύουσα, χάρη στην ατμοπλοΐα και στο σιδηρόδρομο που τη συνέδεε με τον Πειραιά βρισκόταν πια μόλις τέσσερις ημέρες από το Λονδίνο, κι έτσι οι ταξιδιώτες συγκέντρωναν τώρα το ενδιαφέρον τους όχι στη διαδρομή όπως παλαιότερα, μα στην ίδια τη χώρα.

Η Αθήνα είχε εξελιχθεί προσφέροντας μουσεία, σύγχρονα μεγαλοπρεπή μέγαρα μνημεία, ξενοδοχεία, εστιατόρια και κέντρα διασκέδασης, πολυτέλεια και ανέσεις εφάμιλλες εκείνων της υπόλοιπης Ευρώπης. Η οργάνωση το 1896 των πρώτων

σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων, επισφράγισε το χαρακτήρα της ως κέντρο πολιτιστικού τουρισμού (tourismmuseum, 2012).

Σε ολόκληρη τη περίοδο του μεσοπολέμου ο αριθμός των ξένων τουριστών παρέμεινε μάλλον περιορισμένος γύρω στις 100.000 ετησίως, από τους οποίους 1/3 ταξίδευαν ομαδικά σε κρουαζιέρες και έμεναν στην Αθήνα μόνο μια ημέρα. Από τα δέκα ταξιδιωτικά γραφεία της Αθήνας, τα τέσσερα ελέγχονταν από ξένους. Παρά την αναμφισβήτητη πρόοδο, ο τουρισμός δεν είχε ακόμη πλήρως πείσει για τις δυνατότητες του.

Τα πράγματα άλλαξαν ριζικά μετά το Β' παγκόσμιο πόλεμο. Οι τουριστικές αναζητήσεις, υπό την επίδραση της γενικότερης φιλελευθεροποίησης στις ιδέες και στα ήθη, προσανατολίσθηκαν προς περισσότερο φυσιολατρικές κατευθύνσεις και κυρίως προς τον θαλάσσιο τουρισμό, χωρίς ωστόσο, να ατονήσει τελείως η σχέση με την ιστορία και τον πολιτισμό που συμπλήρωναν σε κάποιο βαθμό το πρόγραμμα των διακοπών (tourismmuseum, 2012).

Το μεγάλο ρεύμα τουριστών που ήρθε στη χώρα μας τις δεκαετίες του '70 και του '80 προερχόταν από τη Βόρεια Ευρώπη. Ήταν άνθρωποι που ανακάλυπταν τον ζεστό ήλιο και τη γαλάζια θάλασσα, δηλαδή αυτά που έλειπαν από τις χώρες τους. Όταν η Ευρώπη άρχισε να συνέρχεται από τις καταστροφές του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και οι πολίτες είχαν τη χρονική και οικονομική δυνατότητα των διακοπών, άρχισαν να κατεβαίνουν στις χώρες του Νότου (χώρες με πολύ χαμηλή ανάπτυξη και υποδομή, σχεδόν πρωτόγονες), (chtconsulting, 2010).

Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, με την άνοδο του βιοωτικού επιπέδου των Ελλήνων, προσανατολίστηκε (σε πολύ μεγάλο βαθμό) σε μη πολιτιστικά στοιχεία: στο μπάνιο στη θάλασσα, στην ηλιοθεραπεία και στο φαγητό (παράλληλα με την αυθαίρετη δόμηση των «εξοχικών» και την καταστροφή ή μόλυνση του περιβάλλοντος), (ekdromes.net, 2012).

1.4 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ (ETEM, 2010:57-58)

1.4.1 ΙΣΧΥΡΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Strenghts)

- Γεωφυσικά χαρακτηριστικά.
- Η ποικιλία της φυσικής ομορφιάς.
- Το πολυνησιακό του ελλαδικού χώρου.
- Η ακτογραμμή που ξεπερνά τα 15.000 χιλιόμετρα.
- Το καλό μεσογειακό κλίμα.
- Η πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων.

Πολιτιστικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά

- Η πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά.
- Η ελληνική κουζίνα και η δομή της διατροφής.
- Το σημαντικό ιστορικό και πολιτισμικό απόθεμα.

Θεσμικά χαρακτηριστικά

- Υψηλός βαθμός ασφάλειας τουριστών σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς.
- Τα αυξημένα κονδύλια του ΕΣΠΑ που στοχεύουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας του τουρισμού.

Οικονομικά χαρακτηριστικά

- Το άνοιγμα της αγοράς στον διεθνή ανταγωνισμό (ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις).
- Η δημιουργία επενδύσεων σε έργα τουριστικής υποδομής.
- Η καλή φήμη σαν ένα σημαντικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίως.
- Η ύπαρξη πολλών ΜΜΕ που επιτρέπει τη «προσωποποίηση» της φιλοξενίας.
- Πλούσια παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής.

Εκσυγχρονισμός και νέες τεχνολογίες

- Οι νέοι τρόποι προβολής του τουριστικού προϊόντος που βασίζεται στην τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς.
- Η εφαρμογή νέων τεχνολογιών.
- Ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός των υφισταμένων τουριστικών επιχειρήσεων.

- Η οργάνωση υποδομών επί των οποίων μπορεί να αναπτυχθούν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

1.4.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (Weaknesses)

Χωροταξικό και περιβαλλοντικό επίπεδο

- Ο χαμηλός βαθμός αξιοποίησης φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
- Η μεγαλύτερη χωροταξική ανισοκατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού.
- Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.
- Η επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος λόγω μη τήρησης των περιβαλλοντικών όρων.
- Οι τάσεις υποβάθμισης και σε ορισμένες περιπτώσεις κατανάλωσης και καταστροφής των πόρων.
- Η μη ύπαρξη ειδικού χωροταξικού σχεδίου για τον τουρισμό.

Επίπεδο προσφοράς

- Οι ελλείψεις σε ειδικές τουριστικές υποδομές και αναδομές (μεταφορές, συνεδριακοί χώροι, εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού κ.α.).
- Τα διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές.
- Η χαμηλή ποιότητα τουριστικών υποδομών.
- Η μονοδιάστατη τουριστική εικόνα (χώρα ήλιου και θάλασσας).
- Ο χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης προσφερόμενου προϊόντος.
- Η έλλειψη σύνθετων τουριστικών προϊόντων για προσέλκυση τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα.
- Το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού.

Επίπεδο ζήτησης

- Το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν "ήλιος-θάλασσα".
- Η έντονη εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τη διεθνή ζήτηση.
- Η χαμηλή τουριστική δαπάνη εξ' αιτίας της προσέλκυσης χαμηλού επιπέδου τουριστών.
- Η υψηλή τουριστική εξάρτηση της τουριστικής ζήτησης από tour operators.

- Η μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου (Μάιο-Σεπτέμβριο) όπου έρχονται στην Ελλάδα το 75% των αλλοδαπών τουριστών.

Θεσμικό επίπεδο

- Η έλλειψη εκσυγχρονισμένης τουριστικής νομοθεσίας.
- Η εκτεταμένη παραξενοδοχεία.
- Η αδυναμία συνεργασίας μεταξύ εμπλεκομένων φορέων-επιχειρήσεων σε εθνικό περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.
- Η ανυπαρξία εθνικού και περιφερειακού σχεδιασμού.

1.4.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (Opportunities)

- Η διαφοροποίηση της ζήτησης από την πλευρά των καταναλωτών που δημιουργούν νέες εν δυναμει αγορές πέρα από εκείνες του μαζικού τουρισμού.
- Η εμφάνιση νέων αγορών πέρα από εκείνες που τροφοδοτούν τον ελληνικό τουρισμό (Δ. Ευρώπη, ΗΠΑ).
- Η αύξηση της δυνατότητας άμεσης πρόσβασης στον καταναλωτή μέσω διαδικτύου.
- Οι δυνατότητες χρηματοδότησης έργων υποδομής και επιχειρήσεων ΕΣΠΑ για βελτίωση της προσφερόμενης ποσότητας και διαφοροποίηση του παρεχόμενου προϊόντος.
- Η δυνατότητα αξιοποίησης τοπικών/παραδοσιακών προϊόντων από το τουριστικό κύκλωμα με στόχο την αναβάθμιση και τη διαφοροποίηση του.

1.4.4 ΚΙΝΔΥΝΟΙ (Threats)

- Η αυξανόμενη συγκέντρωση των tour operators.
- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στο εξωτερικό από χώρες με χαμηλό κόστος.
- Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από χώρες με αναβαθμισμένη ποιότητα και υψηλή διαφοροποίηση τουριστικών προϊόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η τουριστική αγορά διαιρείται σε επιμέρους μορφές αγορών με βάση ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα (π.χ. τη μαζικότητα των μετακινήσεων το βασικό και ειδικό κίνητρο, το χρόνο εμφάνισης της κάθε μορφής τουρισμού), που προσδιορίζουν την οργανωτική και λειτουργική δομή των τουριστών. Οι διάφορες μορφές τουρισμού σχετίζονται με τα κίνητρα και τις ανάγκες που οδηγούν τα άτομα να κάνουν τουρισμό. Ο τουρισμός κατηγοριοποιείται σε τρεις γενικές μορφές: (Λαγός,2003:62)

∞ Τον μαζικό τουρισμό (mass tourism), που είναι και η παραδοσιακή αγορά διακοπών, η οποία περιλαμβάνει και το μεγαλύτερο τμήμα τουριστών, οι οποίοι αναζητούν στο ταξίδι τους κυρίως την ξεκούραση και τη διασκέδαση, σε ηλιοτροπικούς κυρίως προορισμούς.

∞ Τον τουρισμό των ειδικών ενδιαφερόντων (special interest tourism), που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, οι οποίες διαμορφώνονται από τα κοινά ειδικά ενδιαφέροντα των ανθρώπων που τις προτιμούν (π.χ. λάτρεις των σπορ, φυσιολατρία, πολιτιστικά ενδιαφέροντα, αναζήτηση νέων συγκινήσεων).

∞ Τον εναλλακτικό τουρισμό (alternate tourism), που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, όπου οι άνθρωποι αναζητούν διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής (Λαγός,2005:62, Λαγός & Λιαργκόβας, 2003:68-73).

Η εντυπωσιακή ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε πολλές περιοχές του κόσμου έχει συμβάλει, ιδιαίτερα τις δύο τελευταίες δεκαετίες, στην ανάπτυξη ενός προτύπου που συγκροτείται από υποδομές και υπηρεσίες που εξυπηρετούν αυτόν τον τύπο τουρισμού (Κοκκώσης & Τσάρτας,2001:87).

Η παραδοσιακή μορφή του τουρισμού, που τόσο άνησε κατά τις τελευταίες δεκαετίες, μοιάζει να έχει αρχίσει να εγκαταλείπεται προς όφελος κάποιων άλλων μορφών, που ικανοποιούν σε μεγαλύτερο πλέον βαθμό ανάγκες ή απλά επιθυμίες του σύγχρονου ανθρώπου, πέρα από την απλή τάση για φυγή, αλλαγή παραστάσεων και αναψυχή. Οι άνθρωποι, διαθέτουν όλο και μεγαλύτερο τμήμα του προϋπολογισμού τους προς όφελος της κατηγορίας τουρισμού που συνήθως χαρακτηρίζεται ως ποιοτικός (Προκοπάκη, 2011:19). Η παρακμή του μαζικού τουρισμού οδηγεί στη δημιουργία προγραμμάτων ειδικών μορφών τουρισμού, είτε ειδικών ενδιαφερόντων (special interest) είτε εναλλακτικών (alternative tourism) (Γουρνιανάκη, 2008:37).

Ο εναλλακτικός τουρισμός, θα λέγαμε, προσδιορίζεται από εκείνες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδέονται με κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες, που επιτρέπουν τόσο στους “οικοδεσπότες” όσο και στους “φιλοξενούμενους” να υφίστανται τις θετικές αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως και η “αιφόρος ανάπτυξη”, είναι έννοιες που χρησιμοποιήθηκαν ευρύτατα τα τελευταία χρόνια, καθότι εισάγουν καινούργια προσέγγιση και φιλοσοφία σ’ ένα παλιό πρόβλημα, προϋποθέτοντας εκδήλωση ενεργού ενδιαφέροντος εκ μέρους τόσο των “φιλοξενούμενων” όσο και των “οικοδεσποτών” (Γουρνιανάκη, 2008:37).

Τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού από τουριστικούς επενδυτές και φορείς ανάπτυξης που δεν είναι ικανοποιημένοι από τη μαζικοποίηση της τουριστικής διακίνησης και τις επακόλουθες αρνητικές της συνέπειες.

Εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι μια μορφή από πολλές άλλες παρόμοιες που έχουν τη δυνατότητα εναλλαγής. Εναλλακτικός είναι αυτός που προκαλεί ή δέχεται εναλλαγή, δηλαδή διαδοχική αλλαγή ή αντικατάσταση από κάποιον άλλο και αντίθετα (Ακογλάνης, 2011:68).

Εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι κατ’ αναλογία και κατ’ επέκταση, μια από τις πολλές μορφές τουρισμού που υπάρχουν, που μπορεί να αντικατασταθεί ή να αντικαταστήσει κάποια άλλη μορφή (Σφακιανάκης, 2002:13).

Με τον όρο εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναφερόμαστε στον τουρισμό που σχετίζεται με εναλλακτικές μορφές, αφενός σε οργανωτικό επίπεδο και αφετέρου όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των τουριστικών δραστηριοτήτων που ζητούν οι επισκέπτες (Κοκκώσης, κ.ά, 2011).

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες ,καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και στους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών.

Η φιλοσοφία που υπάρχει πίσω από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ότι ο εναλλακτικός τουρισμός κινείται αντίθετα από την προσέγγιση του μαζικού, και ότι οι τουριστικές πολιτικές δεν θα πρέπει να επικεντρώνονται μόνο στις οικονομικές και κοινωνικές αναγκαιότητες, αλλά να δίνουν έμφαση στη ζήτηση για ένα καθαρό περιβάλλον και στην αναζήτηση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας.

Ο εναλλακτικός τουρισμός στηρίζεται στον διαφορετικό τρόπο των διακοπών, που προσδιορίζει τη ζήτηση συγκεκριμένων μορφών τουρισμού, οι οποίοι επιλέγονται από τον ταξιδιώτη-τουρίστα. Ο τρόπος αυτός περιλαμβάνει κίνητρα τα οποία συνδέονται με συγκεκριμένα θέματα όπως τα ταξίδια περιπέτειας, οι αθλητικές δραστηριότητες, η περιήγηση, το περιβάλλον, η γνωριμία με την τοπική παράδοση, η απόλαυση της θέας ενός τοπίου, οι περιοχές με μη μολυσμένο περιβάλλον ή η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά κ.ά. Σε κάθε περίπτωση , ο ταξιδιώτης- τουρίστας επιλέγει αυτόνομα τον τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού του (Γιάννη, 2008:7).

Οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού (και τουρίστα) επιφέρουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στους προορισμούς υποδοχής τουριστών χωρίς όμως να μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα, πραγματικότητα επιθυμητή από όλους όσους βρίσκονται σε θέσεις κλειδιά στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής καθώς και τον ντόπιο πληθυσμό (uehr.panteion, 2012). Ενδεικτικά ο Fennel (2001) σημειώνει: «Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να εκμηδενίσουν τις εξωγενείς επιδράσεις, να αναπτύξουν τη δική τους υποδομή και ανωδομή, ώστε να συμμετέχουν οι ίδιες στην ορθολογική ανάπτυξή τους – ουσιαστικά να κερδίσουν τη

μάχη σε σημαντικά θέματα, αντί να τα παραχωρούν όλα σε ξένους επιχειρηματίες και ξένους θεσμικούς παράγοντες του τουριστικού χώρου».

Από το 1970 ομάδες ανθρώπων όπως ερευνητές τουρισμού, οικολόγοι και περιβαλλοντικές οργανώσεις άρχισαν να αναζητούν μορφές τουρισμού οι οποίες να είναι φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον αλλά και πιο ανθρωποκεντρικές, οι οποίες στο σύνολο τους συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (rethimno, 2012).

Ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται εναλλαγή της τουριστικής μαζικοποίησης και ως εκ τούτου έχει διαφορετικές επιπτώσεις και πρακτικές ανάπτυξης. Συνεπώς οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού είναι αυτοί που αντιτίθενται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές μαζικής τουριστικής ανάπτυξης.

Εκτός από τη συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών ή ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας (Ανδριώτης, 2008).

Μια βασική μορφή του Εναλλακτικού Τουρισμού είναι ο Αγροτουρισμός, γι αυτό συχνά λέγοντας «εναλλακτικό τουρισμό» αναφερόμαστε κυρίως στον «αγροτουρισμό», που έχει βασικό στόχο την ανάπτυξη και ανασυγκρότηση της υπαίθρου.

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός έχει μεγάλα πλεονεκτήματα: σέβεται το περιβάλλον και τον πολιτισμό προβάλλει την πολιτιστική κληρονομιά κάθε τόπου αξιοποιεί την τοπική κουζίνα και προωθεί έτσι τα τοπικά προϊόντα ωφελεί τους πολλούς και τους μικρούς (και όχι τους λίγους και τους μεγάλους) προσφέρει στους τουρίστες εμπειρίες με ποιότητα και «χρώμα» συμβάλλει στην επιβίωση και αναζωογόνηση της υπαίθρου (Περιβαλλοντική ομάδα Ηρακλείου).

Επίσης, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι περίπου το ίδιο με αυτό που λέμε οικοτουρισμός. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), χρησιμοποίησε την έννοια «οικοτουρισμός» για να καλύψει «όλες τις μορφές τουρισμού όπου το βασικό κίνητρο του τουρίστα είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, και που είναι μορφές που προκαλούν τις ελάχιστες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και την πολιτιστική κληρονομιά».

Ο οικοτουρισμός (άρα και οι περισσότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού) είναι αντίθετα ήπιος και επιλεκτικός τουρισμός, ιδιαίτερα απαιτητικός, συμμετοχικός σε μικρές ομάδες (μικρής κλίμακας), πιο ανεξάρτητος, με μεγάλο βαθμό ελευθερίας στα άτομα και με σεβασμό στο περιβάλλον και στην παράδοση (Weaver & Lawton, 2007).

Άνθρωποι με ειδικά ενδιαφέροντα, αναζητούν μια αυθεντική επαφή τους με την φύση, τον τοπικό πολιτισμό, τους ανθρώπους, με την ζωή στην ύπαιθρο, την άσκηση στην φύση (Weaver, 1999). Εδώ δεν επικρατεί η απαίτηση για «φτηνό πακέτο διακοπών», αλλά η απαίτηση για ποιότητα, που δεν περιορίζεται μόνο στον χώρο διαμονής αλλά και στο δημόσιο χώρο (φυσικό και πολιτιστικό) (Zhang & Lei, 2012). Έτσι, πολλά και διαφορετικά είδη εναλλακτικού τουρισμού, που συνδέονται με την φύση, όπως για παράδειγμα: «αγροτουρισμός», «οικολογικός τουρισμός», «φυσιολατρικός τουρισμός», «ορεινός τουρισμός», «αθλητικός τουρισμός», «τουρισμός περιπέτειας» κ.α. θα μπορούσαν να ενταχθούν στην κατηγορία του «οικοτουρισμού» (Περιβαλλοντική ομάδα Ηρακλείου).

Είναι φανερό ότι οι μορφές αυτές δεν μπορούν να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, με την έννοια του παραθαλάσσιου μαζικού τουρισμού. Ωστόσο δρουν συμπληρωματικά προς αυτόν, συμβάλλοντας, κατά κύριο λόγο, στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών της περιφέρειας.

2.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι πάρα πολλές σε αριθμό και φυσικά θα ήταν αδύνατον να αναπτυχθούν όλες στα πλαίσια αυτής της πτυχιακής. Ωστόσο,

ενημερωτικά αναφέρονται ορισμένες από τις κύριες μορφές εναλλακτικού τουρισμού (anthropos, 2003):

Αγροτουρισμός

Οικοτουρισμός

Συνεδριακός τουρισμός

Κοινωνικός τουρισμός

Ορειβατικός τουρισμός

Πολιτιστικός τουρισμός

Τουρισμός υγείας

Αθλητικός τουρισμός

Χειμερινός τουρισμός

Θρησκευτικός τουρισμός

Θαλάσσιος και Καταδυτικός τουρισμός

2.2.1 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αγροτουρισμός (agri-tourism) είναι δραστηριότητα που αναπτύσσεται στον αγροτικό χώρο, από αγρότες κατά κύριο επάγγελμα, οι οποίοι είναι μόνιμοι κάτοικοι μιας περιοχής και έχουν ως κύριο σκοπό την ενίσχυση του αγροτικού τους εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας, με την εκμετάλλευση τουριστικών καταλυμάτων(ενοικιαζόμενα δωμάτια, πανσιόν, ξενώνες, κάμπινγκ), την τροφοδοσία των τουριστικών μικρομονάδων με προϊόντα τοπικής καταγωγής και την ανάπτυξη άλλων δραστηριοτήτων που συνδέονται συμπληρωματικά με τον τουρισμό (Κος, 2008:1085-1086).

Ο τουρισμός, λοιπόν, που έχει σαν τουριστικό προορισμό τις αγροτικές περιοχές, όπως περιοχές στις οποίες υπάρχουν αγροί, δηλαδή, καλλιεργήσιμα κομμάτια γης, παρουσιάστηκε σαν συγκροτημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960 και είχε δυο παραλλαγές, αυτή του Farm/Ranch based Tourism και εκείνη του Hotel/ resort based Tourism. Η πρώτη ήταν αυτή κατά την οποία οι τουρίστες είχαν κατάλυμα ένα αυθεντικό γεωργικό σπίτι (φάρμα ή ράντσο) ζούσαν και έτρωγαν μαζί με τους γεωργούς τα ίδια φαγητά και συμμετείχαν ή ήταν παρατηρητές στις γεωργικές δουλειές. Η παραλλαγή αυτή ονομάστηκε agricultural tourism, δηλαδή γεωργικός τουρισμός (Phillip & Hunter, 2010:754-758).

Η δεύτερη παραλλαγή ήταν αυτή κατά την οποία οι τουρίστες έμεναν και έτρωγαν σε ένα οργανωμένο κατάλυμα (ξενοδοχείο, ξενώνες, θέρετρα) το οποίο βρισκόταν μέσα ή κοντά σε αγροτική περιοχή και από το οποίο μετέβαιναν στους αγρούς όπου είχαν ή παρατηρούσαν αγροτικές δραστηριότητες, που δεν ήταν υποχρεωτικά μόνο γεωργικές. Η παραλλαγή αυτή ονομάστηκε Agrotourism, δηλαδή αγροτουρισμός ή αγροτικός τουρισμός. Και ο γεωργικός και ο αγροτικός τουρισμός αναφέρονται συχνά με ένα κοινό όνομα, αυτό του rural tourism, όπου σημαίνει αγροτικός ή εξοχικός (Κατσιώνας, 2008:7).

Αγροτουρισμός δεν είναι απλά μια δραστηριότητα που πραγματοποιείται και εξελίσσεται στον αγροτικό χώρο, αλλά είναι ο τουρισμός ο οποίος εξελίσσεται σε ένα χώρο οικειότητας, επικοινωνίας και εργασίας ο οποίος έχει τη δική του ζωή, παράδοση, ιστορία και ταυτότητα (Lane, 1989).

Αγροκτήματα σε όλη την Ελλάδα, από την Μακεδονία μέχρι την Κρήτη και από την Ήπειρο μέχρι τη Χίο, μετατράπηκαν σε καταλύματα, όπου ο επισκέπτης – τουρίστας, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, έχει τη δυνατότητα να συνδυάσει διακοπές με διάφορες δραστηριότητες. Από μια απλή πεζοπορία στο δάσος και την επίσκεψη παραδοσιακών χώρων, μέχρι το άρμεγμα μιας κατσίκας και το λεγόμενο rafting. Στο αγρόκτημα οι επισκέπτες μπορούν να δοκιμάσουν την καθημερινή ζωή ενός αγροτικού σπιτιού και να απολαύσουν τα προϊόντα που παράγονται σε αυτό. Επίσης, ενημερώνονται για τον τρόπο καλλιέργειας της γης, τα βιολογικά προϊόντα, έχουν επαφή με το φυσικό περιβάλλον και τη σπιτική ατμόσφαιρα (adesmeytos, 2011). Ο αγροτουρισμός δεν είναι τίποτα περισσότερο και τίποτα λιγότερο από αυτό που αναφέρει η ονομασία του

Στην Ελλάδα, την ευθύνη για την οργάνωση, την προώθηση και τη συστηματική ανάπτυξη του αγροτουρισμού, έχει η Αγροτουριστική Α.Ε. Πρόκειται για ανώνυμη εταιρεία δημοσίου συμφέροντος, που, σύμφωνα με την πρόεδρο και διευθύνουσα σύμβουλό της Μπριγκίττα Παπασταύρου, επιδιώκει να συμβάλλει μέσω των δραστηριοτήτων της στην ανάπτυξη της «άλλης Ελλάδας», στο πλαίσιο ενός εθνικού σχεδιασμού για το αγροτουριστικό προϊόν.

Ειδικά συνεργεία της εταιρείας ολοκληρώνουν την καταγραφή των επιχειρήσεων

που δραστηριοποιούνται στο χώρο του εναλλακτικού τουρισμού σε ολόκληρη την Ελλάδα, με σκοπό τη δημιουργία πλήρους ηλεκτρονικής βάσης ενημέρωσης, ενώ καθιερώνεται το «Σήμα Ποιότητας Αγροτουρισμού» για τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον αγροτουρισμό της υπαίθρου. Όπως τονίζει η κα. Παπασταύρου, «ο αγροτουρισμός είναι το μέλλον. Η Ελλάδα διαθέτει όλα τα πλεονεκτήματα για να βρεθεί στην πρώτη γραμμή των αγροτουριστικών προορισμών». Τα οφέλη που προκύπτουν από τον αγροτουρισμό είναι πολλά και αναφέρονται παρακάτω.

Με τον αγροτουρισμό, πετυχαίνουμε την παραμονή των κατοίκων στις περιοχές τους, την διατήρηση της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς, την ανακαίνιση σπιτιών και αρχοντικών που αφέθηκαν στον χρόνο. Μέσω του αγροτουρισμού προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά, η μοναδικότητα της κάθε περιοχής που χάνεται και διαβρώνεται (Tew & Barbieri, 2012). Σήμερα υπάρχουν περί τις 5.000 ορεινές περιοχές που αντιμετωπίζουν το ενδεχόμενο, είτε να εξαφανιστούν ολοκληρωτικά, λόγω της αραιοκατοίκησης που συνδέεται με την μεγάλη ηλικία, είτε να αποκτήσουν ένα εντελώς νέο πληθυσμό που τυχαίνει να φτάσει εκεί σαν μετανάστης από κάποια άλλη χώρα, κινδυνεύοντας έτσι να χαθεί ένα μεγάλο κομμάτι ιστορικής συνέχειας. Σε συνδυασμό με την ανάγκη να συγκροτήσουν τις δυναμικές τους, σε μια διαδικασία ευαισθητοποίησης και αναστροφής πορείας δραστηριοποίησης των νέων ανθρώπων, ο αγροτουρισμός θα αποτελέσει το μεγάλο κίνητρο (in.gr, 2012).

Σήμερα αρχίζει να γίνεται συνειδητό ότι η ανάπτυξη των ήπιων μορφών τουρισμού και ιδιαίτερα ο αγροτουρισμός, που χαρακτηρίζεται από τα στοιχεία του σεβασμού στον άνθρωπο και στο περιβάλλον είναι η πλέον κατάλληλη μορφή τουρισμού που συμβάλλει στην καλύτερη γνωριμία και επικοινωνία των κατοίκων της Ευρώπης, στην διαπαιδαγώγηση των πολιτών ως προς την ανεκτικότητα της όποιας διαφοράς τους και την προστασία των φυσικών πόρων της ηπείρου. Ο αγροτουρισμός δεν είναι απλώς μια μορφή τουρισμού, ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, καθώς και πλούσιας δραστηριότητας στον αγροτικό χώρο (on air24, 2011). Είναι μια διαφορετική προσέγγιση στον τρόπο ζωής, μια νέα πραγματικότητα, ένα όραμα.

2.2.2 ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο οικοτουρισμός (ecotourism) αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού για την οποία δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία από μελέτες που να αναλύουν τόσο τον όγκο και τη ζήτηση της οικοτουριστικής αγοράς όσο και τις προοπτικές και τις τάσεις ανάπτυξής τους (Blangy & Mehta, 2006:233-236).

Την αγορά του οικοτουρισμού αποτελούν οι τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, οι οποίοι είναι προσανατολισμένοι στη φύση και στην οικολογία. Ιδιαίτερα διαδεδομένη είναι η παρατήρηση της γλωρίδας και της πανίδας, όπως η παρατήρηση πουλιών, οι ελεύθερες καταδύσεις, οι επισκέψεις σε εθνικούς δρυμούς και εθνικά πάρκα, οι πολιτιστικές περιηγήσεις, κ.ά. Οι περισσότερες δραστηριότητες αυτού του τύπου λαμβάνουν χώρα σε περιοχές με πλούσιους φυσικούς πόρους. Οι ορεινές περιοχές προτιμώνται επίσης για οικοτουρισμό (Γιάννη, 2008:10-11).

Ο οικοτουρισμός είναι γνωστός και με άλλα ονόματα, όπως οικολογικός τουρισμός, περιβαλλοντικός τουρισμός και φυσιολατρικός τουρισμός και με διάφορους επιθετικούς προσδιορισμούς όπως μαλακός, ήπιος, πράσινος κ.τ.λ. (Hirwell, 2007). Είναι μια αειφορική μορφή τουρισμού υπαίθρου που εστιάζεται πρωτίστως στην απόκτηση εμπειριών και γνώσεων για τη φύση και ο οποίος διαχωρίζεται με τρόπο ώστε να είναι ήπιος, μη καταναλωτικός και τοπικά προσανατολισμένος. Αναπτύσσεται τυπικά σε φυσικές περιοχές και πρέπει να συντελεί στη διατηρησιμότητα και στη συντήρηση αυτών των περιοχών (Συριάνογλου, 2008:18).

Ο οικοτουρισμός αναφέρεται σε μια ανάπτυξη που δε σημαίνει οικονομικό πόλεμο με μια φύση κατεστραμμένη και έναν πλανήτη ληλατημένο. Αναφέρεται σε έναν σκεπτόμενο τουρίστα που συνεργάζεται με αυτόν που τον φιλοξενεί στην αναζήτηση μιας διαφορετικής ποιότητας ζωής, μιας διαφορετικής σχέσης με τη φύση και τους συνανθρώπους του (Tsaur, Lin & Lin, 2006). Ο οικοτουρισμός βασίζεται στο φυσικό περιβάλλον, είναι οικονομικά αποτελεσματικός, προωθεί την περιβαλλοντική εκπαίδευση και διαχειρίζεται το φυσικό περιβάλλον με βιώσιμο τρόπο (ecotourism, 2012).

Επίσης, συμβάλλει στην ολοκληρωμένη περιβαλλοντική διαχείριση μιας περιοχής παρεμβαίνοντας και διαμορφώνοντας τις τάσεις και τα χαρακτηριστικά των τοπικών

φορέων, των επιχειρηματιών και των επισκεπτών (Weaver, 2005). Έτσι λοιπόν, η ορθή οικοτουριστική ανάπτυξη:

→ προετοιμάζει τους επισκέπτες, πριν την αναχώρησή τους, ώστε να ελαχιστοποιήσουν ή ακόμα και να αποφύγουν την πρόκληση αρνητικών επιπτώσεων σε ευαίσθητες περιοχές, μέσω της ενημέρωσής τους σχετικά με τη στάση τους απέναντι στη χλωρίδα και πανίδα του τόπου προορισμού,

→ ελαχιστοποιεί τις επιπτώσεις από την παρουσία επισκεπτών,

→ επεμβαίνει διορθωτικά, εάν υπάρξει πρόβλημα,

→ οι επισκέψεις των τουριστών πραγματοποιούνται σε μικρές ομάδες για να αποφευχθούν προβλήματα υπερσυγκέντρωσης,

→ ενημερώνει, πληροφορεί και εκπαιδεύει τους επιχειρηματίες και το προσωπικό (τους επαγγελματίες του κλάδου δηλαδή) σχετικά με τις απαραίτητες ενέργειες, που πρέπει να ληφθούν με σκοπό τη διατήρηση υψηλής οικολογικής ποιότητας,

→ πολλές φορές αποτελεί μέρος προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης,

→ οι εγκαταστάσεις είναι από υλικά φιλικά προς το περιβάλλον και η αρχιτεκτονική τους σύμφωνη με την τοπική τεχνοτροπία,

→ αποτελεί πηγή χρηματοδότησης προγραμμάτων προστασίας της φύσης,

→ πολλές φορές οι επισκέπτες συμμετέχουν στην προστασία του περιβάλλοντος (ecotourism, 2012).

Είναι δυνατό με την κατάλληλη διαχείριση το οικοτουριστικό προϊόν να διατηρήσει μια σταθερή πορεία με παγιωμένα χαρακτηριστικά, που θα διασφαλίζουν την προστασία του περιβάλλοντος και την οικονομική βιωσιμότητα (Boyd & Butler, 2006:557-566). Η θέση ότι ο οικοτουρισμός είναι δραστηριότητα φιλική προς το περιβάλλον, βασίζεται στο γεγονός ότι οι οικοτουρίστες επισκέπτονται μια περιοχή

σε μικρές ομάδες, οργανωμένα και επιπλέον είναι άτομα ευαισθητοποιημένα ως προς το περιβάλλον (Campbell, 1999).

Από την άλλη όμως, έστω και αυτή η πολύ μικρή πίεση που ασκείται στο φυσικό περιβάλλον ενδέχεται να έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις. Ο οικοτουρισμός εάν σχεδιαστεί με πολύ προσεκτικό τρόπο και υπάρξει έντονος παρεμβατισμός με κατάλληλη γνώση από τους τοπικούς φορείς διαχείρισης, μπορεί να συμβάλει στην ανάδειξη και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος (ecotourism, 2012).

Η οικοτουριστική ανάπτυξη της περιοχής μπορεί να συνδεθεί με την οργάνωση δραστηριοτήτων αναψυχής για τους επισκέπτες. Το σύνολο των παρεμβάσεων πρέπει να είναι φιλικές προς το περιβάλλον, με ελάχιστες έως καθόλου επιπτώσεις.

Οι τουριστικοί προορισμοί που προσελκύουν τους οικοτουρίστες είναι οι φυσικές περιοχές στις οποίες βρίσκονται:

→ Τα τοπία ιδιαίτερου κάλλους

→ Οι παρθένοι και αμόλυντοι φυσικοί χώροι(βουνά, κοιλάδες, χαράδρες, φαράγγια, φράγματα, ποτάμια, πηγές, οροπέδια, δάση κ.λπ.).

→ Τα σπήλαια και οι παραδοσιακές γέφυρες.

→ Οι προστατευόμενες περιοχές (Εθνικά πάρκα, δρυμοί).

→ Οι βοτανικοί κήποι, τα φυτώρια, οι βιολογικές καλλιέργειες, και οι καλλιέργειες αρωματικών φυτών.

→ Τα περάσματα πουλιών, οι χώροι των κοινωνιών διαφόρων ζώων, τα κέντρα περιθαλψής άγριων ζώων.

→ Οι τόποι που φιλοξενούν σπάνια χλωρίδα και πανίδα.

→ Οι υδροβιότοποι, τα δέλτα των ποταμών, οι λιμνοθάλασσες.

→ Οι εξωτικές, άγριες, απρόσιτες και "απάτητες" περιοχές.

→ Οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα μνημεία και τα αρχιτεκτονήματα της υπαίθρου (Τσενεμπή, 2007:46)

Ο οικοτουρισμός σαν έννοια περικλείει το φάσμα της φύσης με βάση τις δραστηριότητες που ενισχύουν την εκτίμηση των επισκεπτών και την κατανόηση τους για τη διαχείρισή της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιά για να είναι οικολογικά, οικονομικά και κοινωνικά βιώσιμη (Che, 2006).

2.2.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως συνεδριακός τουρισμός (ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κλπ.). Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο, με τη σημερινή του μορφή εμφανίστηκε στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960 (Σφακιανάκης, 2000:110).

Συνεδριακός τουρισμός, είναι ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, στο οποίο οι σύνεδροι, που έχουν επαγγελματική ιδιότητα, ενημερώνονται, συζητούν και παίρνουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα, αλλά στον εκτός του συνεδρίου χρόνο έχουν τουριστικές δραστηριότητες (Σφακιανάκης, 2000:108).

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας, κλπ.

Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. Για την εξυπηρέτηση αυτών λειτουργούν σήμερα σε ολόκληρη την Ελλάδα αυτοτελή συνεδριακά κέντρα και συνεδριακές εγκαταστάσεις, συνήθως μέσα σε ξενοδοχεία. Εκτός όμως απ' τις

γνωστές ξενοδοχειακές μονάδες, για τη διεξαγωγή συνεδρίων κατάλληλες αναδεικνύονται και οι κρουαζιέρες.

Την ιδέα έχουν ήδη πραγματοποιήσει μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες και αρκετές μεσαίες και δυναμικές επιχειρήσεις που πολύ έξυπνα εκμεταλλεύονται τις κρουαζιέρες για τα incentives, και τα συνέδρια τους. Τα νεότευκτα κρουαζιερόπλοια όπως είναι γνωστό, αποτελούν υπεσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, κατάλληλες να φιλοξενήσουν και να ταξιδέψουν μεγάλο αριθμό επιβατών (synedrio.gr, 2001).

Ταυτόχρονα, διαθέτουν πλήρως οργανωμένους επαγγελματικούς και συνεδριακούς χώρους με σύγχρονες εγκαταστάσεις, επικοινωνιακό εξοπλισμό και οπτικοακουστικά μέσα. Αίθουσες ειδικά διαμορφωμένες και τεχνολογικά εξοπλισμένες, διαφόρων μεγεθών, επιτρέπουν τη διεξαγωγή μεγάλων και μικρών συνεδριάσεων (synedrio.gr, 2001).

Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί θέμα υψίστης σημασίας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτική ανάπτυξη κάθε χώρας. Ειδικότερα για την Ελλάδα η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί προτεραιότητα στην ατζέντα αρκετών υπουργείων για ευνόητους λόγους (επιστημονικό marketing, 2008).

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια λίγα και μικρά βήματα έχουν γίνει για την περαιτέρω ενίσχυση και ανάπτυξη του, παρά το γεγονός μάλιστα ότι η Ελλάδα φαίνεται να διαθέτει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων γειτονικών ανταγωνιστικών χωρών της Μεσογείου (επιστημονικό marketing, 2008).

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού αλλά και από τις πιο πολυσυζητημένες και ταλαιπωρημένες παράλληλα. Όλες οι ενδιαφερόμενες πλευρές (κράτος, φορείς, επιχειρηματίες) έχουν καταβάλει προσπάθειες για επανάληψη συμφωνήσεων εδώ και δεκαετίες στις ανάγκες που έχει ο συνεδριακός τουρισμός για να αναπτυχθεί ορθολογικά και αποτελεσματικά αλλά ακόμα και σήμερα παραμένει στάσιμος εκτός ελαχίστων φωτεινών εξαιρέσεων (Επιμελητήριο Κεφαλονιάς & Ιθάκης, 2012).

Εδώ και αρκετά χρόνια γίνεται συζήτηση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας και έχουν γράψει δεκάδες άρθρα για τα οφέλη και τη σπουδαιότητά του, έγκριτα στελέχη και δημοσιογράφοι από το χώρο του τουρισμού.

Η χώρα μας μέχρι πρόσφατα αν και είχε όλες τις προϋποθέσεις να γίνει ένας καταξιωμένος συνεδριακός προορισμός (κλίμα, μνημεία, φυσικές ομορφιές, δυνατότητα για business and pleasure), όμως (synedrio.gr, 2003):

Α) η έλλειψη της κατάλληλης υποδομής,

Β) η έλλειψη επαγγελματισμού, που στο συνεδριακό τουρισμό δε συγχωρείτε καθώς οι συμμετέχοντες προέρχονται κατά κανόνα από τα υψηλότερα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα,

Γ) στερεότυπα που έχουν διαμορφωθεί εδώ και δεκαετίες και η αντίληψη που κυριαρχεί στο εξωτερικό, ότι η Ελλάδα σημαίνει (κυρίως) "ήλιος, θάλασσα και μνημεία", αποτελούσαν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού.

Όμως το τελευταίο διάστημα παρατηρείται μεγάλη κινητικότητα. Από τη μια η πολιτεία για να αντιμετωπίσει την πρόκληση της Ολυμπιάδας του 2004, έχει επιδοθεί κυριολεκτικά σε "αγώνα δρόμου" προβαίνοντας σε μεγάλα έργα υποδομής και από την άλλη οι ιδιώτες έχουν πάρει κυριολεκτικά την υπόθεση του συνεδριακού τουρισμού στα χέρια τους.

Καταρχάς, στους σημαντικότερους συνεδριακούς προορισμούς της χώρας (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κέρκυρα, Κρήτη, Ρόδο, Κω) ανεγέρθηκαν ή θα ανεγερθούν στο επόμενο διάστημα συνεδριακά κέντρα διεθνών προδιαγραφών που προσδίδουν κύρος και ώθηση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Επίσης η νέα πτέρυγα του Μεγάρου Μουσικής στην Αθήνα και το Μέγαρο Μουσικής στη Θεσσαλονίκη, στο οποίο επίσης θα προστεθεί μία πτέρυγα με μεγάλες αίθουσες, αναμένεται να προσελκύσουν διεθνή συνέδρια. Επίσης, στην Κέρκυρα η Μητρόπολη κατασκεύασε ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο, στο κέντρο της πόλης, με μία αίθουσα ολομέλειας για 900 άτομα και άλλες 18 μικρότερες (synedrio.gr, 1999).

Επιπλέον στα μεγαλύτερα ξενοδοχεία της χώρας συντελείται αναβάθμιση ή και επέκταση των συνεδριακών τους χώρων και εκσυγχρονισμός του τεχνολογικού τους εξοπλισμού. Ακόμα είναι γνωστό ότι μία χώρα που φιλοδοξεί να καθιερωθεί ως συνεδριακός προορισμός θα πρέπει να έχει πολλά και υψηλού επιπέδου ξενοδοχεία.

Μέχρι πρόσφατα η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη είχαν έλλειψη ξενοδοχείων τεσσάρων και πέντε αστέρων, ενώ στους άλλους συνεδριακούς προορισμούς της χώρας, υπάρχει βελτίωση των ξενοδοχείων τόσο σε ποιότητα όσο και σε ποσότητα, με αποτέλεσμα να υπάρχει επάρκεια ξενοδοχείων τεσσάρων και πέντε αστέρων, τα οποία λειτουργούν πλέον δώδεκα μήνες το χρόνο και όχι έξι όπως μέχρι πρόσφατα. Το τελευταίο όμως διάστημα παρατηρείται στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, λόγω της Ολυμπιάδας που έχει γίνει εφιαλτήριο για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη, υλοποίηση πολλών επιχειρηματικών σχεδίων από διεθνείς και Ελληνικές αλυσίδες ξενοδοχείων που προβλέπουν την ανέγερση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων (synedrio.gr, 1999).

Επίσης είναι γνωστό το πόσο σημαντικό ρόλο έχει η επίγεια υποδομή στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Η συμβολή του αεροδρομίου των Σπάτων θα είναι αναμφίβολα καθοριστική τόσο στην αναβάθμιση της τουριστικής-συνεδριακής εικόνας ολόκληρης της χώρας, όσο και στην οικονομική της ανάπτυξη, καθώς θα αποτελέσει κέντρο μεταφορών (hub). Επιπλέον στο αεροδρόμιο Μακεδονία θα ξεκινήσουν πολύ σημαντικά έργα ώστε να καταστεί ένα πραγματικά διεθνές αεροδρόμιο (synedrio.gr, 1999).

Από τα παραπάνω είναι προφανές ότι γίνονται σημαντικά βήματα προόδου με συνέπεια η Ελλάδα να αρχίζει να καθιερώνεται ως συνεδριακός προορισμός και να επιδιώκει με αξιώσεις μεγαλύτερο κομμάτι από την "παγκόσμια συνεδριακή πίτα" (synedrio.gr, 1999). Τα μεγάλα προβλήματα της Αθήνας και της χώρας κατ' επέκταση συνοψίζονται στο ότι η πόλη δεν προσφέρει στοιχειώδη ποιότητα ζωής, με συνέπεια οι εύποροι τουρίστες να στρέφουν το ενδιαφέρον τους για άλλους προορισμούς (e-thesis, 2011).

Η Ελλάδα έχει πλέον μεγάλες δυνατότητες για επιπλέον ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού και έχει επέλθει πλέον το πλήρωμα του χρόνου για την διεθνή καταξίωση

της. Η χώρα μας εισέρχεται δυναμικά στην πιο κερδοφόρα μορφή του τουρισμού, έχοντας πλέον ως "όπλα" όχι μόνο τον ήλιο, τη θάλασσα και την Ακρόπολη, αλλά αναβαθμισμένες υποδομές και υπηρεσίες σε όλα τα επίπεδα (e-thesis, 2011).

2.2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο κοινωνικός τουρισμός, σαν ιδιαίτερη μορφή τουρισμού, ορίζεται σαν το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων (McCabe, 2009). Με άλλα λόγια ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός αποτελεί το είδος εκείνο του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη (Minnaert, Maitland & Miller, 2009).

Σύμφωνα, λοιπόν, με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS: Bureau Internationale la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη πολιτεία, βάσει ορισμένων προγραμμάτων, συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998:128-129).

Ο κοινωνικός τουρισμός, ελκύει τον άνθρωπο για τον οποίο η επαφή με άλλους συνανθρώπους του είναι πολύ σημαντική. Η κύρια ικανοποίηση για ορισμένους προέρχεται από τη συντροφιά με άλλα μέλη της τουριστικής ομάδας, καθώς η τουριστική ομάδα πραγματοποιεί συνήθως το ταξίδι με λεωφορείο (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στο Σχέδιο Δράσης για ανάπτυξη κατά προτεραιότητα, διαφόρων τομέων του τουρισμού ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό σαν τη διευκόλυνση, εκ μέρους των κρατών μελών, της πρόσβασης στο τουρισμό ομάδων ατόμων που για διάφορους λόγους, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους ή λόγους υγείας έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές. Στα μέτρα που προτείνει είναι και τα μέτρα περιορισμού εμποδίων που συναντούν τα άτομα με ειδικές ανάγκες στη πρόσβαση τους στο τουρισμό, εντάσσοντας το τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τουρισμό για όλους, στον κοινωνικό τουρισμό (Μαντζουράνη & Τζιφάκη 2006:36).

Οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό αποτελούν σήμερα για τις αναπτυγμένες οικονομικά χώρες υποχρέωση του κράτους. Συγκεκριμένα το σύγχρονο «κοινωνικό κράτος» έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, καλά γερατειά, εργασία, παιδεία κλπ να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και αναδομής, όπως για παράδειγμα κατασκευή ειδικών τουριστικών καταλυμάτων που να ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες της πελατείας τους, δηλαδή «κοινωνικών τουριστών», χορήγηση επιδομάτων διακοπών που να αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τις πραγματικές ανάγκες μιας οικογένειας, εφαρμογή επιχορηγούμενων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως για παράδειγμα σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους, που η οικονομική τους κατάσταση κάθε άλλο παρά τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές, χρηματοδότηση των διακοπών με ευνοϊκούς όρους κλπ. (Σφακιανάκης, 2000, *koinonikostourismos*, 2012).

Η σημασία του κοινωνικού τουρισμού: Οι κοινωνικές επιπτώσεις αφορούν ουσιαστικά τους συμμετέχοντες και είναι αναμφισβήτητα θετικές. Το σημαντικότερο γεγονός είναι η δυνατότητα που δίνεται για τουρισμό σε άτομα τα οποία δεν θα μπορούσαν να ταξιδέψουν χωρίς την βοήθεια κάποιου τέτοιου προγράμματος. Μια δεύτερη επισήμανση είναι ότι, συνήθως, τα κοινά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων γίνονται αίτια για ευκολότερη επαφή και γνωριμία μέσα από το ταξίδι, με βάση το κοινό επάγγελμα, την ηλικία και την οικογενειακή κατάσταση (ζευγάρια με παιδιά), (Καρασούλα, 2010:20-21).

Δημιουργείται, έτσι, μια κοινότητα που λειτουργεί συχνά θετικότερα από την εμπορική λογική του κλασσικού τουρισμού των διακοπών. Ένα τρίτο στοιχείο αφορά τις ειδικές ομάδες πληθυσμού (ηλικιωμένοι, ασθενείς, αγρότες, ανάπηροι) για τις οποίες αυτά τα προγράμματα δίνουν δυνατότητες κοινωνικοποίησης αλλά και συμμετοχής σε δραστηριότητες. Οι οικονομικές επιπτώσεις αφορούν τους τουρίστες, το κράτος αλλά και τους τοπικούς επιχειρηματίες. Οι τουρίστες ενισχύονται οικονομικά με διάφορους τρόπους για να ταξιδέψουν, χρησιμοποιώντας βέβαια

πόρους σε μεγάλο ποσοστό δικούς τους (Ταμείου Διακοπών). Το κράτος ασκεί μέσω του κοινωνικού τουρισμού μια πολιτική ενίσχυση των κοινωνικών παροχών αλλά και της απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο, στοχεύοντας ουσιαστικά και στην ενίσχυση του ευρύτερου τουριστικού τομέα (επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου γενικότερα στον τόπο υποδοχής), (Καρασούλα, 2010:21)

Τέλος, οι τοπικοί επιχειρηματίες ωφελούνται από τον κοινωνικό τουρισμό, διότι είναι τουρισμός των μεγάλων αριθμών και συχνά μετριάζει το πρόβλημα της εποχικότητας. Αναμφισβήτητα υπάρχουν πολλά προβλήματα, με πρώτο το γεγονός ότι κάθε μορφή κοινωνικής παροχής αποτελεί οικονομική απειλή, αλλά συνολικά τα προγράμματα αυτά είναι πολύ θετικά για την οικονομία (Καρασούλα, 2010:21).

Οι κυριότεροι παράγοντες του κοινωνικού τουρισμού είναι (Σφακιανάκης, 2000:229):

α) η Πολιτεία και οι λοιποί φορείς που «διευκολύνουν» (επιδοτούν) τον κοινωνικό τουρισμό και καθορίζουν το πλαίσιο ανάπτυξης του,

β) το ύψος της επιδότησης που καθορίζει το είδος και τη διάρκεια του κοινωνικού τουρισμού,

και γ) οι δικαιούχοι του κοινωνικού τουρισμού.

Ο γενικός χαρακτηρισμός των δικαιούχων του κοινωνικού τουρισμού είναι «κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα» (ορισμός BITS) ή «ομάδες ατόμων που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές» (ορισμός της Ε.Ε.) (Σφακιανάκης, 2000:230). Κάτω από αυτούς τους χαρακτηρισμούς μπορούν να υπαχθούν διάφορες κατηγορίες ατόμων, όπως (Σφακιανάκης, 2000:230):

→ εργαζόμενοι και συνταξιούχοι με χαμηλό εισόδημα

→ άνεργοι

→ άτομα με ειδικές ανάγκες συμπεριλαμβανομένων και των υπερηλίκων

→ πολύτεκνοι των οποίων το εισόδημα είναι συνήθως ανεπαρκές λόγω των μεγάλων οικογενειακών δαπανών

→ πολιτικοί πρόσφυγες, αγρότες και αγρότισσες των οποίων η πρόσβαση στον τουρισμό είναι δύσκολη ή δεν έχουν την απαιτούμενη πληροφόρηση και εμπειρία

→ ανύπαντρες μητέρες και γυναίκες ή άντρες εν χηρεία που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα.

2.2.5 ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ορειβατικός τουρισμός (naturism tourism), ταυτίζεται με την ορειβασία. Ως ορειβασία νοείται η ανάβαση, διάσχιση και κατάβαση σε οποιοδήποτε μέσο βουνό ή ψηλό βουνό που χαρακτηρίζεται είτε βατό, οπότε και δεν απαιτούνται ειδικές τεχνικές γνώσεις και σύνεργα, είτε δύσβατο, οπότε και απαιτούνται ειδικές γνώσεις και συγκεκριμένες τεχνικές (Γιάννη, 2008:12).

Σήμερα η ορειβασία με τη μορφή της περιστασιακής ενασχόλησης, προσελκύει όλο και περισσότερους τουρίστες που ενδιαφέρονται για την καλή τους φυσική κατάσταση και για μια πιο ουσιαστική επαφή με τη φύση. Επίσης, η ορειβασία αποτέλεσε το κίνητρο για τη δημιουργία ορεινών πάρκων και προστατευόμενων ορεινών ζωνών (Γιάννη, 2008:12)

Ορειβατικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες αναπτύσσουν ορειβατικές δραστηριότητες ή απλώς τις παρακολουθούν. Ο ορειβατικός τουρισμός, είναι διαφορετικός από τον περιπατικό τουρισμό, γιατί αν και οι δυο ανήκουν στον τουρισμό υπαίθρου και ειδικότερα στον ορεινό τουρισμό, ο περιπατικός τουρισμός είναι η τουριστική δραστηριότητα του εύκολου περπατήματος στις βατές και προσπελάσιμες λοφώδεις ή ημιορεινές περιοχές από πολλούς τουρίστες, με τη χρήση μόνο των ποδιών και χωρίς ειδικό εξοπλισμό, ενώ ο ορειβατικός τουρισμός είναι η τουριστική δραστηριότητα του δύσκολου ανεβάσματος στα υψηλά βουνά με τη χρήση των ποδιών και των χεριών και συχνά με τη χρησιμοποίηση ειδικού εξοπλισμού (Σφακιανάκης, 2000:210-211).

Στη Ελλάδα η ορειβασία αναπτύχθηκε από πολύ νωρίς, καθώς είμαστε μια χώρα που η επιφάνεια της καλύπτεται κατά 80% από βουνά. Το 1930 ιδρύθηκε ο πρώτος ορειβατικός σύνδεσμος (ΕΟΣ) και σήμερα λειτουργούν πάνω από 50 ΕΟΣ, συνήθως ένας κατά Νομό (Γιαννουλίδου, 2006:48).

Ο ορειβατικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού μικρή σε μέγεθος και προσιτή μόνο στους ορειβάτες. Οι τουρίστες ορειβάτες πρέπει να είναι μικρής ηλικίας και έμπειροι για να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες της ορειβασίας που συχνά πολλαπλασιάζονται από τις κακές καιρικές συνθήκες που επικρατούν στα βουνά (Γιαννουλίδου, 2006:48)

Το τουριστικό ορειβατικό προϊόν είναι ίσως μοναδικό αλλά και δυσπρόσιτο. Δυσπρόσιτο από οικονομική άποψη, αφού ο ορειβατικός εξοπλισμός είναι πανάκριβος και από άποψη αντοχής, εκπαίδευσης και πείρας, πολύ αποτελούν τα απαραίτητα στοιχεία μιας επιτυχούς ορειβασίας (Γιαννουλίδου, 2006:48).

Παρά τις δυσκολίες όμως τα τελευταία χρόνια και οι ορειβατικοί σύνδεσμοι και τα μέλη τους όλο και πληθαίνουν. Η τάση της στροφής προς τη φύση παρακινεί πολλούς ανθρώπους να προτιμούν την απλή ορειβασία και να απολαμβάνουν μέσω αυτής τα πανέμορφα Ελληνικά βουνά (Γιαννουλίδου, 2006:48).

2.2.6 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism) ορίζεται η κυκλοφορία των ατόμων στα πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο κανονικής διαμονής, με την πρόθεση να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι όλο και πιο δημοφιλής σε ολόκληρο τον κόσμο (Hughes & Allen, 2005).

Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει σαν κύρια δραστηριότητα την επαφή, τη γνωριμία, τη γνώση και την απόλαυση του πολιτιστικού πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τη συμμετοχή σε αυτά ή την παρακολούθηση διαφόρων πολιτιστικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων (Σφακιανάκης, 2000:293). Ελκύει, λοιπόν, τον

άνθρωπο που το κυρίαρχο ενδιαφέρον του βασίζεται στην ιστορία και στη λαογραφία του τόπου προορισμού.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού δεν δημιουργεί μόνο μια αίσθηση γνώσης και υπερηφάνειας για την τοπική ιστορία και ταυτότητα αλλά βοηθά στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, στην οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Yan & Bramwell, 2008).

Είναι η μορφή αυτή, την οποία ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) θεωρεί πως είναι το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό, περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, φεστιβάλ κρασιού ή φέτας κ.τ.λ. θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ μουσικής και χωρού, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης (chtconsulting, 2012).

Ο πολιτιστικός τουρισμός συνδυάζεται πολύ καλά με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού υπαίθρου και συνεισφέρει στη δημιουργία ενός ελκυστικού διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος (McKercher, Ho & Cros, 2005).

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι πολιτιστικό τουρισμό έχουμε όταν ο επισκέπτης θέλει να κατανοήσει και να εκτιμήσει τον βασικό χαρακτήρα ενός τόπου και τον πολιτισμό του ως σύνολο, περιλαμβάνοντας (tzoumerka-murgia, 2012):

- ◆ την ιστορία και την αρχαιολογία
- ◆ τον λαό και τον τρόπο ζωής του
- ◆ την πολιτιστική εξέλιξη
- ◆ τις τέχνες και την αρχιτεκτονική
- ◆ το φαγητό, το κρασί και την τοπική παραγωγή
- ◆ την κοινωνική, οικονομική και πολιτική δομή
- ◆ τη μορφολογία της περιοχής

◆ τα διάφορα φεστιβάλ και εκδηλώσεις

Πολιτιστικός τουρίστας είναι αυτός που θέλει πραγματικά να καταλάβει έναν τόπο, που θέλει να νιώσει την ιστορία του. Είναι αυτός που θέλει να αισθανθεί ότι ζει μέσα σε έναν άλλο πολιτισμό, που θέλει την εμπειρία μιας πολιτιστικής περιπέτειας. Είναι αυτός που θέλει να συγκρίνει το σήμερα με το χθες, να κατανοήσει τους λόγους των αλλαγών και της εξέλιξης (rethemnos, 2012).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ) εκτιμά ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αναπτύσσεται με ρυθμό 15% τον χρόνο και ότι το 37% όλων των διεθνών ταξιδιών περιλαμβάνει ένα πολιτιστικό στοιχείο. Το προφίλ των πολιτιστικών τουριστών έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά (Richards, 1996):

- ▶ ηλικία 45 ως 64 χρόνων
- ▶ οι γυναίκες είναι περισσότερες από τους άντρες
- ▶ ανωτέρου μορφωτικού επιπέδου
- ▶ υψηλότερο εισόδημα
- ▶ ξοδεύουν 10 ως 15% περισσότερα για κάθε ημέρα ταξιδιού
- ▶ ξοδεύουν περισσότερα σε καταναλωτικά προϊόντα όπως σουβενίρ, χειροποίητα είδη, ρουχισμό κλπ.

Ο πολιτιστικός τουρισμός συνδυάζει την προώθηση της γνώσης, της ιστορίας, της τέχνης και του τρόπου ζωής των κατοίκων της περιοχής (Russo & Borg, 2002). Η Ελλάδα είναι ο ιδανικός τόπος ανάπτυξης μιας τέτοιας μορφής τουρισμού.

2.2.7 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Ως Τουρισμός Υγείας, ορίζεται η συμμετοχή τουριστών σε προγράμματα ιδιωτικής ιατρικής φροντίδας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία και την υγιεινή, σε συμφέρουσες τιμές και σε συνεργασία με την τουριστική βιομηχανία (Goodrich & Goodrich, 1987).

Ο Τουρισμός Υγείας ελκύει τον άνθρωπο που θέλει να βελτιώσει τη φυσική του κατάσταση, και αφορά στην πρόληψη, τη διατήρηση, τη θεραπεία, την ανάρρωση και την αποκατάσταση της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους ή με φυσικές μεθόδους, προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία όπως προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης, κλπ, συνδυάζοντας παράλληλα την ξεκούραση, τη χαλάρωση και τη διασκέδαση. Η βασική ιδέα είναι η σωματική, πνευματική, ψυχική και συναισθηματική αναζωογόνηση του ατόμου μακριά από την καθημερινή ρουτίνα σε ένα όμορφο χαλαρωτικό περιβάλλον (Lee, 2010).

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που μπορεί να αναπτύσσεται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και σχετίζεται με το πολυτιμότερο αγαθό, την υγεία. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα σε άτομα με ειδικές ανάγκες και ασθενείς με χρόνιες παθήσεις, όπως νεφροπαθείς, καρδιοπαθείς, καρκινοπαθείς κ.ά., να ταξιδεύουν απρόσκοπτα σε τουριστικούς προορισμούς που επιθυμούν (Reed, 2008).

Η Ελλάδα φημίζεται για τους άριστους γιατρούς της και τους επαγγελματίες υγείας, που σπουδάζουν και εξειδικεύονται σε μερικά από τα καλύτερα πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Βορείου Αμερικής (investingreece, 2010). Το γεγονός αυτό αποτελεί στρατηγικό πλεονέκτημα για τη χώρα, καθώς οι ασθενείς ανακαλύπτουν τα οφέλη της ιατρικής φροντίδας σε χώρους όπου η εξειδίκευση συνδυάζεται με την εξοικονόμηση εξόδων και ένα ελκυστικό περιβάλλον ανάρρωσης. Ο Οργανισμός Παγκόσμιας Υγείας κατατάσσει το σύστημα υγείας της Ελλάδας στη 14^η θέση μεταξύ 191 χωρών παγκοσμίως (polispress, 2010).

Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, σε συνεργασία και με μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς του εξωτερικού, έχουν γίνει αξιολογες προσπάθειες δημιουργίας σύγχρονων κέντρων παροχής υπηρεσιών υγείας και ομορφιάς, που αφορούν κυρίως στον Τουρισμό Ευεξίας, μέσω των Κέντρων Θαλασσοθεραπείας και Spa, στον

Ιατρικό Τουρισμό, με έμφαση στον Προσβάσιμο Τουρισμό και στον Τουρισμό Ομορφιάς.

Μεγάλο κομμάτι της πολιτιστικής μας κληρονομιάς αποτελεί ο Ιαματικός Τουρισμός-Θερμαλισμός, καθώς η Ελλάδα είναι μία από τις πλουσιότερες χώρες από άποψη φυσικών πηγών, διαθέτοντας 850 περίπου φυσικές πηγές καταγεγραμμένες στην ελληνική επικράτεια με εξαιρετική ποιότητα νερών. Η πλαστική χειρουργική, τα κέντρα αποτοξίνωσης, οι κλινικές γονιμότητας και η αιμοκάθαρση σε ευχάριστο περιβάλλον είναι από τους τομείς που γνωρίζουν επιτυχία στον τομέα του τουρισμού υγείας. Μία από τις πιο ελκυστικές πλευρές της θεραπευτικής αγωγής στην Ελλάδα είναι η δυνατότητα ανάρρωσης σε ένα πανέμορφο περιβάλλον απολαμβάνοντας την ελληνική φιλοξενία (investingreece, 2010).

Ο Τουρισμός Υγείας περιλαμβάνει τις ακόλουθες μορφές τουρισμού (Σφακιανάκης, 2000:69-70):

- Θεραπευτικός Τουρισμός. Περιλαμβάνει προγράμματα θεραπείας με σύγχρονες μεθόδους της ιατρικής και με φυσικές μεθόδους θεραπείας της εναλλακτικής ιατρικής.
- Θερμαλισμός. Περιλαμβάνει την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών και τη γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και τη χρήση των μεταλλικών νερών. Επίσης, περιλαμβάνει ταξίδια σε τουριστικούς προορισμούς με ιαματικές πηγές.
- Τουρισμός Φυσικοθεραπείας. Περιλαμβάνει διάφορες μεθόδους θεραπείας όπως, υδροθεραπεία, κινησιοθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, κλπ.
- Τουρισμός Υγιεινής Διαβίωσης. Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες ακολουθούν ένα πρόγραμμα υγιεινής και φυσικής ζωής, το οποίο περιλαμβάνει υγιεινή διατροφή, ενεργητική άθληση, δίαιτα, ωράριο παράλληλο με τους φυσικούς βιορυθμούς καθώς και προγράμματα ψυχικής ισορροπίας και καταστολής του άγχους.

■ Τουρισμός Ομορφιάς. Περιλαμβάνει προγράμματα ομορφιάς όπως αισθητική, κομμωτική, αδυνατίσματος, σύσφιξης μυών, περιποίησης προσώπου, ενδυματολογίας και πλαστικής χειρουργικής (σε σύγχρονα τουριστικά Κέντρα Υγείας).

2.2.8 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα (Daniels, Norman & Henry, 2004).

Λίγο μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου αθλητικός τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει και την αθλητική δραστηριότητα. Ελκύει κυρίως ανθρώπους που τους απασχολεί σοβαρά ο αθλητισμός. Οι δραστηριότητες που αναπτύσσουν οι τουρίστες αυτής της ομάδας τουρισμού είναι οι κατασκηνώσεις με τένις, οι διακοπές για σκι, οι εκδρομές σε χώρους που διαθέτουν νερό (λίμνες, ποτάμια, θάλασσες) ή που παρέχουν τη δυνατότητα ποδηλασίας (Higham & Hinch, 2002).

Είναι μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού η οποία μας δίνει την ευκαιρία να επενδύσουμε σε μία τεράστια δυναμική αγορά αλλά και ταυτόχρονα να επιτύχουμε μια προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν μέσω της ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της αναβάθμισης του (Gibson, Willming & Holdnak, 2003).

Σήμερα ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς, που έχουν σε πολλές περιπτώσεις άμεσες αλληλεπιδράσεις. Οι δύο αυτοί θεσμοί γιγαντώθηκαν ειδικότερα μετά το 1960 και αποτελούν σήμερα δύο κερδοφόρες βιομηχανίες που αποφέρουν τεράστια κέρδη. Ο συνδυασμός που προκύπτει από τις τουριστικές και τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με το χρόνο της πραγματοποίησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αποτέλεσαν τη γενεσιουργό αιτία του αθλητικού τουρισμού (Tassiopoulos & Haydamm, 2008).

Για να θεωρηθεί κάποιος αθλητικός τουρίστας, θα πρέπει να ταξιδεύει είτε για εργασία είτε για αναψυχή, με στόχο να συμμετάσχει παθητικά ή ενεργητικά με οργανωμένο και ανεξάρτητο τρόπο σε μεμονωμένα ή πολλαπλά αθλήματα. Επίσης, αθλητικός τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί και ο κοινός τουρίστας του ξενοδοχείου διακοπών, που όμως επιλέγει το θέρετρο γιατί παρέχει τις απαραίτητες αθλητικές υποδομές και προγράμματα στα οποία είναι διατεθειμένος να αφιερώσει ένα σημαντικό τμήμα του χρόνου του (Γλυνιά, 2003).

Οι μορφές που προκύπτουν από τον αθλητικό τουρισμό και συναντώνται στην Ελλάδα είναι: Προπονητικός τουρισμός με επαγγελματικές ομάδες. Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες συνοδοί κ.λπ. που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως έναν χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες κλιματολογικές κυρίως συνθήκες, παρακολούθηση - θέαση γεγονότων, συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα, υπαίθριες δραστηριότητες, άσκηση ψυχαγωγεία ξενοδοχείων (Γλυνιά, 2003).

Τα τελευταία χρόνια τα τουριστικά πακέτα του οργανωμένου τουρισμού περιλαμβάνουν και τουριστικές δραστηριότητες για τους τουρίστες. Τα μεγάλα ξενοδοχεία και τα τουριστικά θέρετρα, διαθέτουν όλη την αθλητική υποδομή στήριξης αθλημάτων. Έτσι οι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα να ασχολούνται με διάφορα αθλήματα (ποδόσφαιρο, μπάσκετ, βόλεϊ, τένις, κλπ), (Τσαγκαράκη, 2012:29).

2.2.9 ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο χειμερινός τουρισμός (winter tourism) περιλαμβάνει ένα πλήθος τουριστικών δραστηριοτήτων, που έχουν ως μόνο κοινό χαρακτηριστικό τη χρονική περίοδο πραγματοποίησής τους. Η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας κατά τη χειμερινή περίοδο αποτελεί βασική επιδίωξη της ελληνικής τουριστικής πολιτικής, καθώς συνδέεται άμεσα με το πρόβλημα της σύμμετρης δραστηριοποίησης του παραγωγικού δυναμικού του τουριστικού κλάδου σε όλη τη διάρκεια του έτους

(Γιάννη, 2008). Σήμερα είναι μια μορφή τουρισμού που γνωρίζει πρωτοφανή άνθιση σε παγκόσμιο επίπεδο (tzoumerka-murgia, 2012).

Ο χειμερινός τουρισμός στη χώρα μας έχει καταφέρει αλματώδη άνοδο τα τελευταία χρόνια με τη δημιουργία πολλών χιονοδρομικών κέντρων και χώρων φιλοξενίας επισκεπτών στα ορεινά μέρη της χώρας μας (tzoumerka-murgia, 2012).

Οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην διάρκεια του χειμώνα και περιστρέφονται κυρίως γύρω από τη χιονοδρομία για την οποία απαιτείται κατάλληλη υποδομή και εξοπλισμός και γίνετε στα πολλά χιονοδρομικά κέντρα της χώρας μας.

Παράλληλα ο χειμερινός τουρισμός στην Ελληνική πραγματικότητα γίνετε προβληματικός λόγω περιβαλλοντικών αιτιών όπως η άνοδος της θερμοκρασίας, που μικραίνει τη χειμερινή περίοδο και η πληθώρα χιονοδρομικών κέντρων όπου διαχέετε ο αριθμός των επισκεπτών με αποτέλεσμα τη μείωση των εισοδημάτων των επιχειρηματιών που ασχολούνται με το είδος αυτό (tzoumerka-murgia, 2012).

2.2.10 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο θαλάσσιος τουρισμός, είναι ο τουρισμός ο οποίος σχετίζεται με την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων στη θάλασσα. Συνήθως αφορά την κολύμβηση και την αναψυχή στην παραλία, αλλά με την εναλλακτική του έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ (κατάδυση, υποβρύχια φωτογράφιση, εξερεύνηση ναυαγίων κ.α.).

Θαλάσσιος τουρισμός (sailing holidays), είναι ο τουρισμός του οποίου ο τουριστικός προορισμός είναι η ανοιχτή θάλασσα. Αυτό σημαίνει ότι οι τουρίστες ικανοποιούν τις βασικές τουριστικές τους ανάγκες (διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία, άθληση, πολιτιστικές ανάγκες κ.λ.π.) εν πλω, δηλαδή, ενώ ταξιδεύουν με ένα πλοίο, το οποίο σε αυτή την περίπτωση έχει τη μορφή ενός πλωτού ξενοδοχείου (Σφακιανάκης, 2000:262).

Ο θαλάσσιος τουρισμός διαφέρει από τον παράκτιο, αν και βασικό στοιχείο και των δύο μορφών, είναι η θάλασσα. Κατα τη διάρκεια του παράκτιου τουρισμού οι τουρίστες απολαμβάνουν τη θάλασσα που περιβρέχει τις ακτές και διαμένουν σε ένα

παράκτιο ξενοδοχείο, ενώ κατά τη διάρκεια του θαλάσσιου τουρισμού οι τουρίστες ταξιδεύουν στη θάλασσα, διαμένουν στο πλοίο / ξενοδοχείο και κολυμπούν στις πισίνες του πλοίου. Ο θαλάσσιος τουρισμός συνδυάζεται πάντοτε και με άλλες μορφές τουρισμού (Σφακιανάκης, 2000:262).

Τα πλωτά μέσα, δηλαδή, τα πλοία / ξενοδοχεία, που χρησιμοποιούνται στο θαλάσσιο τουρισμό είναι (Σφακιανάκης, 2000:262-263):

- 1). Τα κρουαζιερόπλοια
- 2). Τα διάφορα μηχανοκίνητα ή ιστιοφόρα yachts που ποικίλουν σε μέγεθος από τα μικρά ανοιχτά ιστιοπλοϊκά yachts (bare boats) μέχρι τις μεγάλες θαλαμηγούς
- 3). Τα μεγάλα φουσκωτά σκάφη (τύπου Μόμπι Ντικ), οι μικρότεροι τύποι των οποίων χρησιμοποιούνται μόνο για τον παράκτιο τουρισμό
- 4). Τα πλοία των ακτοπλοϊκών και λοιπών γραμμών, όταν οι τουρίστες τα χρησιμοποιούν αλληλοδιαδόχως (από λιμάνι σε λιμάνι) και περνούν τον περισσότερο χρόνο των διακοπών τους ταξιδεύοντας, με σκοπό να επισκεφθούν περισσότερους τόπους / λιμάνια.

Η Ελλάδα με τα 15.000 χλμ των ακτών, το πλήθος των νησιών της, τις προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο της, έχει ένα σαφές και αναμφισβήτητο συγκριτικό πλεονέκτημα στο θαλάσσιο τουρισμό. Ως αποτέλεσμα, ο θαλάσσιος τουρισμός έχει αρχίσει να αναπτύσσεται στη χώρα μας από τη 10ετία του 1960, με συνεχώς αυξητικούς ρυθμούς εξέλιξης (tzoumerka-murgia, 2012).

2.2.11 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κατά τη διάρκεια των περασμένων χρόνων και μέχρι σήμερα ο τουρισμός στην Ελλάδα, μετεξελίχθηκε και αναδείχθηκε σε μια μεγάλη βιομηχανία συνεισφέροντας σημαντικά στην οικονομία του κράτους, στην απασχόληση, στην ανάπτυξη αλλά και στην προβολή του στο εξωτερικό (hotel-magazine, 2003).

Η κατάδυση ως άθλημα ξεκίνησε το 1930 στη Μασσαλία, από ερασιτέχνες ψαράδες. Το φράγμα των «υποβρύχιων ορίων» όμως έσπασε μόλις το 1943, όταν ο διάσημος

εξερευνητής Ζακ – Ιβ Κουστό εφηύρε τη συσκευή ρύθμισης της ροής του αέρα (τον ρυθμιστή) και έφερε την επανάσταση στις καταδύσεις, επιτρέποντας στον δύτη να αυτονομηθεί από τις ογκώδεις και αρκετά αναξιόπιστες στολές κατάδυσης, καθώς και τις αντλίες επιφάνειας. Η εφεύρεση του Κουστό άνοιξε καινούργιους ορίζοντες στις υποβρύχιες εξερευνήσεις και έδωσε στους λάτρεις της θάλασσας απεριόριστες δυνατότητες. (Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, 2012)

Σήμερα υπάρχουν δύο είδη καταδύσεων: η ελεύθερη κατάδυση (χωρίς αναπνευστική συσκευή) και η αυτόνομη κατάδυση (με χρήση φιαλών αέρα). Ο όρος έχει επικρατήσει παγκοσμίως για την αυτόνομη κατάδυση είναι «Scuba» και προέρχεται από τη σύντμηση των λέξεων Self Contained Underwater Breathing Apparatus (αυτόνομη υποβρύχια αναπνευστική συσκευή). Όπως χαρακτηριστικά δηλώνει το όνομά της, η αυτόνομη κατάδυση παρέχει στους δύτες τη σχετική αυτονομία, ώστε να απολαύσουν μια βουτιά χωρίς να εξαρτώνται από το σκάφος επιφάνειας (van Treeck & Schuhmacher, 1999).

Ο θαλάσσιος τουρισμός καθώς και ο καταδυτικός αποτελούν για τη χώρα μας δυο από τις σημαντικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Το παραπάνω οφείλεται σε μία σειρά από λόγους όπως τα 2000 νησιά, τα 15.000 χιλιόμετρα μήκους ακτογραμμών, το ήπιο κλίμα και η μεγάλη ηλιοφάνεια (hotel-magazine, 2003).

Ο καταδυτικός τουρισμός, ως νέα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού, εμφανίζει σε παγκόσμιο επίπεδο σημαντική ανάπτυξη, ενώ στη χώρα μας αποκτά ολοένα και περισσότερους φίλους, λόγω των παραπάνω λόγων αλλά και του βυθού που «τραβάει» το ενδιαφέρον των καταδυόμενων (hotel-magazine, 2003). Η προοπτική ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα επιφέρει πολλαπλά οικονομικά και άλλα οφέλη στη χώρα (theabyss, 2009).

Έτσι όπως όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, είναι μια άριστη ευκαιρία προσφοράς διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα, διευρύνοντας την υπάρχουσα τουριστική αγορά-στόχο (target market), και προσελκύνοντας ένα νέο κοινό-στόχο (target group), (theabyss, 2009).

Ο καταδυτικός τουρισμός αναπτύσσεται ταχύτατα σε παγκόσμιο επίπεδο. Κάθε χρόνο διακινείται παγκοσμίως μεγάλος όγκος συναλλάγματος, που μεταφέρεται κατά κανόνα προς τις παράλιες χώρες και κυρίως σε εκείνες που διαθέτουν ενδιαφέροντες βυθούς με πλούσια χλωρίδα και πανίδα (φυσικά τοπία, ποικιλία χλωρίδας και πανίδας, σπήλαια και ηφαίστεια στο βυθό της θάλασσας κ.α.). Το εθνικό εισόδημα μερικών χωρών εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον καταδυτικό τουρισμό (π.χ. Μαλαισία), ενώ για άλλες (όπως η Μάλτα, η Αίγυπτος, οι Μαλδίβες, η Τουρκία κ.λ.π.) ο τουρισμός αυτός αποτελεί βασική πηγή συναλλάγματος (traveldailynews, 2006).

Ο ελληνικός κρατικός μηχανισμός, παρόλο που υπάρχει θέληση και ζήτηση, κινείται σε αρκετά αργούς ρυθμούς σε σχέση με άλλες χώρες στις οποίες ο καταδυτικός τουρισμός αποτέλεσε κατά το παρελθόν αλλά και σήμερα την κύρια τουριστική δραστηριότητα τους αποφέροντας αστρονομικά κέρδη. Στην Ελλάδα ο κόσμος γνώρισε πραγματικά τον υποβρύχιο κόσμο από το 1994 που έγιναν οι πρώτες απελευθερώσεις θαλάσσιων περιοχών για καταδύσεις αναψυχής (hotel-magazine, 2003).

Τα οφέλη που απολαμβάνει κάθε περιοχή από τα καταδυτικά πάρκα είναι τα εξής (Hasler & Ott, 2008):

- Ανάδειξη συγκριτικού πλεονεκτήματος περιοχής
- Φήμη ειδικού τουριστικού προορισμού
- Δραστική επιμήκυνση σαιζόν
- Αύξηση αφίξεων τουριστών
- Προστασία περιβάλλοντος
- Εκθετική αύξηση αλιευμάτων - θετική αλληλεπίδραση με το περιβάλλον
- Αύξηση απασχόλησης
- Γενικότερη τουριστική και οικονομική ανάπτυξη περιοχής

■ Επιχειρηματική δραστηριότητα με προοπτικές κερδοφορίας

Αναφέρονται ενδεικτικά περιοχές σε όλη την Ελλάδα με σημεία κατάλληλα για καταδύσεις αναψυχής: Καβάλα, Χαλκιδική, Μαγνησία, Παξοί, Κέρκυρα, Λευκάδα, Πελοπόννησος, Ζάκυνθος, Αττική, Πάρος, Μύκονος, Κρήτη, Κάλυμνος, Ρόδος.

2.2.12 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ελκύει τον άνθρωπο για τον οποίο ο προορισμός έχει πνευματική σημασία και εκδηλώνεται με επισκέψεις σε τόπους προσκυνήματος και σε ιερές θρησκευτικές περιοχές, σε περιοχές που έχουν μεγάλη θρησκευτική και λατρευτική ιστορία, ανάμεσα στους οποίους συγκαταλέγονται οι μεγαλύτεροι προορισμοί για προσκύνημα (Nolan & Nolan, 1992).

Τα θρησκευτικά μνημεία της χώρας μας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς μας και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, τα ψηφιδωτά, τις τοιχογραφίες και τις σπάνιες εικόνες τους, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια τα μετόχια και οι σκήτες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και μακράιωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, φιλέρευτους τουρίστες, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι, μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον ελληνικό χώρο, έρχονται σε επαφή με την πνευματικότητα της ορθοδοξίας (agrotourismos.wordpress, 2008).

Επίσης, τα μοναστήρια του Αγίου Όρους και τα Μετέωρα έχουν ανακηρυχθεί από τη ΟΥΝΕΣΚΟ μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Σε όλη την Ελλάδα ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να θαυμάσει βυζαντινές βασιλικές και παλαιοχριστιανικές εκκλησίες οι οποίες είναι χτισμένες σε ερείπια αρχαίων ναών, συνυπάρχοντας με το πολιτισμικό και θρησκευτικό ψηφιδωτό αρχαίων δογμάτων και πολιτισμών. Σημαντική είναι η παρουσία εκκλησιαστικών μουσείων σε πολλές εκκλησίες και μοναστήρια της Ελλάδας, αναδεικνύοντας τον ισχυρό δεσμό της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία και το σημαντικό ρόλο της εκκλησίας στην ελληνική ιστορία (agioritikovima, 2010).

Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

∞ Στους προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο, επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στον θρησκευτικό χώρο.

∞ Στον τουρισμό θρησκευτικής κληρονομιάς, του οποίου οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες (Leppäkari, 2008).

Ομαδικά ταξίδια για προσκύνημα ιερών τόπων είναι ο προπομπός του θρησκευτικού τουρισμού που σημαίνει κυρίως ταξίδι του προσκυνητή στον τόπο του προσκυνήματος. Το προσκύνημα συνήθως έχει κίνητρο την πίστη των τουριστών, πολλές φορές όμως έχει ταυτόχρονα και καλλιτεχνικό, ιστορικό, πολιτιστικό, εκπαιδευτικό ή φυσιολατρικό ενδιαφέρον (Rinschede, 1992).

Ακόμα και σήμερα μοναχοί και μοναχές δημιουργούν αγιογραφίες, ξυλόγλυπτα, υφαντά και άλλα ξεχωριστά αντικείμενα παραδοσιακής τέχνης. Η επίσκεψη στους τόπους αυτούς μπορεί να συνδυαστεί με άλλα μορφωτικά ενδιαφέροντα, επειδή στους χώρους αυτούς υπάρχουν βιβλιοθήκες με πολύτιμα βιβλία, από όπου μπορεί να άντληση κανείς σπάνιο υλικό και γνώση (tzoumerka-murgia, 2012).

2.3. ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το τουριστικό φαινόμενο, το οποίο ξεκίνησε με εξαιρετικά θετικές επιδράσεις σε πολιτισμικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο, τόσο για τον τουρίστα όσο και για τον τουριστικό προορισμό, έχει στην συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων «μεταλλαχθεί» σε μια απρόσωπη και υλιστική βιομηχανία, σε αυτό που σήμερα είναι γνωστό ως Μαζικός Τουρισμός (Μπακίρης, 2008:10).

Ο μαζικός τουρισμός είναι μια σχετικά νέα ιδέα, που προήλθε από την μεγάλη άνοδο των εισοδημάτων μετά την Βιομηχανική Επανάσταση. Πριν από αυτή, τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα ήταν αποκλειστικό προνόμιο λίγων εκλεκτών περιηγητών, συνήθως αριστοκρατών. (wikipedia.org)

Στην πράξη, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η υπερβολική συγκέντρωση τουριστικού φορτίου (τουριστών) σε έναν τουριστικό προορισμό, μέσα στα πλαίσια συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση ή και την καταστροφή του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, την υποβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, καθώς και την επιβάρυνση του ντόπιου πληθυσμού (Μπακίρης, 2008:11).

Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα η οποία υπήρχε από τα προ Χριστού χρόνια. Μετά το τέλος του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου το τουριστικό φαινόμενο σημείωσε μια ιδιαίτερη άνθηση. Από το 1950 έως το 1980 τα τουριστικά μεγέθη εικοσαπλασιάστηκαν και ο τουρισμός εξελίχθηκε σε μια ανεξέλεγκτη βιομηχανία παίρνοντας το όνομα μαζικός τουρισμός (neo.gr, 2012).

Ο μαζικός τουρισμός εκφράζει την κλασική μορφή τουρισμού που συνδέεται με την έννοια της αναψυχής, και η οποία περιλαμβάνει μια σειρά από δραστηριότητες που αναπτύσσονται κατά τη διάρκεια των διακοπών και έχουν ως κύρια χαρακτηριστικά στοιχεία την ξεκούραση και τη διασκέδαση. Ο μαζικός τουρισμός αναπτύχθηκε ταχύτατα μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο πόλεμο και πήρε οργανωμένο χαρακτήρα. Σ' αυτό συνέβαλαν η δημιουργία νέων υποδομών και αναδομών και η ανάπτυξη των βιομηχανιών, που σκοπό είχαν τη μαζική και οργανωμένη μετακίνηση και φιλοξενία των ταξιδιωτών-τουριστών. (Λαγός, 2005)

Η μεταπολεμική ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού στηρίχθηκε στο πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, που είχε ως κύρια χαρακτηριστικά τη μαζικότητα, την ομαδικότητα και το διεθνισμό (Παππά, 2009:7). Η μεταπολεμική εποχή από το 1945 μέχρι και σήμερα, αποτελεί περίοδο τεχνολογικών επαναστάσεων. Αυτές οδήγησαν σε μαζική αύξηση του πλούτου και του διαθέσιμου εισοδήματος, καθώς και σε σημαντικές αλλαγές στον τρόπο ζωής και στη συμπεριφορά των πολιτών. Η ταχύτητα και η κλίμακα των αλλαγών αυτών ήταν μεγαλύτερη από ποτέ. Επομένως, τη συγκεκριμένη περίοδο σημειώθηκε μαζική ανάπτυξη των ταξιδιών στις εκβιομηχανισμένες και πλουσιότερες χώρες του πλανήτη (Γουρνιανάκη, 2008).

Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού έχει επιφέρει σημαντικές αλλοιώσεις σε ευαίσθητους τουριστικούς προορισμούς, όπως είναι τα νησιά. Παρόλο όμως που τα

τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος από τη μαζική μορφή τουρισμού προς τις εναλλακτικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης που ορισμένες από αυτές είναι φιλικότερες προς το περιβάλλον, ο μαζικός τουρισμός του ήλιου και της θάλασσας εξακολουθεί να είναι το σημαντικότερο είδος τουρισμού, κυρίως για τα νησιά, τα οποία κυριαρχεί ως οικονομική δραστηριότητα (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001).

Το είδος αυτό του τουρισμού κατέληξε δυστυχώς τις τελευταίες δεκαετίες να μην αποτελεί μια φιλική προς το περιβάλλον βιομηχανία. Σ' αυτό συμβάλλουν κυρίως η τοπική υπέρ ανάπτυξη και η εξάντληση των φυσικών πόρων (Τσαγκαράκη, 2012). Σε μια εποχή που οι επιστήμονες «κρούουν» το καμπανάκι του κινδύνου για τις αρνητικές επιπτώσεις της μόλυνσης του πλανήτη, ο μαζικός τουρισμός θεωρείται ένας από τους κύριους ενόχους (Περιβαλλοντική ομάδα Ηρακλείου).

Μαζικός τουρισμός, είναι ο τουρισμός του «πακέτου» και της παραλίας. Είναι μαζικός (μεγάλης κλίμακας), απρόσωπος και παθητικός, αφήνει πολύ μικρό βαθμό ελευθερίας στα άτομα. Για την Κέρκυρα παραδοσιακά βασίζεται στον «ήλιο και τη θάλασσα». Παρότι είναι ο φτηνότερος, στις μέρες μας απαιτεί υψηλά επίπεδα ποιότητας υπηρεσιών (Τσαγκαράκη, 2012).

Ο «μαζικός τουρισμός», όπως αναφέραμε παραπάνω, είναι μαζικός (μεγάλης κλίμακας) και απρόσωπος, είναι ο τουρισμός του «πακέτου» και της παραλίας.

Ο μαζικός τουρισμός με την άναρχη ανάπτυξή του και την υπέρ συγκέντρωση ανθρώπινων δραστηριοτήτων που επιφέρει στο χώρο, είναι η δραστηριότητα που αλλάζει βαθμιαία την λειτουργία της φύσης, καταναλώνει τους μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους, μειώνει την βιοποικιλότητα, προκαλεί έντονες πιέσεις στο φυσικό περιβάλλον, αλλοιώνει το δομημένο περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών και προκαλεί άνιση περιφερειακή κατανομή των κερδών μεταξύ των διαφόρων περιοχών (rychida, 2004).

Συχνά μετατρέπει ανεπανόρθωτα τα τοπία, χτίζοντας αλόγιστα ξενοδοχεία σε γραφικές παραλίες, επεκτείνει τις αστικές ζώνες και παράγει σημαντικά φορτία αποβλήτων. Έτσι απαξιώνει «το έδαφος που πατάει» και βαθμιαία αυτοκαταργείται χάνοντας το δυναμισμό του (istologos, 2007).

2.3.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα βασικά χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού είναι τα εξής (Ξανθουδάκης,2006):

A) Οι εκτεταμένες και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρει.

B) Η καθοριστική παρουσία του προτύπου στην παραγωγική δομή της περιοχής, που έχει ως αποτέλεσμα σχεδόν το σύνολο των υπόλοιπων κλάδων να εξαρτώνται σταδιακά από τον τουρισμό.

Γ) Οι συχνά δυσμενείς επιπτώσεις της ανάπτυξης του στην τοπική κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

Η ζήτηση για το συγκεκριμένο πρότυπο τουρισμού εξαρτάται συνήθως άμεσα από τις πιο ανεπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών, όπου οι προπληρωμένες διακοπές είναι πλέον ευρύτατα διαδεδομένος θεσμός. Μεγάλο μέρος της ζήτησης αφορά οργανωμένα τουριστικά πακέτα που προωθούνται από τους tour operators με επακόλουθο αποτέλεσμα τον επηρεασμό των επιλογών των τουριστών από την πολιτική αυτών των εταιριών. (Κοκκώσης & Τσάρτας,2001)

2.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΖΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο «εναλλακτικός τουρισμός» από τη μια και ο «μαζικός τουρισμός» από την άλλη, ικανοποιούν διαφορετικές ανάγκες των τουριστών και συνήθως απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ανθρώπων.

Πίνακας 2.4.1: Χαρακτηριστικά μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΑΓΟΡΑ		

ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΠΟΥ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ	Psychocentric- midcentric*	Allocentric- midcentric**
ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ	Υψηλή - Πακέτα ταξιδιών	Χαμηλή - ατομικές κρατήσεις
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ	Διακρίνεται σε τουριστικές και μη περιόδους	Όχι διακριτές περιόδους
ΕΜΦΑΝΙΖΕΤΑΙ	Σε ορισμένες κυρίαρχες αγορές	Όχι κυρίαρχες αγορές
ΚΙΝΗΤΡΑ		
ΕΜΦΑΣΗ	Έντονη εμπορευματοποίη ση	Μέτρια εμπορευματοποίηση
ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ	Γενικός - Μη φυσικός	Τοπικός - Αυθεντικός
ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ	Μόνο τουρίστες ή ως επί το πλείστον	Τουρίστες και ντόπιοι
ΣΤΕΓΑΣΗ		
ΜΕΓΕΘΟΣ	Μεγάλης κλίμακας	Μικρής κλίμακας
ΧΩΡΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ	Επικεντρωμένος σε τουριστικές περιοχές	Διασπορά σε ολόκληρη την περιοχή

ΠΥΚΝΟΤΗΤΑ	Υψηλή	Χαμηλή
ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ	Ξένες - Μεγάλες Εταιρείες	Τοπικές - Μικρές επιχειρήσεις
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ		
ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	Κυριαρχεί στην τοπική οικονομία	Συνεισφέρει στις υφιστάμενες δραστηριότητες
ΣΥΝΔΕΣΕΙΣ	Κυρίως με εξωτερικό	Κυρίως με εσωτερικό
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΙΑΡΡΟΕΣ	Εκτεταμένες	Ελάχιστες
ΠΟΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	Λίγες	Πολλές
ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ		
ΕΛΕΓΧΟΣ	Όχι τοπικός, ιδιωτικός τομέας	Τοπική κοινωνία
ΕΝΤΑΣΗ ΕΛΕΓΧΟΥ	Ελάχιστη, για την διευκόλυνση του ιδιωτικού τομέα	Εκτεταμένη, για την ελαχιστοποίηση των τοπικών αρνητικών επιπτώσεων
ΙΔΕΟΛΟΓΙΑ	Δυνάμεις της ελεύθερης αγοράς	Δημόσια παρέμβαση
ΕΜΦΑΣΗ	Οικονομική μεγέθυνση – Κέρδος	Κοινωνική σταθερότητα και ευμάρεια: Ολοκληρωμένο,

		Ολιστικό
ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ	Βραχυπρόθεσμος	Μακροπρόθεσμος

Πηγή: Weaver, 2001.

*Τουρίστες οι οποίοι προτιμούν ο τόπος των διακοπών τους να είναι οικείος και να έχει τις ανέσεις του τόπου διαμονής τους

**Τουρίστες οι οποίοι αναζητούν την εμπειρία νέας κουλτούρας, πολιτισμού και τοπίου, τελείως διαφορετικών από τον τόπο διαμονής τους (<http://wiki.answers.com>).

Από την παραπάνω ανασκόπηση κατανοούμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως διαμετρικά αντίθετος του μαζικού, με τον εναλλακτικό να εμφανίζεται ως καλός και ο μαζικός ως κακός Lane, 1993, Pearce 1992). Όπως έχουν αποκαλύψει πολλοί μελετητές, η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτει από το μαζικό τουρισμό, για το λόγο ότι συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία (Romeril 1985, Vanhove 1997).

Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι πιο έκδηλες για τους τουριστικούς προορισμούς, γιατί ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση υποδομής και τουριστών στο χρόνο και στον τόπο, εμφανιζόμενοι με λιγότερη ευαισθησία στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους εξ' αιτίας του εντατικού τύπου τουριστικής ανάπτυξης και της συμπεριφοράς των τουριστών που προσελκύονται από φθηνές αγοραστικές επιλογές (Coccossis 1996, Coccossis & Pappairis 1996, Pearce 1989).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΚΕΡΚΥΡΑΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

Στη συγκεκριμένη εργασία γίνεται αναφορά στην Κέρκυρα και παρουσιάζονται διεξοδικά πολλές περιοχές της ιδιαίτερης ομορφιάς και τουριστικής σημασίας.

Η Κέρκυρα για πρώτη φορά αναφέρεται στην Οδύσσεια από τον Όμηρο. Εκεί μαθαίνουμε για την ύπαρξη του νησιού των Φαιάκων. Ο νομός της Κέρκυρας βρίσκεται στα Επτάνησα και είναι ο μεγαλύτερος σε πληθυσμό νομός της περιφέρειας των Ιονίων νήσων. Βρίσκεται στο βόρειο-δυτικό άκρο της Ελλάδας και αποτελεί πύλη και φυσικό σύνορο της χώρας στην Αδριατική, εκεί όπου συναντιούνται οι θαλάσσιοι δρόμοι Δύσης και Ανατολής. Η Κέρκυρα βρίσκεται στο σταυροδρόμι των εμπορικών οδών της Μεσογείου. Έχει έκταση 641 τετρ. χλμ. και πληθυσμό 107.592 κατοίκους. Αποτελείται από το δεύτερο, μετά την Κεφαλλονιά, σε έκταση νησί του Ιόνιου πελάγους, την Κέρκυρα, κι απ' τα μικρά νησιά Οθωνοί, Μαθράκι, Ερίκουσα και το συγκρότημα των νησιών των Παξών – Αντίπαξων (kerkyrainfo, 2011).

Ο νομός της Κέρκυρας είναι ο κοντινότερος (από τους νησιωτικούς) νομός της Ελλάδας στην Αλβανία και την Ιταλία και συνδέεται ακτοπλοϊκά και με τις δύο αυτές χώρες. Είναι ένα από τα κοσμοπολίτικα και πανέμορφα νησιά της Ελλάδας και ένας από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς στη Μεσόγειο. Το όνομα της Κέρκυρας προέρχεται από τη Νύμφη Κέρκυρα, κόρη του ποταμού Ασωπού. Στα αγγλικά ονομάζεται Corfu, λόγω των κορυφών των βουνών στο Κάστρο της Κέρκυρας που αντικρίζουν όσοι επισκέπτονται το νησί (corfu-airport-carhire, 2010).

Η πόλη, η οποία αποτελεί ένα ζωντανό μουσείο, τα ιστορικά μνημεία, οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία είναι στις πρώτες προτιμήσεις των τουριστών. Σε κάθε γωνιά της πόλης ξεδιπλώνεται κάτι καινούριο, εκτός από τα ιστορικά μνημεία και δυο μεγαλόπρεπα ενετικά κάστρα που έρχονται σε αντίθεση με τα χαρακτηριστικά δρομάκια (καντούνια) και το πολύβουο λιμάνι. Περισσότερα από 12 μουσεία και πινακοθήκες καθώς επίσης και ένας σημαντικός αριθμός εκκλησιών

προσφέρονται. Ενώ οι φιλαρμονικές της πόλης, η συμφωνική ορχήστρα, οι χορωδίες καθώς και τα συγκροτήματα παραδοσιακών και σύγχρονων χορών εγγυώνται για τον επισκέπτη ένα πλήρες πρόγραμμα πολιτιστικών, μουσικών και θεατρικών εκδηλώσεων. Από την μυθολογία είναι γνωστό από τον Οδυσσέα ως το νησί των Φαιάκων (Πανάρετου, 2006:3).

Είναι ένα εντυπωσιακά πλούσιο και όμορφο νησί με πολλές και ιδιαίτερες παραλίες που καθεμιά έχει το δικό της χρώμα. Η ενδοχώρα του νησιού είναι ένας απέραντος, καταπράσινος κήπος πάνω από χαμηλούς λόφους και υψώματα, στο κέντρο και στο νότο, και το όρος Παντοκράτωρ, στο βορρά. Το εναλλασσόμενο αγροτικό τοπίο με τις δασικές εκτάσεις και τους καταπράσινους ελαιώνες στις παρυφές των λόφων που ακουμπούν στις παραλίες των νησιών, μαζί με τις δαντελένιες ακτές και τις φιλόξενες ακρογιαλιές συνθέτουν ένα αισθητικό σύνολο απείρου κάλλους (neo, 2012).

Η Κέρκυρα φημίζεται για τα πολλά της αξιοθέατα, μεταξύ των οποίων το Αχίλλειον, θερινή κατοικία της Αυτοκράτειρας Σίσσυ της Αυστρίας, το Mon Repo (τα θερινά ανάκτορα των πρώην βασιλέων της χώρας) η Παλαιοκαστρίτσα με την εξαιρετική της μορφολογία και τοπογραφία, το κανόνι και το Ποντικονήσι, και φυσικά η ίδια η πόλη της Κέρκυρας που αποτελεί μια από τις πιο όμορφες πόλεις της Ελλάδας, με έντονα ενετικά και Φράγκικα στοιχεία (fthis, 2012).

Επειδή το νησί είναι ευλογημένο με μεσογειακό κλίμα, βρέθηκε πολλές φορές στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος διαφόρων κατακτητών. Το αρχαίο «νησί των Φαιάκων», στους ιστορικούς χρόνους αποτέλεσε μέρος του πολιτισμού της αρχαίας Ελλάδας και κατακτήθηκε και αυτό από τους Ρωμαίους όπως και η υπόλοιπη Ελλάδα. Στη συνέχεια αποτέλεσε τμήμα της Βυζαντινής αυτοκρατορίας, ενώ μετά την πρώτη πτώση της Κωνσταντινούπολης από τους σταυροφόρους το 1204 από το νησί πέρασαν διάφοροι κατακτητές: Νορμανδοί, Βενετοί, Γάλλοι, Ρώσοι και Βρετανοί. Δεν κατακτήθηκε ποτέ όμως από τους Τούρκους. Μεταξύ του 1204 και του 1576, το νησί έζησε δύο φοβερές πολιορκίες από τις Οθωμανικές στρατιές, μια σειρά εξεγέρσεων εναντίον Σταυροφόρων που επιχείρησαν να το υποτάξουν και αμέτρητες επιδρομές από κουρσάρους (Τσενεμπί, 2007:13).

Τελικά, το 1576, αφού πρώτα το νησί είχε χάσει πάνω από τον μισό πληθυσμό του από όλους αυτούς του πολέμους, η Κέρκυρα ζήτησε την προστασία της Βενετίας.

Η Ενετική περίοδος χαρακτηρίστηκε από έντονη οικονομική δραστηριότητα, αναστήλωση των πόλεων και την θεσμοθέτηση μιας νέας αριστοκρατικής τάξης, των μελών του Χρυσού Βιβλίου, του Λίμπρο ντ' Όρο. Η Κέρκυρα περιήλθε σε Βρετανική κυριαρχία το 1815, μετά το Βατερλώ, και από τότε άρχισε να διαμορφώνεται ο σημερινός χαρακτήρας του νησιού. Στις 21 Μαΐου του 1864 η Κέρκυρα και όλα τα Επτάνησα ενώθηκαν με την υπόλοιπη Ελλάδα (Τσενεμπί, 2007:13).

3.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

Ο τουρισμός αποτελεί το βασικότερο τομέα στον οποίο εμπλέκεται άμεσα ή έμμεσα το σύνολο των κατοίκων του νησιού. Η Κέρκυρα έχει κατορθώσει να αποκτήσει αυτοτελή υπόσταση στην διεθνή τουριστική αγορά από τις αρχές της δεκαετίας του '60. Αποτελεί ουσιαστικά τον πρώτο νησιωτικό προορισμό, τόσο σε σχέση με τις ξενοδοχειακές κλίνες, όσο και με άλλους τουριστικούς δείκτες, εξαιρουμένων βέβαια της πολύ πιο εκτεταμένης Κρήτης και των Δωδεκανήσων. Επίσης είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι διαθέτει ένα από τα 5 μεγαλύτερα αεροδρόμια μετά την Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ρόδο και το Ηράκλειο (Τσενεμπί, 2007:14).

Ο τουρισμός λοιπόν αποτελεί το βασικότερο τομέα στον οποίο στηρίζεται η οικονομία του νησιού. Τα τελευταία χρόνια όμως ο τουρισμός στην Κέρκυρα δεν θα λέγαμε ότι πορεύεται σε ικανοποιητικά επίπεδα σε σχέση με τη προηγούμενη δεκαετία (Τσενεμπί, 2007:14).

Η ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης στην Κέρκυρα για τον τουρισμό που ακολουθεί, δείχνει το αδιέξοδο στο οποίο βρίσκεται ο κερκυραϊκός τουρισμός. Ο μαζικός τουρισμός δεν αποδίδει όσο στο παρελθόν και η ανάπτυξη νέων μορφών είναι γεγονός. Η συνεχόμενη σμίκρυνση της τουριστικής περιόδου είναι χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού και έχει αρνητικά αποτελέσματα τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στο ανθρώπινο δυναμικό που χάνει πρόωρα την δουλειά του. Η αναζήτηση νέων τουριστικών αγορών που έχουν και άλλα ενδιαφέροντα πέρα από τον ήλιο και την θάλασσα είναι η νέα τάση στον παγκόσμιο τουρισμό. Χρέος της πολιτείας είναι να βοηθήσει παραχωρώντας δάνεια με πολύ χαμηλά επιτόκια και δίνοντας προνόμια. Τα κοινοτικά προγράμματα είναι μία ακόμη βοήθεια σε αυτούς που προσπαθούν να κάνουν άνοιγμα στον τουρισμό (Πανάρετου, 2006:4).

Η Κέρκυρα αποτέλεσε μια από τις πρώτες περιοχές της Ελλάδας, οι οποίες γνώρισαν τουριστική ανάπτυξη, μαζί με το νησί της Κρήτης και της Ρόδου. Απαρχή του συγκεκριμένου φαινομένου αποτελούν τα μέσα της δεκαετίας του 60, περίοδος κατά την οποία η Ελλάδα σταδιακά εδραιώνεται ως τουριστικός προορισμός για επισκέπτες υψηλών εισοδημάτων. Η δεκαετία του 1960 σημαδεύει την άνοδο του τουρισμού στο νησί. Η Κέρκυρα έγινε ένα από τα πιο κοσμοπολίτικα θέρετρα της Μεσογείου και η τουριστική ανάπτυξη συνέχισε αδιάκοπα και ανεξέλεγκτα μέχρι σήμερα. Η τουριστική ανάπτυξη έδωσε νέα ώθηση στην οικονομική και κοινωνική ζωή της Ελλάδας (greencorfu, 2012).

Η συνεχής προσέλευση των ξένων στο νησί των Φαιάκων επιταχύνθηκε τα τελευταία 40-50 χρόνια με την ανάπτυξη του τουρισμού. Η έλξη που ασκούσε η Κέρκυρα στους διεθνείς και Έλληνες επισκέπτες ήταν ήδη προφανής από την αρχή του προηγούμενου αιώνα. Δεν ήταν μόνο που την είχε διαλέξει η Αυτοκράτειρα Σίσι για να κτίσει το θερινό της Ανάκτορο, το Αχίλλειον. Υπήρξε και ο τόπος που χτίστηκε το ξενοδοχείο «Μπέλα Βενέτσια», με πολυτελή επίπλωση και το ίδιο πολυτελείς που συχνά συγκρίνεται με το ξενοδοχείο «Μεγάλη Βρετανία» της Αθήνας, και που ήταν και είναι πόλος έλξης για τη διεθνή αριστοκρατία του χρήματος. Από την αρχή του 20ου αιώνα μέχρι και τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο, η Κέρκυρα ανταγωνιζόταν το Κάπρι και τη Μαγιόρκα για τη θέση του πλέον προτιμώμενου Μεσογειακού θέρετρου για τις διακοπές της Ευρωπαϊκής ελίτ (windmillstravel, 2012).

Τα τελευταία 40 χρόνια, η έκρηξη του μαζικού τουρισμού, παράλληλα με τις φυσικές ομορφιές της Κέρκυρας και το ιστορικό της παρελθόν, έκαναν την Κέρκυρα έναν από τους πιο δημοφιλείς ταξιδιωτικούς προορισμούς για εκατομμύρια ανθρώπους, που θεωρούν τις αναμνήσεις τους από την επίσκεψή τους από το νησί ως τις πιο πολύτιμες της ζωής τους (windmillstravel, 2012).

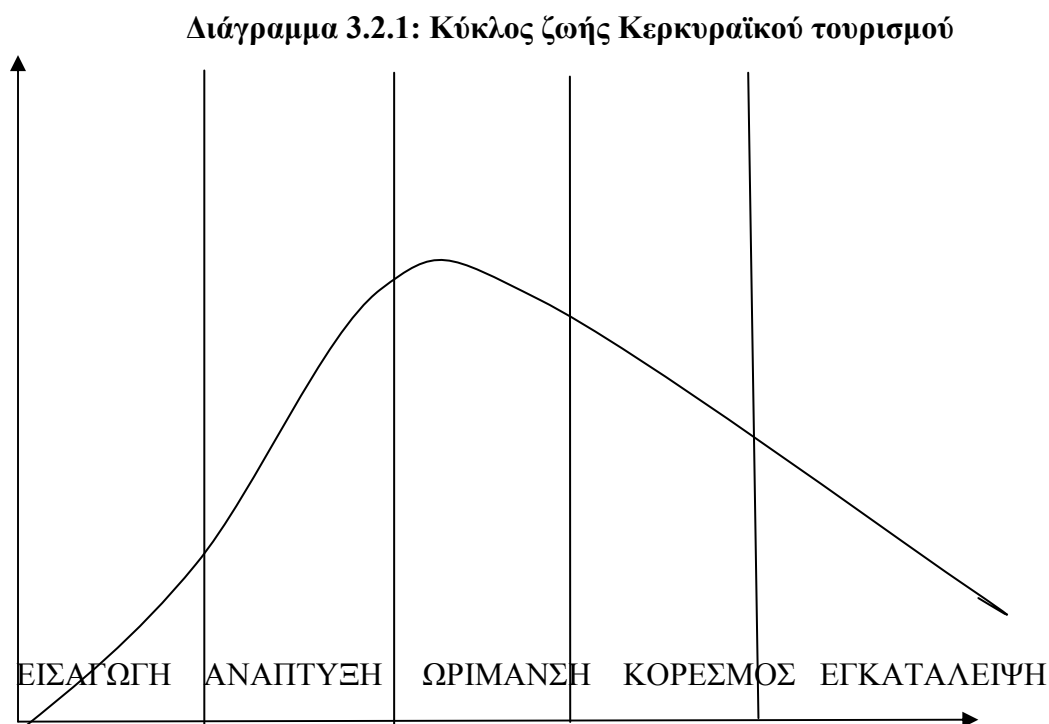
Οι επισκέψεις στα κάστρα, τα παλιά αρχοντικά, τα μοναστήρια, τα καφέ και τα ταβερνάκια του νησιού, σε συνδυασμό με τον χαρακτήρα των Κερκυραίων, μεταγγίζουν την ηδονή από ένα ζωντανό πολιτισμό που συνεχίζει να δημιουργείται μπροστά στα μάτια του επισκέπτη, πείθοντάς τον πως είναι και αυτός κομμάτι του

πολιτιστικού γίνεσθαι, όχι θεατής μιας στημένης, για εισπρακτικούς λόγους, παράστασης τουριστικού φολκλόρ (windmillstravel, 2012).

Η Κέρκυρα έχει την ικανότητα να αναπτύξει διάφορες μορφές τουρισμού όπως πολιτιστικό, θρησκευτικό, μορφωτικό, αθλητικό, αλλά και άλλες μορφές φιλικές προς το περιβάλλον που αποδίδουν εξίσου ίσως και παραπάνω από οικονομικής άποψης. Η φυσική υποδομή με βασικό στοιχείο το φυσικό πλούτο και περιβάλλον έχει ανακτήσει ιδιαίτερη σημασία για την προσέλκυση τουριστών και είναι πλεονέκτημα έναντι άλλων ανταγωνιστριών χωρών (Πανάρετου, 2006).

Σήμερα η Κέρκυρα, και εν μέσω οικονομικής κρίσης, προσφέρει ένα πλήρες φάσμα υπηρεσιών, οι οποίες μπορούν να ικανοποιήσουν και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη. Οι ανέσεις που παρέχονται από το δραστήριο τουριστικό σύστημα έχουν κάνει την Κέρκυρα το πιο δημοφιλή προορισμό για διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

3.2.1 Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ



Ως τουριστικό προϊόν θεωρείται η περιοχή που αρχίζει με την ανακάλυψη (εισαγωγή), αναπτύσσεται, ωριμάζει και καταλήγει είτε στην παρακμή (εγκατάλειψη) είτε στην ανανέωση. Έτσι, διαμορφώθηκαν τρία στάδια τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό της Κέρκυρας, το στάδιο εισαγωγής (ανακάλυψης) το οποίο οριοθετείται από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα μέχρι τη δεκαετία του 1960. Το στάδιο ανάπτυξης από τη δεκαετία του 1970 μέχρι τη δεκαετία του 1990 και το στάδιο ωρίμανσης που οριοθετείται στα τέλη του 20^{ου} αιώνα. (Τσουμάνης, 2009)

3.2.2 Η ΑΝΑΚΑΛΥΨΗ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ (ΕΙΣΑΓΩΓΗ)

Λόγω της γεωγραφικής της θέσης, του πλούσιου ιστορικού παρελθόντος, του απέραντου φυσικού κάλλους και την πολιτιστική της κληρονομιά, η Κέρκυρα απετέλεσε από τις αρχές του αιώνα έναν από τους κυριότερους πόλους έλξης περιηγητών, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε ολόκληρο το μεσογειακό χώρο. Στο στάδιο αυτό της ανακάλυψης, τα πρώτα βήματα έκαναν κατά το πλείστον Βρετανοί περιηγητές, υψηλού οικονομικού και κοινωνικού επιπέδου, οι οποίοι αναφέρονται σε πολυτελή ξενοδοχεία που παρέχουν υψηλές υπηρεσίες με φιλόξενο και ευγενικό προσωπικό (Τσουμάνης, 2009:8).

Το 1930 καταφθάνουν στο νησί υδροπλάνα της AIR FRANCE και της IMPERIAL AIRWAYS, τα οποία έφεραν αεροπορικώς τους πρώτους ταξιδιώτες, οι οποίοι κατέλυαν στα γνωστά ξενοδοχεία Μπέλλα Βενέτσια και Άγιος Γεώργιος. Το 1935 φθάνουν μια φορά την εβδομάδα γερμανικά υπερωκεάνια με περιηγητές από όλο τον κόσμο. Το 1936 στις τότε τουριστικές περιοχές καθορίστηκαν οι πρώτες ζώνες εμφάνισης, η Αθήνα, η Ολυμπία, η Κέρκυρα, η Κηφισιά και ακολούθησαν η Θεσσαλονίκη και η Μύκονος. Το 1938 λειτουργεί η υπηρεσία της τουριστικής αστυνομίας και οι αστυφύλακες ήταν γλωσσομαθείς και επέβλεπαν την αποβίβαση και την επιβίβαση των τουριστών περιηγητών. Νεότερος τουριστικός οδηγός για την Κέρκυρα το 1950 αναφέρει τρεις κατηγορίες ξενοδοχείων. Το 1952 στην περιοχή της Δασιάς δημιουργείται το club Mediterranee όπου τοποθετούνται για πρώτη φορά 800 αχυρένιες καλύβες και τότε αρχίζει η μαζική μετακίνηση τουριστών για παραθερισμό στην Κέρκυρα. Την ίδια χρονιά χτίζεται το Corfu Palace και στο κανόνι το ΞΕΝΙΑ από τον ελληνικό οργανισμό τουρισμού (ΕΟΤ), (Τσουμάνης, 2009:9-10).

3.2.3 ΤΟ ΣΤΑΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ - ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1970-1990

Ο τουρισμός αποτελεί πλέον έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζει με το χρόνο την κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη κάθε τουριστικής περιοχής. Οι κυριότεροι παράγοντες στους οποίους αποδίδεται αυτή η ραγδαία ανάπτυξη είναι: (Τσουμάνης, 2009:10)

- 1) Η επέκταση του χρόνου αναψυχής
- 2) Η οικονομική ευμάρεια
- 3) Η βελτίωση των μεταφορικών μέσων
- 4) Η αστικοποίηση και η τεχνολογική ανάπτυξη

Η Κέρκυρα καθιερώνεται πλέον ως ένα από τα καλύτερα θέρετρα τουρισμού στην Μεσόγειο. Το 1960 συνδέεται ακτοπλοϊκώς με το Μπρίντιζι της Ιταλίας και έτσι διευκολύνονται οι αφίξεις τουριστών από την Ευρώπη. Το 1962 ήταν η χρονιά που λειτούργησε το γραφείο του ΕΟΤ για την εξυπηρέτηση των τουριστών. Την ίδια χρονιά ο ΕΟΤ μισθώνει μέρος του ανακτόρου του Αχίλλειου για 20 χρόνια, για να λειτουργήσει ως το δεύτερο καζίνο της χώρας. Το 1964 λειτουργεί για έξι μήνες η σχολή ξεναγών ώστε να καλυφθούν άμεσα οι ανάγκες της τοπικής τουριστικής αγοράς. 1969 και ένας αρχιτέκτονας από τον Καναδά σχεδιάζει γήπεδο γκολφ 1000 στρεμμάτων και το 1980 ο ΕΟΤ αναλαμβάνει την κατασκευή της Μαρίνας Γουβιών με δυνατότητα εξυπηρέτησης 500 σκαφών αναψυχής. Όλα αυτά είναι σοβαρές υποδομές οι οποίες προσέλκυσαν τουρίστες υψηλού οικονομικού επιπέδου (Τσουμάνης, 2009:10).

3.2.4 ΣΤΑΔΙΟ ΩΡΙΜΑΝΣΗΣ- ΤΕΛΗ 20ού ΑΙΩΝΑ

Για την Κερκυραϊκή οικονομία είναι προφανής η εξάρτηση της από τον τουρισμό. Η τουριστική ανάπτυξη διαχέεται προς όλες τις κατευθύνσεις, είναι γραμμική κατά μήκος των ακτών και έχει προκαλέσει σοβαρά προβλήματα, όπως:

- Άναρχη δόμηση λόγω μη ύπαρξης χωροταξικού σχεδιασμού.

- Υπερπροσφορά τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία αριθμούνται σε 100.000 κλίνες περίπου σε όλο το νομό.
- Αύξηση της θαλάσσιας ρύπανσης, σαν αποδέκτης οικιακών και βιομηχανικών αποβλήτων, χωρίς να έχουν επεξεργαστεί σε βιολογικό καθαρισμό.
- Μερική έως παντελής έλλειψη αποχετευτικού δικτύου.
- Προβλήματα ποιότητας και ποσότητας υδάτινων πόρων.
- Έλλειψη ασφαλούς οδικού δικτύου.
- Αυθαίρετη δόμηση.
- Αισθητική ρύπανση.
- Ηχορύπανση.

Όλα τα παραπάνω προβλήματα προέκυψαν από την καθιέρωση του μαζικού τουρισμού, που βασικό του χαρακτηριστικό ήταν να διαμορφώσουν υποδομές και υπηρεσίες που να ανταποκριθούν στην ποσότητα και όχι στην ποιότητα (Τσουμάνης, 2009:11).

3.3 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

Η Κέρκυρα μέχρι το 1960 διέθετε 15 ξενοδοχεία με 828 κλίνες, όλα στην πόλη της Κέρκυρας, εκτός από δύο μικρά ξενοδοχεία που βρισκόταν στην Παλαιοκαστρίτσα. Την ίδια δεκαετία δημιουργήθηκαν 22 νέα ξενοδοχεία με 3.766 κλίνες. Τα 10 από τα 22 ξενοδοχεία δημιουργήθηκαν στην περιοχή του Δήμου Κερκυραίων (Κοντόκαλι-Γουβιά) και τα υπόλοιπα δημιουργήθηκαν στους κοντινότερους δήμους του νησιού, στο Δήμο Αχιλλείων και στο Δήμο Φαιάκων. Επίσης, στο Δήμο Μελιτειέων λειτούργησαν δύο μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, το ΜΙΡΑΜΑΡΕ και το ΜΕΣΟΓΓΗ BEACH δυναμικότητας 1852 κλινών (Τσουμάνης, 2009:12).

Τη δεκαετία του 1970 αναπτύσσονται δυναμικά οι περιοχές Κανόνι Κοντόκαλι και Γουβιά με 25 νέες μονάδες με 4.738 κλίνες. Ακολουθεί ο Δήμος Φαιάκων με 12 νέες μονάδες με 1.937 κλίνες και ο Δήμος Αχιλλείων με 15 μονάδες με 1.872 κλίνες. Την ίδια δεκαετία εισέρχονται στον τουριστικό χάρτη του νησιού νέες περιοχές, ο Δήμος Παρελίων, Θιναλίων και Εσπεριών (Τσουμάνης, 2009:12).

Τη δεκαετία του 1980 διαδέχεται η μεγάλη ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων με 41 ξενοδοχεία και 1.987 κλίνες, στο Δήμο Φαιάκων. Ακολουθεί ο Δήμος Κερκυραίων με 39 ξενοδοχειακές μονάδες και 1.867 κλίνες και ο Δήμος Μελιτειέων με 18 μονάδες και 1326 κλίνες και τέλος, ο Δήμος Θιναλίων με 22 μονάδες και 1.083 κλίνες. Το 1990 παρατηρείται μια μεγάλη ύφεση στις κύριες τουριστικές περιοχές που αναπτύχθηκαν τις προηγούμενες δεκαετίες και αναπτύσσονται ο Δήμος Εσπερίων με 31 μονάδες και 2.049 κλίνες και ο Δήμος Θιναλίων με 21 μονάδες και 1.754 κλίνες. Η διαχρονική αυτή εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της Κέρκυρας παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Σύμφωνα με την συνολική ξενοδοχειακή δυναμικότητα του νησιού, όπως δείχνει και ο παρακάτω πίνακας, το 2008 ο Δήμος Κερκυραίων κατέχει την πρώτη θέση με 8.625 κλίνες και ακολουθούν, ο Δήμος Μελιτειέων με 6.290 κλίνες, ο Δήμος Φαιάκων με 5.903 κλίνες, ο Δήμος Εσπερίων με 5.228 κλίνες και ο Δήμος Αχιλλείων με 4.492 κλίνες. Σύμφωνα λοιπόν, με τα στοιχεία του πίνακα, ο μεγαλύτερος μέσος όρος κλινών ανά ξενοδοχειακή μονάδα βρίσκεται στο Δήμο Μελιτειέων με 166 κλίνες και ακολουθεί ο Δήμος Παρελίων με 163 κλίνες, ο Δήμος Κορισσίων με 125 κλίνες και ο Δήμος Αχιλλείων με 121 κλίνες (Τσουμάνη, 2009:12).

Πίνακας 3.3.1: Διαχρονική εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού ανα δεκαετία και ανα δήμο Νομού Κέρκυρας

ΔΗΜΟΣ	ΕΩΣ 1960		1961- 1970		1971-1980		1981-1990		1991-2000		2001-2008		ΣΥΝΟΛΟ 2008		Μ.Ο ΑΝΑ
	Ε. Μ	Κ	Ε Μ	Κ	Ε. Μ	Κ	Ε. Μ	Κ	Ε. Μ	Κ	Ε. Μ	Κ	Ε. Μ	Κ	
ΚΕΡΚΥΡΑΙΩ Ν	11	65 8	1 0	804	25	4738	39	1867	-9	-442	-1	-115	75	8625	85
ΦΑΙΑΚΩΝ	2	12 2	2	138	12	1937	41	1987	6	1327	-6	-134	63	5903	94
ΑΧΙΛΛΕΙΩΝ	-	-	6	679	15	1872	19	950	7	1520	-3	-353	37	4492	121
ΜΕΛΙΤΕΙΩ Ν	-	-	2	1852	7	412	18	1326	5	2094	-6	782	38	6290	166

ΠΑΛΑΙΟΚ/Τ ΩΝ	2	48	1	293	6	1019	7	156	1	233	-	-	15	1174	78
ΠΑΡΕΛΙΩΝ	-	-	-	-	6	954	7	751	3	527	5	660	19	3090	163
ΘΙΝΑΛΙΩΝ	-	-	-	-	6	443	22	1083	21	1754	-3*	772*	46	4277	93
ΚΑΣΣΟΠΑΙΩ Ν	-	-	-	-	1	167	13	361	11	1460	-	-	25	2417	97
ΕΣΠΕΡΙΩΝ	-	-	-	-	7	-	14	721	31	2409	41	2652	72	5228	73
ΚΟΡΙΣΣΙΩΝ	-	-	-	-	-	-	4	313	10	1344	2	545	13	1631	125
ΛΕΥΚΙΜΑΙΩ Ν	-	-	-	-	-	-	17	681	3	1070	7	399	25	1935	77
ΑΓ.ΓΕΩΡΓΙΟ Σ	-	-	-	-	-	-	5	396	2	142	-1	-156	6	382	55
ΠΑΞΩΝ	-	-	1	84	-	-	3	52	3	157	-	-	7	313	45
ΣΥΝΟΛΟ	15	82	2	3766	85	12118	20	10644	10	13999	47	5052	44	45830	103
		8	2			3	9		3				3		

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία του ΕΟΤ Κέρκυρας, 2008 από τον Κώστα Τσουμάνη

*Μειώθηκαν οι μονάδες, αλλά αυξήθηκαν οι κλίνες.

3.3.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΗΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ

Σύμφωνα με τα στοιχεία που μας δίνει ο πίνακας, η πλειονότητα των τουριστών που επισκέπτονται την Κέρκυρα χρησιμοποιεί ως μέσο μεταφοράς σε αυτή το αεροπλάνο. Η αύξηση αυτή καταγράφεται τα έτη από το 1980-2000. Ο αριθμός των τουριστών που χρησιμοποιεί το λιμάνι της Κέρκυρας μειώνεται κάθε χρόνο με αποκορύφωμα το 1999, που μόνο το 13,56% των τουριστών έφθασαν από το λιμάνι της Κέρκυρας. Το υπόλοιπο 86,44% έφθασε μέσω του αεροδρομίου. Το 1994 και λόγω γιουγκοσλαβικής κρίσης υπήρχε κατακόρυφη πτώση αφίξεων στο λιμάνι του νησιού. Η μείωση αυτή διαχρονικά οφείλεται και στις επιλογές των μεγάλων Tour Operators που οργανώνουν τη διακίνηση των τουριστών αεροπορικώς από τις χώρες προέλευσης, που είναι η Αγγλία κυρίως και η Γερμανία που κατέχουν το 62,2% του συνολικού αριθμού αφίξεων στο νησί (Τσουμάνης, 2009:22).

Πίνακας 3.3.1.1: Αφίξεις στο αεροδρόμιο και το λιμάνι της Κέρκυρας ανα έτος (%)

ΕΤΟΣ	ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ %	ΛΙΜΑΝΙ %
1980	80,39	19,61
1985	83,40	16,60
1990	75,36	24,64
1991	73,44	26,56
1992	75,70	24,30
1993	79,69	20,31
1994	84,16	15,84
1995	81,60	18,40
1996	82,27	17,73
1997	83,17	16,83
1998	82,36	17,64
1999	86,44	13,56
2000	85,75	14,25
2004	87,24	12,76
2008	83,99	16,01

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία του ΕΟΤ Κέρκυρας, 2008 από τον Κώστα Τσουμάνη

Σε συγκριτική και ποιοτική έρευνα των στατιστικών στοιχείων της τουριστικής κίνησης, των αφίξεων, των διανυκτερεύσεων και άλλων, προχώρησε ο Σύνδεσμος Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κέρκυρας εξάγοντας πολύ ενδιαφέροντα αλλά απογοητευτικά συμπεράσματα για την πορεία της τουριστικής σεζόν του 2010. Επρόκειτο για μια τουριστική σεζόν με αρνητικά οικονομικά αποτελέσματα, που προέρχεται από έναν απολογισμό των απαντήσεων που συγκέντρωσε ο ΑΟΟΤΑ από ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα καταλύματα αλλά και μικροεπαγγελματίες του τουρισμού. Σύμφωνα με τα στοιχεία του συνδέσμου (corfupress, 2010):

- ▶ Τα έσοδα ξενοδοχείων μειώθηκαν από 10 – 25% του 2009.
- ▶ Τα έσοδα ενοικιαζόμενων καταλυμάτων μειώθηκαν από 15 – 40% του 2009.

► Τα έσοδα μικροεπαγγελματιών μειώθηκαν από 20 – 50% του 2009.

► Τα έσοδα τουριστικών γραφείων εισερχομένου τουρισμού μειώθηκαν από 10-30% του 2009.

Η Κέρκυρα αυτή τη στιγμή έχει το μικρότερο κατά κεφαλήν εισόδημα στην Ελλάδα. Έτσι, αν υπολογιστούν αυτές οι μειώσεις, θα μειωθεί ακόμη περισσότερο το κατά κεφαλήν εισόδημα των κερκυραίων πολιτών, το οποίο το 2009 ήταν 14.500€, ποσό που είναι το κατώτερο όλων των Ιονίων Νήσων. Το CorfuPrerss.com παρουσιάζει τη μελέτη αυτή, σύμφωνα με την οποία η μείωση των τουριστικών εσόδων είναι αποτέλεσμα του αριθμού των αφίξεων στο αεροδρόμιο και στο λιμάνι της Κέρκυρας, στοιχεία που παρουσιάζονται αναλυτικά κατωτέρω σε σύγκριση με τις αφίξεις του 2009.

Πίνακας 3.3.1.2:Αφίξεις επιβατών εξωτερικού στο αεροδρόμιο της Κέρκυρας με charters

ΧΩΡΕΣ	ΕΤΟΣ 2010	ΕΤΟΣ 2009	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
ΑΥΣΤΡΙΑ	24.262	27.830	-12,8%
ΒΕΛΓΙΟ	26.314	33.112	-20,5%
ΓΑΛΛΙΑ	26.503	24.996	6,0%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	142.396	138.624	2,7%
ΔΑΝΙΑ	5.522	5.819	-5,1%
ΕΛΒΕΤΙΑ	11.508	17.496	34,2%
ΕΣΘΟΝΙΑ	-	3.209	-100,0%
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	335.600	327.938	2,3%
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	3.720	4.565	-18,5%
ΙΣΠΑΝΙΑ	226	765	-70,5%
ΙΣΡΑΗΛ	2.136	-	-
ΙΤΑΛΙΑ	4.576	1.389	229,4%
ΚΡΟΑΤΙΑ	-	141	-100,0%
ΚΥΠΡΟΣ	1.186	2.323	-48,9%
ΛΕΤΟΝΙΑ	-	252	-100,0%
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	2.745	2.720	0,9%

ΜΑΛΤΑ	1.739	3.072	-43,3%
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	7.228	5.032	43,6%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	32.319	41.247	-21,6%
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	6.274	6.499	-3,5%
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	10.116	12.603	-19,7%
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	1.077	730	47,5%
ΠΟΛΩΝΙΑ	18.575	17.012	9,2%
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	3.958	6.292	-37,1%
ΡΩΣΙΑ	22.483	19.032	18,1%
ΣΕΡΒΙΑ	3.497	4.695	-25,5%
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	5.139	4.837	6,2
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	-	498	-100,0%
ΣΟΥΗΔΙΑ	7.696	7.967	-3,4%
ΤΟΥΡΚΙΑ	95	-	-
ΤΣΕΧΙΑ	19.723	20.715	-4,8%

(Αεροδρόμιο Ι. Καποδίστριας)

Αναλύοντας τους αριθμούς αφίξεων συμπεραίνουμε ότι: Μειώνονται συνεχώς οι αφίξεις από τις αγορές που αντλούμε καλού επιπέδου τουρίστες, όπως η Αυστρία -13%, η Ελβετία -34%, η Ολλανδία -22%, το Βέλγιο -20,5%, η Κύπρος -49%, η Σερβία -25,5%, η Ρουμανία -37% και η Ουγγαρία -20%. Οι τουρίστες που προέρχονται από τις χώρες αυτές, δεν προτιμούν all- inclusive, αλλά ξενοδοχεία και πολύ καλά ενοικιαζόμενα καταλύματα, των οποίων η σοβαρή μείωση των εσόδων τους συμβαδίζουν με τους μειωμένους αριθμούς των αφίξεων τους.

Η αγορά της Μεγάλης Βρετανίας υποστηρίχθηκε πολύ από τις καθημερινές πτήσεις της Easy Jet που με βάση των στοιχείων του αεροδρομίου, πραγματοποίησε 430 πτήσεις, μεταφέροντας 67.510 επιβάτες με μέση πληρότητα ανα πτήση 157 επιβάτες, 85%, (enimerosi, 2011).

Από τη Γερμανία, η Easy Jet από Ιούνιο μέχρι Σεπτέμβριο, για πρώτη χρονιά, μετέφερε περίπου 2.700 επιβάτες, με μία πτήση την εβδομάδα.

Το ίδιο και από το Μιλάνο, περίπου 2.650 επιβάτες, αυξάνοντας τον αριθμό των Ιταλών για το 2009, κατά 22,9%, δοκιμάζοντας πρώτη χρονιά τους δύο αυτούς προορισμούς.

Με αύξηση της τάξεως του 3,3% έκλεισε ο μήνας Μάιος του 2011 όσον αφορά τις αφίξεις επιβατών εξωτερικού στον αεροδρόμιο Ι. Καποδίστριας, σε σχέση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους. Με αύξηση που αγγίζει το 9,9% έκλεισε ο μήνας Ιούνιος του 2011, για τον διεθνή αερολιμένα. Βάσει των στοιχείων κίνησης που δόθηκαν συνολικά αφίχθησαν στο αεροδρόμιο από το εξωτερικό 135.428 επιβάτες έναντι 123.380 επιβατών που έφθασαν τον Ιούνιο του 2010. Η μεταβολή είναι της τάξεως του 9,1%, δηλαδή 186.835 επιβάτες. Τον Ιούλιο του 2010 είχαν φθάσει από το εξωτερικό 171.228 επιβάτες, δηλαδή περίπου 15.000 λιγότεροι τουρίστες (enimerosi, 2011).

Περισσότεροι από 15.000 ήταν οι τουρίστες που έφθασαν στο αεροδρόμιο τον Αύγουστο του 2011, ποσοστό που αγγίζει το 7,8%. Συγκεκριμένα τον Αύγουστο του 2011 οι επιβάτες έφθασαν 185.394, ενώ τον ίδιο μήνα του 2010 οι επισκέπτες από το εξωτερικό ήταν 171.942. Με αύξηση της τάξεως του 12% έκλεισε ο μήνας Σεπτέμβριος όσον αφορά στην κίνηση επιβατών από το εξωτερικό. Βάσει των στοιχείων που έδωσε η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας το μήνα Σεπτέμβριο έφθασαν στο αεροδρόμιο 131.736 τουρίστες, ενώ τον ίδιο μήνα του 2010, έφθασαν 117.620 τουρίστες. Λιγότεροι ήταν οι αφιχθέντες κατά 1.500 τον μήνα Οκτώβριο σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2010, στην Κέρκυρα αφίχθησαν 43.687 επιβάτες, ενώ τον περσινό ίδιο μήνα αφίχθησαν 44.923 επιβάτες.

Η ποσοστιαία διαφορά είναι - 2,8% με αρνητικό πρόσημο και στους αφιχθέντες εσωτερικού, αφού τον Οκτώβριο έφθασαν στο αεροδρόμιο της Κέρκυρας - 5,8% λιγότεροι επιβάτες (enimerosi, 2011). Με αύξηση 112,5% στις αφίξεις εξωτερικού έκλεισε ο Νοέμβριος του 2011, σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 2010. Σε απόλυτα νούμερα αυτό σημαίνει πως το Νοέμβριο του 2011 αφίχθησαν 1.271 τουρίστες, ενώ τον αντίστοιχο περσινό μήνα μόνο 598 τουρίστες (enimerosi, 2011).

Πίνακας 3.3.1.3: Αφίξεις εξωτερικού 2010-2011

Τουριστική περίοδος	Αφίξεις εξωτερικού 2010 (αριθμός επιβατών)	Αφίξεις εξωτερικού 2011 (αριθμός επιβατών)
Μάιος	91.224	94.203
Ιούνιος	123.380	135.428
Ιούλιος	171.228	186.835
Αύγουστος	171.942	185.394
Σεπτέμβριος	117.620	131.736
Οκτώβριος	44.923	43.687
Νοέμβριος	598	1271

Στο γενικό σύνολο των αφίξεων, δηλαδή τον μήνα Απρίλιο έως και τον Οκτώβριο του 2011, οι αφιχθέντες από το εξωτερικό άγγιξαν τους 778.046 επιβάτες, ενώ την αντίστοιχη περίοδο του 2010, οι αφιχθέντες ανήλθαν στους 726.547 επιβάτες. Η ποσοστιαία διαφορά είναι 8,5%.

Όσον αφορά τις αφίξεις εσωτερικού, το Μάιο του 2011 στην Κέρκυρα έφθασαν 11.302 επιβάτες, ενώ τον αντίστοιχο μήνα του 2010 έφθασαν 11.529 επιβάτες. Ανοδική η κίνηση το Ιούλιο του 2011 με τον αριθμό των επιβατών να φθάνουν τους 17.096 επιβάτες, κατα 1000 επιβάτες λιγότερους τον περσινό μήνα του 2010, 16.923 επιβάτες.

Με πτώση της τάξεως του -2.1% έκλεισε ο Αύγουστος του 2011 όσον αφορά τις αφίξεις εσωτερικού. Τον Αύγουστο του 2010 οι επισκέπτες ήταν 15.706, ενώ τον ίδιο μήνα του 2011 ήταν 15.380, περίπου 400 επισκέπτες λιγότεροι. Μεταβολή της τάξεως του -3,5% καταγράφηκε στις αφίξεις επιβατών τον Σεπτέμβριο του 2011, στο αεροδρόμιο αφίχθησαν 11.185 επιβάτες, ενώ τον ίδιο περσινό μήνα 11.593 επιβάτες. Οι επιβάτες εσωτερικού τον Οκτώβριο του 2011 ήταν επίσης λιγότεροι, αφού αφίχθησαν 8.933 επιβάτες, ενώ το 2010 αφίχθησαν 9.484 επιβάτες, πτώση της τάξεως του 5,8%.

Μείωση κατά 14,4% καταγράφηκε και τον Νοέμβριο του 2011 αφού έφθασαν στο αεροδρόμιο 7.299 επιβάτες, ενώ τον ίδιο μήνα του 2010 έφθασαν 8.525 επιβάτες (enimerosi, 2011).

Πίνακας 3.3.1.4: Αφίξεις εσωτερικού 2010-2011

Τουριστική περίοδος	Αφίξεις εσωτερικού 2010	Αφίξεις εσωτερικού 2011
Μάιος	11.529	11.302
Ιούνιος		
Ιούλιος	16.923	17.096
Αύγουστος	15.706	15.380
Σεπτέμβρης	11.593	11.185
Οκτώβρης	9.484	8.933
Νοέμβρης	8.525	7.299

Η ίδια εκτίμηση μείωσης γίνεται και για την πορθμειάκη γραμμή Κέρκυρα-Ηγουμενίτσα. Ο Ιούνιος του 2010 έκλεισε με μείωση της τάξεως του -9% και με -12% στην πορθμειακή γραμμή Λευκίμμη-Ηγουμενίτσα, καθώς και οι αφίξεις Ιταλίας με -23%. Επίσης, και ο Ιούλιος ο οποίος είναι ο μήνας που κορυφώνεται η τουριστική περίοδος έκλεισε με αρνητικό πρόσημο για τον Κερκυραϊκό τουρισμό.

Η πορθμειακή γραμμή Κέρκυρα-Ηγουμενίτσα έκλεισε με 6.000 λιγότερους επισκέπτες το μήνα Ιούλιο του 2011, σύμφωνα με τα στοιχεία κίνησης του Κεντρικού Λιμεναρχείου. Συγκεκριμένα τον Ιούλιο του 2011 αποβιβάστηκαν στο λιμάνι διαμέσου πλοίων της γραμμής, 94.283 επιβάτες, ενώ τον Ιούλιο του 2010 αποβιβάστηκαν 100.073 επιβάτες (enimerosi, 2011).

3.3.2 Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Την εξαετία από το 1995 έως το 2000 οι τέσσερις μήνες Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβρης ήταν οι μήνες αυτοί που προσέλκυσαν το 79% περίπου των ετήσιων αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στο νησί της Κέρκυρας. Ο Αύγουστος ήταν ο μήνας με την υψηλότερη ζήτηση και καταλάμβανε το 24%, ενώ ακολουθεί ο Ιούλιος με

21% και ο Ιούνιος και ο Σεπτέμβρης με 17% αντίστοιχα. Την αντίστοιχη χρονική περίοδο των τεσσάρων καλοκαιρινών μηνών η μηνιαία κατανομή αφίξεων στο σύνολο της χώρας καταγράφει προσέλκυση του 66% των ετήσιων αφίξεων. Οι χειμερινοί μήνες Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Μάρτιος, Νοέμβρης και Δεκέμβρης δεν κατέχουν πάνω από το 0,20% (enimerosi, 2011).

Την χρονιά του 2011 οι αφίξεις παρουσιάζουν άνοδο που υπολογίζονται περίπου στο 9,5%, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει συγκεντρώσει το αεροδρόμιο Κέρκυρας, από το μήνα Απρίλιο έως και το τέλος Οκτωβρίου. Το εξάμηνο αυτό, σημειώθηκε 9,2% άνοδο στις αφίξεις εξωτερικού σε σύγκριση με την περσινή χρονιά του 2010.

Είναι φανερό, λοιπόν, ότι η εποχικότητα στο Νομό της Κέρκυρας είναι πολύ υψηλή. Η συνέχεια αυτής της κατάστασης επιτείνει το πρόβλημα των αντοχών των υποδομών στην υψηλή περίοδο και περιορίζει την αποδοτικότητα των επενδύσεων και κατ' επέκταση και τη μείωση της απασχόλησης (enimerosi, 2011).

3.3.3 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ

Στην Κέρκυρα, ιδρύεται η επιστημονική εταιρεία τουρισμού με στόχους μεταξύ άλλων την προαγωγή και προώθηση της έρευνας σε θέματα που αφορούν τη δομή και τη λειτουργία του Κέρκυραϊκού τουρισμού, τη μελέτη του τουριστικού προϊόντος στην Κέρκυρα και την κατάθεση θέσεων και προτάσεων για τη χάραξη τουριστικής στρατηγικής, αλλά και την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στη Νομαρχιακή και τοπική Αυτοδιοίκηση. Ο κερκυραϊκός τουρισμός, όπως είναι κοινώς αποδεκτό, έχει περιέλθει στο στάδιο της ωρίμανσης, κάτι που πρακτικά σημαίνει πως δεν είναι πια ελκυστικός τουριστικός προορισμός η Κέρκυρα. Με την πάροδο των χρόνων δημιουργήθηκε ένα πλέγμα αδυναμιών που στηρίζει το αβέβαιο μέλλον της τουριστικής οικονομίας του νησιού. Τα νήματα που συνθέτουν αυτό το πλέγμα είναι (traveldailynews, 2008):

- 1) Η μονοδιάστατη ανάπτυξη του μοντέλου «ήλιος & θάλασσα» απευθυνόμενο στις οικονομικές ομάδες της αγοράς.
- 2) Η έλλειψη δημόσιων υποδομών.
- 3) Η παρουσία τουριστικών επιχειρήσεων που αναπτύχθηκαν με γνώμονα προσφοράς ποσότητας και όχι ποιότητας

4) Η διαδοχική έλλειψη καθαρής τουριστικής πολιτικής από την πολιτεία που να απαντά στο δίλημμα ποσότητα ή ποιότητα.

5) Η έλλειψη ενός επιστημονικού φορέα που να μελετά την εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου και να σχεδιάζει μια στρατηγική που να στοχεύει στον ποιοτικό τουρισμό.

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τα παραπάνω είναι να δημιουργηθεί ένας φαύλος κύκλος, καθιστώντας την Κέρκυρα ευάλωτη στις ανταγωνιστικές πιέσεις γειτονικών προορισμών με αποτέλεσμα να υποβαθμίζεται το τουριστικό προϊόν, με συνέπεια να υπάρξουν πιέσεις για μείωση τιμών, ενώ ταυτόχρονα αντιμετωπίζεται μείωση της εισροής τουριστών (traveldailynews, 2008).

Αυτό οδηγεί στη μείωση της αποτελεσματικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες δεν έχουν άλλη λύση, παρά να προχωρήσουν σε μειώσεις προσωπικού, αντικατάσταση του ειδικευμένου προσωπικού με ανειδίκευτο, επιλογή πρώτων υλών χαμηλού κόστους, ενώ αδυνατούν να συντηρήσουν τις εγκαταστάσεις τους, και όλα αυτά με τη σειρά τους οδηγούν σε περαιτέρω μείωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, που οδηγεί σε μείωση της ζήτησης και κάνει περισσότερο ευάλωτες τις τουριστικές επιχειρήσεις και ούτω καθεξής. Ο σχεδιασμός τουριστικής πολιτικής έχει την ανάγκη κατάλληλης επιστημονικής κάλυψης για να έχει αποτελεσματικότητα (traveldailynews, 2008).

Για το λόγο, λοιπόν, ότι η Κέρκυρα παρουσιάζει έλλειψη θεσμικού πλαισίου και στερεί την δυνατότητα συμμετοχής αξιόλογων ειδικευμένων επιστημόνων στα θέματα τουρισμού της, με αποτέλεσμα την διαμόρφωση ενός γόρδιου δεσμού προβλημάτων των οποίων η επίλυση δεν είναι δυνατή, ιδρύεται η Επιστημονική Εταιρεία Τουρισμού Κέρκυρας με κυρίαρχους στόχους (traveldailynews, 2008):

- Την προαγωγή και προώθηση της έρευνας σε θέματα δομής και λειτουργίας του κερκυραϊκού τουρισμού
- Την μελέτη του τουριστικού προϊόντος στην Κέρκυρα και την κατάθεση θέσεων και προτάσεων για την χάραξη τουριστικής στρατηγικής.
- Την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στη Νομαρχιακή και τοπική Αυτοδιοίκηση.

- Την προώθηση των μελών σε θέσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα.
- Την συνεργασία με επαγγελματικούς, επιστημονικούς, πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς φορείς που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική δραστηριότητα. Η Επιστημονική Εταιρεία Τουρισμού Κέρκυρας έχει ρόλο καθαρά συμβουλευτικό και υποστηρικτικό.

3.4 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

3.4.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Από τη γένεση του τουρισμού έως την ανάδειξή του σήμερα σε τομέα ιδιαίτερα δυναμικό και με μεγάλες προοπτικές για το μέλλον παγκοσμίως, διαπιστώνεται ότι καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξή του αποτέλεσε μια συγκυρία πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών μεταβολών καθώς και τεχνικών και επιστημονικών εξελίξεων. Πρωτεύοντα ρόλο έπαιξε η εμπέδωση του κοινωνικού κράτους το οποίο, έχοντας ως στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής, δημιούργησε ορισμένες βασικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη και τον τουρισμό. Το θεσμικό πλαίσιο που δημιουργήθηκε εξασφάλισε σε όλο και περισσότερες κοινωνικές ομάδες τη δυνατότητα να καταναλώνουν μέρος του ελεύθερου χρόνου τους και του εισοδήματός τους στον τουρισμό (grsr, 2004).

Η τεχνολογική πρόοδος επέτρεψε την ανάπτυξη δικτύων και πιο οικονομικών μέσων μεταφοράς προσδίδοντας σταδιακά στον τουρισμό μαζικό χαρακτήρα. Τη μεγαλύτερη όμως ώθηση στον τουρισμό έδωσε το αεροπλάνο. Η χρήση του και για τη μεταφορά τουριστών έδωσε τη δυνατότητα σε πολλές χώρες προορισμού να συνδεθούν με τις σημαντικότερες χώρες προέλευσης των τουριστών. Παράλληλα, η ανάπτυξη των πτήσεων τσάρτερ από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 κυρίως έδωσε τη δυνατότητα για πιο άμεση αλλά και περισσότερο οικονομική πρόσβαση στους προορισμούς (grsr, 2004).

Οι εξελίξεις αυτές που είχαν ως αποτέλεσμα τη ραγδαία αύξηση της ζήτησης τις τελευταίες δεκαετίες προκάλεσαν και μια αντίστοιχη ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών παγκοσμίως. Σταδιακά δημιουργήθηκαν τεράστιες εταιρείες παροχής

υπηρεσιών με στόχο να εξασφαλίσουν στους τουρίστες, με τη μορφή των οργανωμένων ταξιδιών, «πακέτα» όλο και πιο οικονομικά. Το ταξίδι των διακοπών αρχίζει να παίρνει τη μορφή ενός καταναλωτικού προϊόντος που υπακούει στα καταναλωτικά πρότυπα των χωρών αποστολής τουριστών και εξειδικεύεται προκειμένου να κατορθώνει να απευθύνεται στις διάφορες κατηγορίες των καταναλωτών (grsr, 2004).

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί πλέον σημαντικό παράγοντα για τις οικονομίες πολλών χωρών υποδοχής και σπουδαία πηγή συναλλάγματος κερδίζοντας έτσι δεσπόζουσα θέση στη στρατηγική ανάπτυξης των χωρών αυτών (grsr, 2004).

Ο τουρισμός είναι ο βασικός συντελεστής της Κερκυραϊκής οικονομίας και συνεισφέρει κατά 80% στις θέσεις εργασίας.

Οι σημαντικότερες οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι οι παρακάτω (Μικρτσιάν, 2011:29):

■ Διαρροές στο εισόδημα: Ο τουρισμός συνεισφέρει σημαντικά στο εισόδημα του κράτους. Σε μερικές όμως περιπτώσεις όπως για παράδειγμα, την αγορά πρότυπων εξοπλισμών που απαιτούν οι τουρίστες, την παροχή χρημάτων σε διεθνής επιχειρήσεις ή αεροπορικές εταιρίες προκύπτουν διαρροές στο εισόδημα, όπως και στην περίπτωση που οι τουρίστες παραμένουν καθ όλη την διάρκεια των διακοπών τους στο κρουαζιερόπλοιο ή το θέρετρο που έχουν επιλέξει (all inclusive), με αποτέλεσμα η τοπική κοινωνία να μην επωφελείται.

■ Κόστος υποδομών: Για την βελτίωση, δρόμων αεροδρομίων ή άλλων υποδομών απαιτούνται κάποια χρήματα. Για να υλοποιηθούν οι υποδομές αυτές θα πρέπει να φορολογηθούν οι πολίτες παραπάνω ή να μειωθούν οι δαπάνες από άλλους τομείς όπως της εκπαίδευσης και της υγείας.

■ Αύξηση στις τιμές: Οι αυξημένες απαιτήσεις των τουριστών για βασικές υπηρεσίες και αγαθά συχνά προκαλούν αυξήσεις των τιμών, με αποτέλεσμα όμως έτσι να δυσκολεύονται οι ντόπιοι κάτοικοι να ανταποκριθούν στις νέες αυξήσεις μιας και το δικό τους εισόδημα δεν αυξάνεται αναλόγως.

■ Οικονομική εξάρτηση από τον τουρισμό: Πολλές χώρες αποδέχονται τον τουρισμό ως το μόνο μέσο για να ανθήσει η οικονομία τους. Αυτό έχει ως συνέπεια σε περίπτωση που η τουριστική βιομηχανία δεν πάει καλά να είναι πιο ευάλωτες στο να καταρρεύσει η οικονομία τους.

■ Εποχιακός χαρακτήρας θέσεων εργασίας: Ο εποχιακός χαρακτήρας του τουρισμού επιδρά κυρίως αρνητικά σε περιοχές που εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τουρισμό. Οι εποχιακοί εργαζόμενοι αντιμετωπίζουν προβλήματα ως προς το θέμα της εργασίας, αλλά και θέματα ιατρικής ασφάλισης σχετικής με το χώρο απασχόλησης, αναγνώρισης της προϋπηρεσίας τους, κλπ.

3.4.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Η κοινωνική αλλαγή δεν είναι απαραίτητα και πολιτισμική αλλαγή αλλά σίγουρα είναι προάγγελός της. Είναι εμφανής μέσα απ' την επιρροή της θρησκείας, τα έθιμα, τις τέχνες, τη μουσική, τις παραδόσεις του λαού, τη λογοτεχνία κ.α. Είναι εμφανής ακόμα, από τα μνημεία και τα αξιοθέατα τα οποία είναι κληρονομιά των προγόνων μας (Τσενεμπί, 2007). Οι κυριότερες από τις επιπτώσεις του τουρισμού στην κοινωνία και τον πολιτισμό αφορούν στα εξής ζητήματα:

■ Κοινωνική δομή: Αλλάζουν τα χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές και σε αγροτικές περιοχές (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:31).

■ Αλλαγές στη γλώσσα: Η απώλεια της τοπικής διαλέκτου παρατηρείται όταν άλλες χώρες υιοθετούν την γλώσσα των επισκεπτών τους επειδή δε μπορούν να επικοινωνήσουν με τους ιθαγενείς λόγω διαφορετικής διαλέκτου (Τσενεμπί, 2007).

■ Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και έθιμα: Ο τρόπος με τον οποίο αναπτύσσεται ο τουρισμός υιοθετώντας έναν τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Τέτοιες είναι οι σχέσεις των 2 φύλλων, στον τρόπο συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις

ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας, οι οποίες προκαλούνται άμεσα η έμμεσα (Τσενεμπή, 2007).

3.4.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η Κέρκυρα είναι γνωστή Παγκοσμίως για την φυσική ομορφιά της και για αυτόν τον λόγο συγκαταλέγεται στους βασικούς Διεθνείς Τουριστικούς προορισμούς. Το βορειοδυτικό τμήμα της μαζί με τα διαπόντια νησιά με τις όμορφες παραλίες και τα κρυστάλλινα νερά , κατάφυτους λόφους από ελιές , κυπαρίσσια , μύρτα , το φημισμένο ηλιοβασίλεμα στο απέραντο γαλάζιο του Ιονίου και την ήπια τουριστική ανάπτυξη αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της φυσικής ομορφιάς του νησιού. Χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο απολαμβάνουν με ευχαρίστηση αυτά τα δώρα της φύσης (Ένωση Φορέων και Πολιτών , 2012).

Η οικονομία της περιοχής και κατ'επέκταση του νησιού εξαρτάται πλήρως από την διαχείριση και διατήρηση αυτού του φυσικού περιβάλλοντος γύρω από την μοναδικότητα και ιδιαιτερότητα του οποίου αναπτύσσεται ο τουρισμός, ο πολιτισμός και ο πρωτογενής τομέας. Στο νησί αυτό διανυκτερεύουν γύρω στους 750.000 επισκέπτες το χρόνο και δραστηριοποιούνται πάνω από 2.000 μικρές ατομικές και οικογενειακές επιχειρήσεις. Επιχειρείται η απαξίωση του φυσικού τοπίου και η μετατροπή των ακτών σε εργοστάσια παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας με συνέπεια την οικονομική και κοινωνική καταστροφή (Ένωση Φορέων και Πολιτών, 2012).

Σύμφωνα με την ένταση της τουριστικής δραστηριότητας της και με βάση τον δείκτη διανυκτερεύσεων / Ηα διακρίθηκαν τρεις ομάδες παράκτιων περιοχών: υψηλής, μέτριας και πολύ μικρής έντασης. Η Κέρκυρα κατανέμεται στην πρώτη ομάδα στην οποία ανήκουν οι περιοχές που είναι ειδικευμένες στον τουρισμό και οι περιοχές που παρουσιάζουν υψηλό δείκτη τουριστικής έντασης. Οι περιοχές αυτές παρουσιάζουν υψηλό αριθμό διανυκτερεύσεων και υψηλές τιμές απασχόλησης (ξενοδοχεία - εστιατόρια), με αποτέλεσμα να δέχονται και τις μεγαλύτερες πιέσεις στους φυσικούς πόρους. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι περιοχές που είχαν χαρακτηριστεί στο παρελθόν ως τουριστικά κορεσμένες.

Η Κέρκυρα, ένας από τους παλαιότερους καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς του ευρωπαϊκού μαζικού τουρισμού, δεν απέφυγε ούτε τις χωρικές υπέρ

συγκεντρώσεις τουριστικών εγκαταστάσεων και δραστηριοτήτων εις βάρος της γεωργικής γης, ούτε την αισθητική και ποιοτική υποβάθμιση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, του τοπίου και του δομημένου χώρου, ούτε την εποχικότητα και τους συγκυριακούς κινδύνους από την μονοκαλλιέργεια του τουριστικού κλάδου (Καλοκάρδου & Κραντονέλλης, 2005:4).

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ

3.5.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (strengths)

- **Φυσικό περιβάλλον**

Η Κέρκυρα διαθέτει ένα ευρύ φάσμα εναλλαγών του φυσικού περιβάλλοντος, που σημαίνει ότι είναι δυνατόν να προσφέρεται μια πικοιλία τόπων διακοπών. Περιλαμβάνει μικρά νησιά, παραθαλάσσια θέρετρα και ένα ενδιαφέρον φυσικό ανάγλυφο στην ενδοχώρα. Η περιοχή διαθέτει ένα πολύ σημαντικό κεφάλαιο σε φυσικό περιβάλλον που παραμένει αναλλοίωτο. Σήμερα το κεφάλαιο αυτό αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα γιατί εφόσον διαμορφωθεί ένα κατάλληλο τουριστικό προϊόν, θα μπορεί αυτό να ανταποκριθεί σε μια τουριστική ζήτηση που στρέφεται ολοένα και περισσότερο προς μορφές τουρισμού ή διακοπών που είναι στενά συνδεδεμένες με την απόλαυση ενός γνήσιου και “παρθένου” φυσικού περιβάλλοντος (Γσουμάνης, 2009:131).

- **Ήλιος-θάλασσα**

Το κυριότερο κίνητρο για να επιλέξουν την Κέρκυρα για τις διακοπές τους οι επισκέπτες παραμένει ο ήλιος και η θάλασσα.

- **Σημαντικοί πολιτιστικοί πόροι**

Η Κέρκυρα διαθέτει ένα σημαντικό κεφάλαιο σε πόρους αρχαιολογικού και πολιτισμικού χαρακτήρα. Η ανθρώπινη δραστηριότητα στην περιοχή από τους χρόνους της αρχαιότητας μέχρι σήμερα, η ποικιλία λαών και πολιτισμών που για μικρότερα ή μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα έδρασαν στην Κέρκυρα και άφησαν πολύ σημαντικά ίχνη με τη μορφή μνημείων, οικισμών, το ιστορικό κέντρο της πόλης της Κέρκυρας, καθώς ηθών και εθίμων.

- **Γεωγραφική θέση**

Η γεωγραφική θέση της Κέρκυρας αποτελεί την πύλη εισόδου από τη Δυτική Ευρώπη προς την Ελλάδα. Αυτή η οδός έχει φθίνουσα πορεία από το 1991 μέχρι και σήμερα. Μέσω της οδού αυτής η Κέρκυρα προσεγγίζεται εύκολα από πέντε σημαντικές αγορές-πηγές επισκεπτών: Ιταλία, Γαλλία, Αυστρία, Γερμανία και Ελβετία.

- **Φήμη- θετική εικόνα**

Η Κέρκυρα, όπως και η Ελλάδα γενικότερα, έχουν μια θετική και αρεστή εικόνα σαν τουριστικοί προορισμοί. Η θετική αυτή εικόνα ωθεί τους επισκέπτες να προωθούν με την προφορική σύσταση έναν τουριστικό προορισμό, που είναι ένας από τους πιο σημαντικούς, πειστικούς και οικονομικούς τρόπους προώθησης.

3.5.2 ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ (weaknesses)

- **Υποδομές**

Η σηματοδότηση και η κατάσταση των δρόμων χαρακτηρίζεται από μέτρια έως κακή και ακολουθούν η καθαριότητα δημοσίων οδών και υπαίθρου, η υπεραστική και αστική συγκοινωνία, η νοσοκομειακή περίθαλψη, οι κρατικές υπηρεσίες και τέλος η ηχορύπανση. Επισημαίνονται, επίσης, η έλλειψη πεζοδρομίων στις τουριστικές περιοχές με αποτέλεσμα να κυκλοφορούν οι επισκέπτες με ένα αίσθημα ανασφάλειας, ανεπαρκής φωτισμός στους δευτερεύοντες δρόμους που χρησιμοποιούν για να φθάσουν στο κατάλυμα τους οι τουρίστες, ανεπάρκεια ή έλλειψη χώρων στάθμευσης σε περιοχές υψηλού ενδιαφέροντος, έλλειψη δημοσίων τουαλετών τόσο στις παραλιακές ζώνες όσο και εντός των τουριστικών περιοχών, έλλειψη ονοματοδότησης δρόμων (Τσουμάνης, 2009:135).

- **Προσβασιμότητα ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (ΑΜΕΑ)**

Σε όλες τις τουριστικές περιοχές και στην πόλη της Κέρκυρας τα άτομα με ειδικές ανάγκες αισθάνονται αποκλεισμένοι και στο περιθώριο. Δεν έχει δημιουργηθεί η κατάλληλη υποδομή τόσο για τους κοινόχρηστους χώρους όσο και στα κέντρα εστίασης και αναψυχής.

- **Υψηλή εποχικότητα**

Η εποχικότητα δημιουργεί προβλήματα στους παραγωγούς του τουριστικού προϊόντος. Αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εξεύρεση ειδικευμένου προσωπικού για να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του επιπέδου εξυπηρέτησης. Οι καιρικές συνθήκες το χειμώνα δεν μπορούν να ανταγωνιστούν τα Κανάρια νησιά ή μακρινούς προορισμούς, όπως η Καραϊβική. Η αναγκαία υποδομή για διακοπές εκτός περιόδου αιχμής περιορίζεται μόνο στο Δήμο Κερκυραίων. Η πλειοψηφία των τουριστικών επιχειρήσεων δε διαθέτει την απαραίτητη υποδομή και ο τομέας ψυχαγωγίας είναι ανύπαρκτος.

- **Τουριστικά καταλύματα χαμηλών προδιαγραφών**

Όσον αφορά την ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, σύμφωνα με το νέο σύστημα κατάταξης των ενοικιαζόμενων δωματίων και των επιπλομένων διαμερισμάτων, που ήδη λειτουργούν με ειδικό σήμα λειτουργίας, παρατηρείται μία σημαντική υστέρηση στην ποιότητα των πόρων, καθώς πάνω από το 57% των ενοικιαζόμενων δωματίων ανήκει στην κατώτατη κατηγορία.

3.5.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- **Περιθώρια στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης**

Η ραγδαία και απρογραμματίστη τουριστική ανάπτυξη στην Κέρκυρα τη δεκαετία του 1980 δεν επέτρεψαν στο σχεδιασμό μιας τουριστικής ανάπτυξης που να στηρίζεται σε υγιείς βάσεις. Έστω και καθυστερημένα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης αρκεί να προκύψει ένα συντονιστικό όργανο που θα αναλάβει την παρακολούθηση της (Τσουμάνης, 2009:139).

- **Ανάπτυξη του εσωτερικού και κοινωνικού τουρισμού**

Στην Κέρκυρα γενικά ο Έλληνας πελάτης θεωρείται ως συμπληρωματικός πελάτης στον υπάρχοντα μαζικό τουρισμό. Υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης του σχολικού, του θρησκευτικού τουρισμού, γαμήλιων ταξιδιών και ταξιδιών μικρής διάρκειας. Με την αποπεράτωση της Εγνατίας Οδού, η Κέρκυρα θα είναι πλέον ευκολότερα προσβάσιμη για τους κατοίκους της Βόρειας Ελλάδας.

3.5.4 ΑΠΕΙΛΕΣ

- **Διεθνής ανταγωνισμός**

Σύμφωνα με μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ευρώπη την επόμενη δεκαετία θα χάσει ένα κομμάτι από τον τουρισμό της, διότι ανοίγουν νέοι τουριστικοί προορισμοί, που προσφέρουν μια καλύτερης ποιότητας προϊόν στην ίδια τιμή ή συχνά και σε χαμηλότερη τιμή. Ένας αριθμός ανταγωνιστών από την περιοχή της Μεσογείου είναι η Ισπανία, η Τουρκία, η Τυνησία κλπ, καθώς επίσης και ανταγωνιστές εκτός Μεσογείου, όπως η Καραϊβική. (Τσουμάνης,2009:131-144)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα και υψηλή εξάρτηση από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες (tour operators) και το γνωστό σε όλους μας ‘all inclusive’ έχει προκαλέσει σημαντικά προβλήματα συμβάλλοντας τόσο στην πτώση της αγοραστικής ζήτησης όσο και στην αύξηση της ανεργίας ταυτόχρονα με το κλείσιμο αρκετών ξενοδοχείων. Φέτος ειδικά θα είναι μια καταστροφική χρονιά αφού πολλά ξενοδοχεία είναι γνωστό ότι θα παραμείνουν κλειστά (corfuture, 2010).

Ωστόσο, για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο στην οικονομία της χώρας σε μια περίοδο βαθύτατης οικονομικής κρίσης και εμφανής μείωσή του, θα πρέπει εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό να αναπτύξει και άλλες μορφές όπως συνεδριακό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό κ.α. που αποτελούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Το νησί της Κέρκυρας έχει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού (corfuture, 2010).

Ο Νομός της Κερκύρας αποτελεί πρόσφορο πεδίο ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού και δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι καλλιέργησε τον πολιτισμό με τον δικό του τρόπο. Άλλωστε αυτό το μαρτυρά και η μουσική παιδεία του τόπου, με 18 Φιλαρμονικές Εταιρείες οι οποίες με τη συμβολή τους έχουν κάνει το μέρος πασίγνωστο τόσο στον ελλαδικό χώρο, όσο και στο εξωτερικό. Οι επιρροές που δέχτηκε η Κέρκυρα από άκρη σε άκρη της τόσο από την Ανατολή, όσο και από τη Δύση, χαρτογράφησαν εντυπωσιακά στο χώρο τη πολιτισμική συνύπαρξη που μοιραία την καθόρισε. Η Παλιά Πόλη της Κέρκυρας το καμάρι κάθε Κερκυραίου πολίτη, αντιπροσωπεύει σήμερα ένα μοναδικό σύνολο υψηλής αισθητικής αξίας, ενώ η πρόσφατη ένταξή της στο κατάλογο των Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO, εναρμόνισε την πόλη με τον μνημειακό της χαρακτήρα και το ένδοξο παρελθόν της. Άλλωστε είναι γνωστό πως η Παλιά Πόλη της Κέρκυρας αποτελεί

μοναδική –σε τέτοιο μέγεθος- ελληνική ιστορική πόλη που εξακολουθεί να διατηρείται αλώβητη από το χρόνο μέχρι τις μέρες μας (anion.org, 2008).

Η Κέρκυρα είναι ο νομός που προκαλεί και προσκαλεί τον επισκέπτη να τον γνωρίσει 12 μήνες τον χρόνο. Φυσικό κάλλος, υψηλές πνευματικές καταβολές, μουσική παράδοση, λογοτεχνία, ιστορία είναι οι πυλώνες των πλεονεκτημάτων του. Η εικόνα συμπληρώνεται με τα διάσπαρτα πανέμορφα χωριά, τους σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, τον ιδιαίτερο φυσικό κάλλους ελαιώνα με τα 4.000.000 ελαιόδεντρα. Με την μοναδική πολιτιστική κουλτούρα, τα ήθη, τα έθιμα, την φιλοξενία, τις φιλαρμονικές και τις αμέτρητες χορωδίες, αλλά και την ξεχωριστή θέση που κατέχουν οι εκδηλώσεις θρησκευτικού περιεχομένου, οι οποίες πραγματοποιούνται με ιδιαίτερη ευλάβεια και σεβασμό τόσο προς τιμήν του πολιούχου Αγίου Σπυρίδωνα όσο και εκείνες του Πάσχα. Η σύνθεση όλων αυτών και ο συνδυασμός τους καλύπτουν όλα τα είδη εναλλακτικού τουρισμού, δίνοντας την δυνατότητα στον επισκέπτη να επιλέξει, να συνδυάσει και να μαγευτεί από την Κέρκυρα (Τσενεμπί, 2007:32).

Ο πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός θεωρούνται οι πιο προσοδοφόρες και ελκύουν τουρίστες υψηλού εισοδήματος. Ο αθλητικός τουρισμός όπως και ο οικοτουρισμός είναι επίσης μορφές που φέρνουν τουρίστες μεσαίων και υψηλών εισοδημάτων (Πανάρετου, 2006:5). Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που έχουν τη δυνατότητα να αναπτυχθούν στην Κέρκυρα αναφέρονται παρακάτω:

4.1.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Παρόλο που ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί το 18% του Α.Ε.Π. περίπου, παγκοσμίως ο ίδιος δείκτης είναι στο 11%. Δυστυχώς οι ίδιοι δείκτες δεν επικρατούν και στον χώρο του εκθεσιακού τουρισμού όπου ακόμη η Ελλάδα έχει μεγάλη υστέρηση στον συγκεκριμένο τομέα.

Η μορφή αυτή είναι επαγγελματική, είναι τουρισμός πόλης και οι επισκέπτες είναι ως επί το πλείστον επιχειρηματίες και στελέχη επιχειρήσεων. Είναι επισκέπτες υψηλού οικονομικού επιπέδου και ανάλογης δαπάνης κατά την παραμονή τους στην έκθεση.

Περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Δυστυχώς για τη χώρα μας, ενώ οι δυνατότητες που διαθέτει για την ανάπτυξη του τουρισμού αυτού είναι πολύ μεγάλες, βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού συνεδρίων που φιλοξενεί ετήσια (traveldailynews, 2006).

Στην Κέρκυρα υστερεί αυτού του τουριστικού είδους η μορφή και πρέπει να προωθηθεί εφόσον συνέδρια και εκθέσεις γίνονται όλο το χρόνο και οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις υπάρχουν. Χρειάζεται όμως σίγουρα ένα σύγχρονο συνεδριακό κέντρο που να μπορεί να ανταποκριθεί στις σύγχρονες συνεδριακές απαιτήσεις (corfutime, 2010).

Η Κέρκυρα με το θερμό Μεσογειακό κλίμα και την υπέροχη φύση αποτελεί ιδανικό τόπο για την διεξαγωγή συνεδρίων. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο έχει φιλοξενήσει, μέχρι σήμερα, διεθνή και πανελλαδικά συνέδρια οργανισμών, επιστημονικών φορέων και επαγγελματικών κλάδων καθώς επίσης και την Σύνοδο κορυφής της Ευρωπαϊκής Ένωσης (corfuvisit, 2011).

Τα συνέδρια πραγματοποιούνται σε χώρους του Δήμου Κερκυραίων και των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων που διαθέτουν σύγχρονες υποδομές. Οι επαγγελματίες του τουρισμού έχουν αποκτήσει αξιόλογη εμπειρία με αποτέλεσμα την ικανοποίηση των συνέδρων (corfuvisit, 2011).

4.1.2 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου αθλητικός τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα (Honari, Goudarzi, Heidari & Emami, 2010). Υποστηρίζεται ότι “Τουρισμός και αθλητισμός” στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών ακολουθούν μια παράλληλη πορεία ανάπτυξης. Αθλητικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα του μαζικού αθλητισμού (Higham & Hinch, 2002).

Η Κέρκυρα προσφέρεται ως το νησί που ή θα χαλαρώσεις στις πανέμορφες παραλίες της ή θα δραστηριοποιηθείς. Για τις δραστηριότητες των τουριστών προσφέρονται ένα γήπεδο του γκολφ το οποίο συγκαταλέγεται ανάμεσα στα καλύτερα του κόσμου , τρεις ιππικοί όμιλοι, αρκετοί όμιλοι αντισφαίρισης, μεταξύ των οποίων και ο αρχαιότερος της Ελλάδας (Τσενεμπή, 2007:43).

Με παράδοση στο κρίκετ που χρονολογείται από τον 18ο αιώνα (οι πέντε ομάδες παίζουν τακτικά σε γήπεδο στο κέντρο της πόλης) και πολλές δυνατότητες όσον αφορά τα θαλάσσια σπορ όπως, καταδύσεις και γουιντσέρφινγκ (Τσενεμπή, 2007:43).

4.1.3 ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η γευσιγνωσία ενός τόπου, αποτελεί έναν ισχυρό κρίκο διασύνδεσης της παραγωγικής του φυσιογνωμίας με τον τουρισμό, αποτελώντας πόλο έλξης για την έλευση επισκεπτών που ενδιαφέρονται να μνηθούν στην κουλτούρα μιας περιοχής μέσα από τις γαστρονομικές της απολαύσεις. Αναπόφευκτα, λοιπόν, η γαστρονομική κουλτούρα μιας περιοχής είναι συνυφασμένη με την ιστορία, τον πολιτισμό και τις παραδόσεις της. Όταν μιλάμε, λοιπόν, για γαστρονομικό τουρισμό, αναφερόμαστε και στη στενή επαφή στην οποία ερχόμαστε με τα ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα που έχει να προσφέρει ένας τόπος. Προϊόντα, που όταν διατηρούν ζωντανές τις παραδοσιακές συνταγές και τα διατροφικά μυστικά των περασμένων γενεών, συνδυάζοντας την τοπική κουζίνα με τα ήθη και έθιμα και τις λαογραφικές παραδόσεις, χαρτογραφούν και αναδεικνύουν την ιδιαίτερη τοπική φυσιογνωμία και γίνονται η πιο απολαυστική εμπειρία για την εντύπωση στον πολιτισμό του συγκεκριμένου τόπου (Iesvos-chamber, 2011).

Η τοπική κουζίνα της Κέρκυρας αποτελεί ένα χαρακτηριστικό μείγμα της μεσογειακής διατροφής. Σαλάτες, λαχανικά, ψάρια, λίγο κρέας, τυροκομικά, αγνό ελαιόλαδο και πολλά φρούτα συνθέτουν το καθημερινό κερκυραϊκό τραπέζι με επιρροές κυρίως από την Ιταλία, τα Βαλκάνια, την Αγγλία και βάση την παραδοσιακή αρχαία Ελληνική κουζίνα. Τιμούν ιδιαίτερα το κόκκινο πιπέρι ,το σκόρδο, τα κρεμμύδια. Παραδοσιακές κερκυραϊκές γεύσεις αποτελούν το ψάρι μπουρδέτο, το ψάρι μπιάνκο, η γνήσια παστιτσάδα, το στακοφίσι, ο μπακαλάρος με κρεμμύδια, οι

σουπιές με μακαροτσίνι, τα σπάνια ντόπια ζυμαρικά, τα λάχανα τσιγαρίδι και το σοφρίτο (corfuvisit, 2011).

Τα ντόπια γλυκίσματα αποτελούν σήμερα σπάνιο έδεσμα φτιαγμένο από ντόπιους με γνώση και πείρα. Είναι κυρίως γλυκά του κουταλιού, ξερά σύκα, συκομαΐδες (ένα έδεσμα από δουλεμένα ξερά σύκα), μάντολες (μελωμένα αμύγδαλα), περγαμόντο απλό ή με σοκολάτα και μαντολάτο (corfuvisit, 2011).

Ο τόπος της Κέρκυρας είναι ευλογημένος τόσο από ομορφιά όσο και από φυσικά προϊόντα, αυτό βοηθά να γίνει μια ολοκληρωμένη και σωστή προβολή συμβάλλοντας έτσι στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας, στην αύξηση της απασχόλησης και την τόνωση του κερκυραϊκού πρωτογενή τομέα παραγωγής που υποφέρει πολύ (corfutime, 2010).

4.1.4 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Ιόνιο Πέλαγος είναι ο παράδεισος του ιστιοπλόου με τα ήρεμα, καθαρά νερά που την κάνει μια από τις ασφαλέστερες περιοχές ναυσιπλοΐας στον κόσμο. Οι διακοπές με σκάφος στην Κέρκυρα και τα άλλα Επτάνησα είναι ιδανικές τόσο για τον αρχάριο όσο και για τον έμπειρο λόγω της γεωγραφικής θέσης που συνδυάζει την ομορφιά του τοπίου, τα πολλά αγκυροβόλια, το ήπιο κλίμα και την ύπαρξη ενός διεθνούς αεροδρομίου (kefalonitikanea, 2012).

Το τοπίο είναι όμορφο με πλήθος γραφικά χωριά, πολυάριθμα φρούρια και οχυρώσεις από τους αιώνες της κυριαρχίας των Ενετών. Καλά προφυλαγμένοι κόλποι που περιβάλλονται από δάση πεύκου και ελιάς, πολύβουες κοσμοπολίτικες πόλεις και απέραντες αμμουδιές. Σε όλες τις μεγάλες παραλίες του νησιού υπάρχουν εξέδρες μέσα στη θάλασσα για σκι, τζετ σκι, αλεξίπτωτα, σερφινγκ αλλά και τα παραδοσιακά (και πιο αργά) ποδήλατα θαλάσσης και κανό (corfuvisit, 2011).

Η Κέρκυρα μπορεί να προσφέρει πολλά στον δραστήριο επισκέπτη αλλά και σε ομίλους που ασχολούνται εξειδικευμένα με κάποιο θαλάσσιο άθλημα. Δυο χαρακτηριστικά παραδείγματα που σχετίζονται με θαλάσσιο τουρισμό και λαμβάνουν χώρα στην Κέρκυρα, βοηθώντας στην προβολή αυτής της μορφής τουρισμού στο

νησί, είναι η ιστιοπλοϊκή εβδομάδα και ο πανελλήνιος διαγωνισμός φουσκωτών (Τσενεμπή, 2007:43).

Η διεξαγωγή των πανελληνίων αγώνων φουσκωτών ανοικτής θάλασσας πραγματοποιείται κάθε χρόνο στον όρμο της Γαρίτσας με διοργανωτή τον όμιλο φουσκωτών σκαφών Κέρκυρας, υπό την αιγίδα του δήμου Κερκυραίων. Πρόκειται για μια διοργάνωση η οποία έχει γίνει πια θεσμός για την Κέρκυρα και στέφεται κάθε χρόνο με απόλυτη επιτυχία και μεγάλη συμμετοχή του κόσμου (Τσενεμπή, 2007:43).

Άλλο ένα αθλητικό γεγονός που έχει κάθε χρόνο ως αφετηρία την Κέρκυρα για τη διεξαγωγή του, είναι η ιστιοπλοϊκή εβδομάδα. Περισσότερα από 30 σκάφη κάθε χρόνο δηλώνουν συμμετοχή και βρίσκονται στις εγκαταστάσεις του Ιστιοπλοϊκού Ομίλου Κέρκυρας όπου τα πληρώματα καταστρώνουν τα τελικά σχέδια πλεύσης και ρυθμίζουν και την παραμικρή λεπτομέρεια. Πρόκειται για μια πολύ σημαντική διοργάνωση της ελληνικής και της παγκόσμιας ομοσπονδίας και προσελκύει μεγάλα ονόματα του χώρου που συνδυάζουν παράλληλα και τις διακοπές τους (Τσενεμπή, 2007:44).

4.1.5 ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Κέρκυρα αποτελεί βασικό ελληνικό καταδυτικό προορισμό και βρίσκεται ανάμεσα στους 100 καλύτερους καταδυτικούς προορισμούς παγκοσμίως ανάμεσα σε χιλιάδες. Είναι κορυφαίος προορισμός υποβρύχιας δραστηριότητας γι' αυτό και οργανωμένα καταδυτικά κέντρα λειτουργούν σε όλο το νησί. Αν και υπήρξε από τους πρώτους προορισμούς για κατάδυση ήδη από το 1960, η Κέρκυρα δεν έχει αναπτύξει την κατάδυση όλα αυτά τα χρόνια (enimerosi, 2011).

Οι ακρογιαλιές και οι ορμίσκοι, οι κάβοι και οι ατέλειωτες ξέρες, είναι ένας μικρός παράδεισος για τους μικρούς και μεγάλους λάτρεις του βυθού. Οι θάλασσες του νησιού είναι αρκετά πλούσιες σε εκπλήξεις για τους λάτρεις των καταδύσεων, όπως ναυάγια, σπηλιές που έχουν εσωτερικό άνοιγμα στο βουνό, βραχονησίδες.

Στο νησί υπάρχουν επτά καταδυτικά κέντρα: Στην Αχαράβη, στην Κασσιώπη, στην Παλαιοκαστρίτσα (δύο), στα Γουβιά, στον Κάβο και στον Ύψο (enimerosi, 2011).

Πιο συγκεκριμένα, σημεία που επιτρέπονται οι καταδύσεις αναψυχής στην Κέρκυρα είναι τα ακόλουθα: (hotel-magazine, 2003)

→ Κατά μήκος της ακτής μεταξύ του ακρωτηρίου Ρόδα και του ακρωτηρίου Δραστής

→ Κατά μήκος της ακτής μεταξύ Παλαιοκαστρίτσας και ακρωτηρίου Αρκουδιλα

→ Κατά μήκος της ακτής μεταξύ του ακρωτηρίου Κουντούρη και ακρωτηρίου Αγνή

Σημειώνεται ότι την Ελλάδα επισκέπτονται, σύμφωνα με έρευνα της Ε.Π.Α.Υ.Π το 2006-2007, το 95% των δυτών τουριστών από Αγγλία, Γερμανία, Ρωσία, ΗΠΑ, Ιταλία και Ισπανία. (enimerosi, 2011)

4.1.6 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες (alexropolis, 2011). Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια, με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση με την θρησκευτική λατρεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, φιλέρευνους τουρίστες, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής τέχνης, οι οποίοι, μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον ελληνικό χώρο, έρχονται σε επαφή με την πνευματικότητα της ορθοδοξίας (agrotourism, 2011). Ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να συναντήσει, επίσης, κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφορετικών δογμάτων και θρησκειών, που συνυπάρχουν σε ένα διαρκή διάλογο, αναδεικνύοντας το σπάνιο ιστορικό και πολιτισμικό παλίμψηστο του ελληνικού χώρου. Η Ελλάδα είναι ίσως μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που μπορεί να αναπτύξει τη μορφή αυτή του τουρισμού.

Στην Κέρκυρα υπάρχουν δύο μεγάλες μορφές της χριστιανοσύνης και της ορθόδοξης εκκλησία μας, ο Άγιος Σπυρίδωνας που χτίστηκε το 1958 και φιλοξενεί το ιερό λείψανο του πολιούχου Αγίου Σπυρίδωνα και η Αγία θεοδώρα η Αυγούστα, καθώς επίσης και άλλα μοναστήρια, εκκλησίες και ξωκλήσια που αποτελούν πόλο έλξης για χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο από άλλα χριστιανικά κράτη (Μονή Πλατυτέρας, Μοναστήρι της Παναγιάς στην Παλαιοκαστρίτσα κ.α.) (corfuture, 2010).

Ο Άγιος Σπυρίδωνας

Δεν υπάρχει τουρίστας οποιασδήποτε μορφής τουρισμού που να επισκεφθεί την Κέρκυρα και να μην περάσει από τον ξακουστό πολιούχο του νησιού Άγιο Σπυρίδωνα. Όπου κι αν σταθεί κανείς, ξεχωρίζει αυτό το πανύψηλο πυργοειδές καμπαναριό που χτίστηκε το 1590. Το ιερό του σκηνώμα φυλάσσεται μέσα σε επιχρυσωμένη λάρνακα που βγαίνει σε περιφορά στις λιτανείες της πόλης με τη συνοδεία των φιλαρμονικών του νησιού. Ο Άγιος Σπυρίδωνας είναι ο πολιούχος του νησιού και λατρεύεται από όλους τους Κερκυραίους (Τσενεμπή, 2007:39).

Μεγάλη εβδομάδα στην Κέρκυρα

Το Πάσχα στην Κέρκυρα είναι μια ξεχωριστή και μοναδική εμπειρία για τους τουρίστες του θρησκευτικού τουρισμού. Θεωρείται το καλύτερο Πάσχα στην Ελλάδα όσον αφορά τις μοναδικές και συγκινησιακά φορτισμένες θρησκευτικές εκδηλώσεις. Οι εκδηλώσεις του κερκυραϊκού Πάσχα αρχίζουν από την Κυριακή των Βαΐων. Στις 11:00 το πρωί, γίνεται η λιτάνευση του σκηνώματος του Αγίου Σπυρίδωνος, από το 1630, σε ανάμνηση της απαλλαγής του νησιού από την πανώλη. Είναι η μοναδική στην οποία συμμετέχουν και οι 18 φιλαρμονικές του νησιού για να τιμήσουν τον πολιούχο Άγιο της Κέρκυρας (Τσενεμπή, 2007:39).

Την Μεγάλη Τρίτη στις εκκλησίες ακούγεται το τροπάριο της Κασσιανής και το βράδυ στις 9:00 στο περιστύλιο των παλαιών ανακτόρων ο οργανισμός κερκυραϊκών εκδηλώσεων διοργανώνει την καθιερωμένη ποιητική βραδιά με θέμα «Από τον Γολγοθά στην Ανάσταση».

Την Μεγάλη Τετάρτη από νωρίς το απόγευμα οι εκκλησίες της πόλης και των προαστίων γεμίζουν με πιστούς για τα ευχέλαια και στις 8:30 το βράδυ στο δημοτικό θέατρο η δημοτική χορωδία δίνει την καθιερωμένη συναυλία εκκλησιαστικής μουσικής και μεγαλοβδομαδιάτικων μελωδιών.

Την Μεγάλη Πέμπτη με την πρώτη καμπανιά της εκκλησίας οι κερκυραίοι βάζουν τα κόκκινα αυγά. Στον Duomo, την καθολική Μητρόπολη της πλατείας δημαρχείου, ανάβουν 12 κεριά που σβήνουν ένα ένα όταν τελειώνει η ανάγνωση του κάθε ευαγγελίου.

Την Μεγάλη Παρασκευή πριν από το μεσημέρι οι εκκλησίες γεμίζουν από πιστούς για την τελετή της Αποκαθήλωσης του Κυρίου και την περιφορά του νεκρού Ιησού σε κατάλευκο σεντόνι, ενώ ο στολισμός του επιταφίου είναι σχεδόν αποκλείστηκα έργο των νεαρών κοριτσιών που σκορπίζουν στις γειτονιές μαζεύοντας λουλούδια. Από νωρίς το απόγευμα της Μεγάλης Παρασκευής αρχίζει η περιφορά των επιταφίων στα «καντούνια» και στις πλατείες. Πρώτος βγαίνει ο επιτάφιος της Παναγίας της Σπηλιώτισσας από το νέο φρούριο και του Παντοκράτορα στο Καμπιέλο για να ακολουθήσουν οι υπόλοιποι μέχρι τις 10:00 το βράδυ που βγαίνει επιβλητικός ο επιτάφιος της Μητρόπολης, μέσα σε ατμόσφαιρα πραγματικά μυσταγωγική. Κάθε επιτάφιος συνοδεύεται από χορωδία, μια φιλαρμονική, μεγάλα κεριά, βενετσιάνικα φανάρια, λάβαρα και φλάμπουρα. Τον ακολουθούν παιδιά σχολείων, τμήματα προσκόπων και μικρά κορίτσια με καλάθια γεμάτα λουλούδια. Το βράδυ στα Μουράγια, από όπου θα περάσει ο επιτάφιος της Μητροπόλεως, τοποθετούνται κεριά που ανάβουν κατά την περιφορά. Στον επιτάφιο της Μητροπόλεως, η παρουσία φιλαρμονικών, χορωδιών και χιλιάδων κερκυραίων και επισκεπτών δίνει άλλη διάσταση (Τσενεμπή, 2007:40-42).

Το Μεγάλο Σάββατο το πρωί στις 6:00 το έθιμο του τεχνητού σεισμού είναι παράδοση για τον ιερό ναό της Παναγίας των Ξένων. Στις 9:00 το πρωί γίνεται η περιφορά του επιταφίου της εκκλησίας του Αγίου Σπυρίδωνος μαζί με το σκήνωμα του Αγίου. Είναι η αρχαιότερη λιτανεία και η πλέον επιβλητική. Καθιερώθηκε γύρω στο 1550 σε ανάμνηση του θαύματος του Αγίου Σπυρίδωνα που έσωσε τον κερκυραϊκό λαό από την σιτοδεία. Μετά το τέλος της λιτανείας ο Άγιος θα παραμείνει στην θύρα του μέχρι την Τρίτη του Πάσχα για προσκύνημα (Τσενεμπή, 2007:42).

4.1.7 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αγροτουρισμός ονομάζεται η εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες, οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» των περιοχών αυτών να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες (Gill & Williams, 1994).

Είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και υπερδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση. Φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση και κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις του τόπου (Κατσιγιάννη, 2009:14). Ως δραστηριότητα αναπτύσσεται από τους μόνιμους κάτοικους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος (anthropos, 2005).

Τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη «φόρμουλα των 3Φ» (Φύση-Φιλία-Φιλοξενία) και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S (Sun-Sea-Sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρητές πουλιών, παρατηρητές χλωρίδας και πανίδας, ορειβάτες κ.ά.) και είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα (anthropos, 2005).

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προϊόντος είναι (anthropos, 2005):

- 1) Η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος και η γνωριμία με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία, τα τοπία φυσικού κάλλους και την πανίδα και χλωρίδα των εκάστοτε περιοχών
- 2) Η επαφή και η γνωριμία με την τοπική αγροτική πολιτιστική κληρονομιά, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων, η συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ.
- 3) Η προσφορά διαφοροποιημένων, υψηλής ποιότητας τουριστικών προϊόντων (για παράδειγμα βιολογικών παραδοσιακών προϊόντων, προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης, προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης)
- 4) Η παρατήρηση των γεωργικών δραστηριοτήτων και πιθανώς η συμμετοχή σε αυτές
- 5) Η άσκηση παράλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (ορειβασία, πεζοπορία, ανεμόπτερο πλαγιάς κτλ.)

4.1.8 ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο μαθησιακός τουρισμός, είναι ο τουρισμός που αναφέρεται στην μάθηση. Συγκεκριμένα, είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν τουριστικό προϊόν τη μάθηση. Οι κυριότερες μορφές μαθησιακού τουρισμού είναι (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006:26):

∞ **εκπαιδευτικός τουρισμός**

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν τη μάθηση. Οι τουρίστες, δηλαδή, μεταβαίνουν σε ένα τουριστικό προορισμό για να εκπαιδευτούν και κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους έχουν και τουριστικές δραστηριότητες.

∞ **ο μαθητικός, σπουδαστικός, φοιτητικός τουρισμός**

Αυτές οι μορφές τουρισμού έχουν σαν κύριο χαρακτηριστικό τους, το ότι η τουριστική τους πελατεία αποτελείται από μαθητές, σπουδαστές ή φοιτητές. Είναι στην ουσία τουρισμός νέων.

Η Κέρκυρα είναι ένα νησί που εδώ και 30 χρόνια αποτελεί την κορυφαία επιλογή των μαθητών για τις 5ήμερες μαθητικές εκδρομές τους. Ένα νησί που για περισσότερους από 4 αιώνες συγκέντρωνε την κορυφή της περιήγησης. Μοναδικά αξιοθέατα και μνημεία, ξεχωριστό φυσικό περιβάλλον, εξαιρετικά εστιατόρια, ζωντανά club και παραράκια, κέφι, χαρά και ασφάλεια είναι τα συστατικά μιας ζωής ανώτερης ποιότητας (pamekerkyra, 2011).

4.1.9 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Έναν επίγειο παράδεισο αποτελεί το νησί της Κέρκυρας αφού είναι το πλουσιότερο σε πανίδα από κάθε άλλο νησί της Μεσογείου, διαθέτει βλάστηση που οργιάζει, τεράστιο αριθμό ζωικών ειδών βιότοπους και υδροβιότοπους (corfuvisit, 2011).

Η Πανίδα

Παρότι, η πυκνή κατοίκηση του νησιού και οι κακές πρακτικές στη γεωργική καλλιέργεια έχουν μειώσει τον πληθυσμό σε μερικά είδη πουλιών και μικρών

σαρκοβόρων, εντούτοις ο πλούτος της πανίδας είναι αξιοπρόσεκτος. Σήμερα, μετά από περίπου μια δεκαετία εφαρμογής αειφορικών πολιτικών, η πανίδα δείχνει να έχει ανακάμψει. Η Κέρκυρα, οι Παξοί και τα Διαπόντια νησιά αποτελούν σημεία συνάντησης των φίλων της φύσης (corfuvisit, 2011).

Η Χλωρίδα

Η Κέρκυρα με τα 6000 σπάνια είδη αγριολούλουδων, που διαθέτει, τα 55 είδη άγριας ορχιδέας και τα δεκάδες είδη αρωματικών και φαρμακευτικών φυτών, διαμορφώνει την πλουσιότερη χλωρίδα από όλα τα νησιά της Μεσογείου και αποτελεί πραγματικό παράδεισο φυσικού πλούτου (corfuvisit, 2011). Ο πλούτος και η ποικιλία της χλωρίδας και της πανίδας οφείλεται στο υγρό, ζεστό κλίμα, τις πολλές βροχοπτώσεις, τις εδαφικές συνθήκες και τη γεωγραφική θέση χάρη της οποίας συγκεντρώνει φυτά από την Ευρώπη και την Αφρική (corfuvisit, 2011). Την άνοιξη μοιάζει με απέραντο κήπο γεμάτο λουλούδια. Η εποχή αυτή είναι ιδανική για περιπάτους και πεζοπορίες στο πλούσιο δίκτυο μονοπατιών.

4.1.10 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Πολιτιστικός είναι ο τουρισμός που γίνεται για πολιτιστικούς λόγους, έχει δηλαδή σαν κύριο τουριστικό προϊόν την επαφή, τη γνωριμία, τη γνώση και την απόλαυση του πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες (Lynch, Duinker, Sheehan & Chute, 2011).

Πιο συγκεκριμένα εκδηλώνεται με: Επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικά μνημεία, πινακοθήκες, κτίρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική κλπ. (Stylianou-Lambert, 2011). (Παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, τοπικών εθίμων, επιδείξεων παραδοσιακών χορών και τραγουδιών, παραγωγή τοπικών προϊόντων, δοκιμή τοπικών εδεσμάτων κλπ. Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως πανηγύρια, φεστιβάλ, χορούς κλπ. (Τσενεπμή, 2007:33).

Η Κέρκυρα σαν νησί δεν είναι μόνο “rooms to let” αλλά είναι προικισμένη με πλούσια ιστορία, με πάρα πολλούς πολιτιστικούς συλλόγους, με σχεδόν είκοσι φιλαρμονικές, με μοναδικά στην Ελλάδα πασχαλινά έθιμα, με πάνω από πενήντα χορωδίες, με μαντολινάτες, παραδοσιακά χορευτικά, λογοτέχνες, ποιητές και

ζωγράφους. Ακόμη στην Κέρκυρα υπάρχουν χωριά στα οποία ακούγονται αναρίθμητα δημοτικά παραδοσιακά τραγούδια και παράγονται πεντανόστιμα εδέσματα της αυθεντικής κερκυραϊκής κουζίνας. Η Κέρκυρα προσφέρει πολλές δυνατότητες εναλλαγών και συνδυασμών όσον αφορά τον επισκέπτη που έρχεται για να γνωρίσει καλύτερα την κουλτούρα της (Τσενεμπή, 2007:33).

Η πολιτιστική κληρονομιά της πόλης

Παλιά πόλη

Η παλιά πόλη της Κέρκυρας αντιπροσωπεύει σήμερα ένα μοναδικό πολιτιστικό σύνολο, υψηλής αισθητικής αξίας. Είναι ένα «ζωντανό» μνημείο που διατηρήθηκε αναλλοίωτο σε σημαντικό βαθμό ως σήμερα και αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα ιστορικά κέντρα της Ελλάδας. Αξίζει να σημειωθεί ότι η παλιά πόλη έχει ενταχθεί στον κατάλογο Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Αυτό προσδίδει μια διεθνή αναγνώριση και συγκεντρώνει ένα διευρυμένο, οικουμενικό πλέον ενδιαφέρον για την πόλη.

Κτήρια ιστορικού κέντρου

Τα κτήρια του ιστορικού κέντρου έχουν χτιστεί σε διαφορετικές ιστορικές περιόδους. Τα σημαντικότερα πλαισιώνουν τη σημερινή πλατεία δημαρχείου. Στην ανατολική πλευρά της βρίσκεται η λατινική Μητρόπολη του Αγίου Ιακώβου (17ου αιώνα) με τα μπαρόκ πτερύγια στη στέγη της και στη νότια πλευρά η κατοικία του Λατίνου αρχιεπισκόπου που σήμερα στεγάζει υποκατάστημα της τραπεζής της Ελλάδος. Στη βόρεια πλευρά ξεχωρίζει το δημαρχείο που υπήρξε το σημαντικότερο κτίσμα της Βενετοκρατίας, η Loggia Nobilei. Η Ιόνιος Ακαδημία είναι ένα ακόμη σημαντικό κτίριο. Εκεί υπήρξαν οι στρατώνες Grimani, στη νότια άκρη της Σπιανάδας. Με άρωμα νεότερης εποχής τα νεοκλασικά κτίρια της Ιονικής τραπεζής, της Ιονίου Βουλής, το Χρηματιστήριο και το μέγαρο της οικογένειας του Καποδίστρια (Τσενεμπή, 2007:33-34).

Σπιανάδα και Λιστόν

Δύο πλατείες ενωμένες σε μία φτιάχνουν τη μεγαλύτερη πλατεία των Βαλκανίων. Τους μήνες εκτός της καλοκαιρινής σεζόν η Σπιανάδα είναι ο ομφαλός της γης για τους Κερκυραίους. Εκεί ο επισκέπτης θα περπατήσει, θα πιεί καφέ, ενώ κάτω από το

άγαλμα του Καποδίστρια δεν θα βαρεθεί να ατενίζει το Φρούριο. Στη δυτική πλευρά, μπροστά στην καταπράσινη έκταση όπου παίζονται και οι αγώνες κρίκετ (δημοφιλές άθλημα για τους Κερκυραίους), το Λιστόν με τις καμάρες, τα γνωστά στους Κερκυραίους «βόλτα» (έτσι ονομάζουν οι Κερκυραίοι τις καμάρες) και τα φανάρια του, μια ατέλειωτη ευθεία γεμάτη καφέ και κόσμο όλη τη μέρα. Υπάρχουν διάφορες εικασίες σχετικά με τη προέλευση του ονόματος «Λιστόν». Μια από αυτές είναι ότι προέρχεται από τη Βενετσιάνικη λέξη «λίστα» που σημαίνει πλατύς, ευθύς δρόμος, ενώ μια άλλη υποστηρίζει ότι προέρχεται από το libro d' oro, λίστα όπου γράφονταν τα ονόματα των ευγενών που είχαν αποκλειστικό δικαίωμα να κάθονται και να περνούν από εκεί (Τσενεμπί, 2007:34).

Το παλαιό φρούριο

Το Παλιό Φρούριο της Κέρκυρας ελέγχει το θαλάσσιο πέρασμα και είναι από τα σημαντικότερα αμυντικά συγκροτήματα που κατασκευάστηκαν στη Μεσόγειο. Χτισμένο στα τέλη του 15ου αιώνα στις δίδυμες κορυφές της μικρής χερσονήσου, δεν μένει ποτέ χωρίς κόσμο. Διασχίζοντας κάποιος τη σιδερένια γέφυρα μήκους 60 μέτρων, κοιτά κάτω τα ακίνητα νερά της αμυντικής τάφρου, της Contra fossa, αγκυροβόλιο σήμερα για τις βάρκες. Η θολωτή στοά οδηγεί στο εσωτερικό του Φρουρίου όπου εκεί βρισκόταν η Βυζαντινή πόλη της Κέρκυρας η Κορυφώ. Το βλέμμα τραβά ο Άγιος Γεώργιος που χτίστηκε στο πρότυπο αρχαίου δωρικού ναού και το 1864 μετατράπηκε σε ορθόδοξη εκκλησία (Τσενεμπί, 2007:34).

Το νέο φρούριο

Ανεβαίνοντας τα σοκάκια μετά την εβραϊκή συνοικία και ανηφορίζοντας μέχρι επάνω απολαμβάνει κανείς την γοητευτική θέα προς την πόλη. Το νέο φρούριο κτίστηκε μεταξύ 1577 και 1587 από τον Ιταλό αρχιτέκτονα F. Vitelli. Από την είσοδο και μέχρι να φτάσει κάποιος στον προμαχώνα των Επτά Ανέμων διασχίζει θολωτά περάσματα και το πέτρινο κτίσμα της Αγγλοκρατίας που άλλοτε ήταν στρατώνας και σήμερα φιλοξενεί πολιτιστικές δραστηριότητες. Ο προμαχώνας βρίσκεται σε ύψος 55 μέτρων από τη θάλασσα. Καθώς τον περιηγείται κανείς περνά ανάμεσα από πυροβολεία, αποθήκες πυρομαχικών και δεξαμενές που δίνουν την εικόνα των αμυντικών μεθόδων και οικοδομικών τεχνικών της εποχής του (Τσενεμπί, 2007:35).

Καμπιέλο

Στο Καμπιέλο ο επισκέπτης διαλέγει μπουγάδα για φωτογράφιση: κόκκινα, λευκά, κίτρινα, μπλε ρούχα και σεντόνια. Όλη η προσωπική ζωή των Κερκυραίων κρεμασμένη εκεί, ανάμεσα στους τοίχους των βενετσιάνικων πολυκατοικιών. Σχολές μουσικής, σχολές χορού για κλακέτες και μαζορέτες, παραδοσιακά ταβερνάκια και καφέ, όλα εκεί, συνθέτουν το «σκηνικό» του Καμπιέλο, δίπλα στις εκκλησίες και τα πηγάδια, την πλατεία της Κρεμαστής, με το μαρμάρινο πηγάδι του 17ου αιώνα όπως και το ναό του Αγίου Νικολάου και Γερόντων με το σκαλιστό τέμπλο (Τσενεμπή, 2007:35).

Μον Ρεπό και Παλαιόπολη

Ελιές, σπάνια φυτά, λουλούδια περιτριγυρίζουν την έπαυλη των 258 στρεμμάτων του Μον Ρεπό που χτίστηκε σε νεοκλασικό ρυθμό μεταξύ του έτους 1828 και 1831 για να γίνει η εξοχική κατοικία του Άγγλου αρμοστή Adam. Μετά την Ένωση των Επτανήσων έγινε θερινό ανάκτορο της βασιλικής οικογένειας και από το 2001 στεγάζει το Αρχαιολογικό Μουσείο Παλαιόπολης. Παρακάτω είναι τα ερείπια του Ηραίου που χτίστηκε τον 7ο αιώνα π.Χ. και ήταν ο σημαντικότερος ναός στην Κέρκυρα, στο τέμενος του Απόλλωνα και στον δωρικού ρυθμού ναό του Καρδακίου του 500 π.Χ. Έξω από το Μον Ρεπό βρίσκονται η βασιλική της Παλαιόπολης του 5ου αιώνα, που είναι κτισμένη πάνω στα ερείπια της ρωμαϊκής αγοράς και η ανασκαφή των ρωμαϊκών λουτρών του 3ου και 4ου αιώνα μ.Χ. (Τσενεμπή, 2007:35-36).

Μουσεία

- 1) Μουσείο Ασιατικής Τέχνης. Ταξίδι στα βάθη της Ασίας μέσα στην καρδιά της πόλης. Ένας σημαντικός άνθρωπος, ο Γρηγόριος Μάνος, Έλληνας πρέσβης στην Αυστρία, εμπνεύστηκε και ίδρυσε το μουσείο. Το εντυπωσιακό μουσείο διαθέτει σήμερα πάνω από 10.000 έργα τέχνης: εκθέματα από την Κίνα, Ιαπωνικής προέλευσης και άλλα από Ινδίες, Κορέα, Καμπότζη, Νεπάλ και Θιβέτ.
- 2) Αρχαιολογικό μουσείο. Ενώ έγινε με στόχο την ανάδειξη των γλυπτών του ναού της Αρτέμιδος, το 1994 προστέθηκαν δυο νέες αίθουσες, στις οποίες εκτέθηκαν ευρήματα από τις πρόσφατες ανασκαφές της πόλης και του νεκροταφείου της Γαρίτσας. Τα εκθέματα προέρχονται από παλαιά συλλογή

άγνωστης προέλευσης, έργα από την αρχαία πόλη της Κέρκυρας, από την Κερκυραϊκή Κασσιόπη και από τις ανασκαφές της Θεσπρωτίας.

- 3) Βυζαντινό μουσείο. Στεγάζεται στο ναό της Παναγίας της Αντιβουνιώτισσας που χτίστηκε στο τέλος του 15ου αιώνα. Το μουσείο εγκαινιάστηκε το 1984 και εδώ εκτίθενται 90 εικόνες από τον 15ο -19ο αιώνα.
- 4) Μουσείο Καποδίστρια. Το σπίτι όπου γεννήθηκε ο Καποδίστριας είναι εκεί όπου σήμερα βρίσκεται το εντυπωσιακό κτίριο της Παλαιάς Νομαρχίας. Το μουσείο Καποδίστρια – κέντρο Καποδιστριακών μελετών που ιδρύθηκε το 1981 και βρίσκεται στο χωριό Ευρωπούλοι (Τσενεμπή, 2007:36).

Μουσική παράδοση

Οι Κερκυραίοι είναι άνθρωποι καλλιεργημένοι με μεγάλη μουσική και καλλιτεχνική κληρονομιά. Στο νησί υπάρχουν 18 φιλαρμονικές οι οποίες αποτελούν κομμάτι του πολιτισμού της. Οι φιλαρμονικές κάνουν συχνά συναυλίες σε εξωτερικούς χώρους κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, όπου σε συνδυασμό με τις χορωδίες και τις μαντολινάτες “πλημμυρίζουν” με νότες τα καντούνια της πόλης.

Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι η Κέρκυρα «χρησιμοποιώντας» το συγκριτικό πλεονέκτημα του πολιτισμού και της μουσικότητας της έγινε η διοργανώτρια του Διεθνούς Φεστιβάλ Φιλαρμονικών. Ένα γεγονός που προσθέτει τα μέγιστα όσο αφορά την προβολή του νομού κάνοντάς τον γνωστό παγκοσμίως, καθώς κατά τη διάρκεια των 5 ημερών που διαρκεί το φεστιβάλ φιλοξενεί εκτός από φιλαρμονικές της Ελλάδας, φιλαρμονικές και από το εξωτερικό (Αυστρία, Ρωσία).

Ένα μεγάλο μουσικό γεγονός πραγματοποιείται και οργανώνεται με τον καλύτερο τρόπο από τις ίδιες τις δυνάμεις της Κέρκυρας. Αυτό δείχνει τη δυνατότητά της να οργανώσει μαζικές πολιτισμικού χαρακτήρα εκδηλώσεις, τις οποίες μπορεί να αξιοποιήσει τουριστικά με τον καλύτερο τρόπο (Τσενεμπή, 2007:38)

Γευστική παράδοση

Η Κερκυραϊκή κουζίνα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως η κουζίνα της παραδοσιακής νοστιμιάς και γεύσης. Η αστική κουζίνα (της χώρας όπως συνηθίζεται

να λέγεται, χώρα λένε οι Κερκυραίοι την πόλη της Κέρκυρας), έχει καθαρά βενετσιάνικες επιρροές. Οι μανέστρες, τα σπαγγέτα, οι τρόποι μαγειρέματος των ψαρικών και των κρεατικών, κάποια χαρακτηριστικά γλυκά όπως: η φογάτσα, οι μάντολες, το μαντολάτο, οι κολομπίνες, ακόμα και τα σταφιδόψωμα.. Βαθιά επηρεασμένη, λοιπόν, από τη Βενετσιάνικη κουζίνα, διατηρεί εδώ και αιώνες τον τρόπο μαγειρέματος πολλών τοπικών φαγητών. Κερκυραϊκές σπεσιαλιτέ, όπως η “παστιτσάδα”, το “σοφρίτο” και το “μπουρδέτο” κυριαρχούν σε εστιατόρια και ταβέρνες σε ολόκληρο το νησί (Τσενεμπή, 2007:38).

Εξαιρετικά είναι επίσης τα κερκυραϊκά γλυκίσματα και λικέρ από το πασίγνωστο κούμ κουάτ, ενώ ξεχωριστή θέση κατέχουν η “συκομαίδα” ή “συκόπιτα” και το τοπικό αναψυκτικό “τσιτσιμπύρα”.

4.1.11 ΠΕΡΙΠΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Περιπατητικός τουρισμός μπορεί να οριστεί σαν η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η πεζοπορία. Οι πεζοπορίες αυτές πραγματοποιούνται σε βατές και ήπιες λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές σε παρθένο φυσικό περιβάλλον με τη δυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων, παραδοσιακών χωριών και οικισμών, τοπίων φυσικού κάλλους, αρχιτεκτονικών μνημείων, μοναστηριών, εθνικών δρυμών και άλλες αξιοθέατες περιοχές που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια της πεζοπορίας και με την δυνατότητα επίσης άσκησης παράλληλων και συγγενικών μορφών τουρισμών, όπως του οικοτουρισμού, του φυσιολατρικού τουρισμού, του αγροτικού, του ορειβατικού και άλλων μορφών τουρισμού (Gurung & Seeland, 2008).

Παρεμφερής μορφή με αυτή του περιπατητικού τουρισμού, είναι και αυτή του οικοτουρισμού. Είναι δυο μορφές τουρισμού οι οποίες ταυτίζονται ολότελα μεταξύ τους αφού η μια μορφή συμπληρώνει την άλλη. Και στις δύο περιπτώσεις ο τουριστικός προορισμός είναι πάντοτε η φύση, δηλαδή το φυσικό περιβάλλον με όλα τα οικοσυστήματά του, τους φυσικούς πόρους και την άγρια ζωή που διαθέτει (Lai & Nepal, 2006).

Ως οικοτουρισμός ορίζεται η αειφόρος μορφή τουρισμού υπαίθρου που αναπτύσσεται ήπια σε φυσικές περιοχές και πρέπει να συντελεί στην διατηρησιμότητα και την συντήρηση αυτών των περιοχών (Li, 2004).

Οι δυο αυτές μορφές συντελούν την Κέρκυρα ως τον ιδανικότερο προορισμό , αφού έχει πολλά να προσφέρει στους επισκέπτες της (Τσενεμπή, 2007:46)

Φυσιολατρικές διαδρομές

Η Κέρκυρα διαθέτει όλες τις αποχρώσεις του πράσινου , ελαιώνες και κυπαρίσσια, καταπράσινη και επίπεδη γη σπαρμένη από αμπέλια, πλούσια περιβόλια, βράχοι και αγριολούλουδα, κατάφυτοι από ελιές λόφοι, λίμνες, βιότοποι, χαμηλές ακτές και αμμόλοφοι, φυτά που ευδοκούν στην άμμο και αποτελούν παράδεισο για τα πουλιά που ζουν στην περιοχή, πευκοδάση, σκιερά δάση και πολύχρωμα χωράφια. Κυριαρχεί παντού η ελιά και το καταπράσινο τοπίο καθώς και οι καλλιεργημένες κοιλάδες ενώ το βουνό του Παντοκράτορα στο βόρειο τμήμα του νησιού, αποτελεί μια περιοχή βραχώδης, με μικρές καλλιεργημένες εκτάσεις που διακόπτονται από ρεματιές και μικρά φαράγγια περιοχή κατάφυτη από κέδρους και ιτιές (Τσενεμπή, 2007:46).

Βόρεια Κέρκυρα

Το μεγαλύτερο τμήμα της βόρειας Κέρκυρας είναι παραλιακό. Κοντά στην πόλη αρχίζουν οι πλέον πολυσύχναστες περιοχές: η κατάφυτη χερσόνησος Κοντόκαλι, τα Γουβιά με τα ερείπια βενετσιάνικου ναυστάθμου, η Δασιά και ο Ύψος με τις τεράστιες αμμουδιές τους. Το Πυργί, από όπου η διασταύρωση οδηγεί προς το όρος του Παντοκράτορα αλλά και παραλιακά προς την Κασσιόπη. Η παραλιακή διαδρομή καθώς ελίσσεται στις απότομες καταπράσινες πλαγιές του Παντοκράτορα, έχει πανοραμική θέα προς τις μικρές παραλίες και τους οικισμούς Νησάκι, Καλάμι και Κουλούρα που βρίσκονται χαμηλότερα, αλλά και προς τις απέναντι ακτές της Αλβανίας που απέχουν μόλις 2 χιλιόμετρα από το γραφικό ψαροχώρι Άγιος Στέφανος. Λίγο βορειότερα η κωμόπολη Κασσιόπη που την περιβάλουν γραφικοί όρμοι, βράχια και άμμος. Οι λοφοσειρές γίνονται ξηρές και βραχώδεις έως ότου εμφανίζονται δύο από τα νεώτερα τουριστικά θέρετρα, με απέραντες αμμουδιές, η Αχαράβη και η Ρόδα (Τσενεμπή, 2007:47).

Αξιοθέατα βόρεια της Κέρκυρας

Παλαιοκαστρίτσα

Δύο χερσόνησοι και έξι μικροί ορμίσκοι διαμορφώνουν το φυσικό σκηνικό ενός από τους πιο επιθυμητούς και πολυσύχναστους τουριστικούς προορισμούς του νησιού. Οι αμμουδιές σε συνδυασμό με τους απόκρημνους γύρω βράχους ενθουσιάζουν τους επισκέπτες της Παλαιοκαστρίτσας και την καθιέρωσαν ως θέρετρο υψηλού επιπέδου (Τσενεμπή, 2007:47).

Αγγελόκαστρο

Στο χωριό Λάκωνες βρίσκεται το Αγγελόκαστρο. Η θέα από το βράχο του Αγγελόκαστρου είναι άκρως εντυπωσιακή. Το βυζαντινό φρούριο, που χτίστηκε το 13^ο αιώνα, έχει μία και μοναδική δίοδο από τη στεριά και μέχρι να το εγκαταλείψουν οι Βρετανοί παρέμεινε απόρθητο (Τσενεμπή, 2007:48).

Λάκωνες

Το χωριό Λάκωνες είναι από μόνο του ένα από τα χαρισματικά σημεία του νησιού. Ένα χωριουδάκι μικρό και γραφικό χτισμένο ψηλά στο βουνό. Στη λεγόμενη “Bella vista”, ένα από τα ωραιότερα τοπία της Μεσογείου, γι’ αυτό και δεν είναι τυχαίο το ότι αναγνωρίζεται ως η καλύτερη θέα της Ευρώπης. Το όνομα του χωριού δεν είναι τυχαίο. Μετανάστες από τη Λακωνία διάλεξαν αυτό το μέρος για να μείνουν, καθώς αν πάει κανείς στα χωριά της Μάνης από όπου καταγόταν θα αντικρίσει σχεδόν την ίδια θέα (Τσενεμπή, 2007:48).

Νότια Κέρκυρα

Η νότια πλευρά της Κέρκυρας έχει όψη διαφορετική από εκείνη της βόρειας. Το Πέραμα, το Ποντικονήσι και η Παναγία των Βλαχερνών, είναι από τα αξιοθέατα της καθώς επίσης, το χωριό Γαστούρι, το Αχίλλειο και το ανάκτορο της Ελισάβετ της Αυστρίας. Το χωριό που προτιμούν οι Άγγλοι τουρίστες, είναι οι Μπενίτσες, το ψαροχώρι που αγάπησε ο γερμανός Κάιζερ Γουλιέλμος Β και έφτιαξε εκεί την ομώνυμη γέφυρα (τη γέφυρα του Κάιζερ) που τον βοήθησε στις μετακινήσεις του. Ψαροχώρια όπως η Μεσογγή, επιλέγουν οι βορειοευρωπαίοι τουρίστες, ένα άτυπο σύνορο με το νοτιότερο τμήμα του νησιού. Ακολουθεί το χωριό Πετριτής το οποίο κατέχει έντονο ελληνικό χρώμα και οι αμμουδιές του Αγ. Γεωργίου. Τέλος, ένα από τα νοτιότερα άκρα του νησιού, η Λευκίμμη δείχνει αδιάφορη απέναντι στον τουρισμό

καθώς οι κάτοικοί της επιμένουν να ασχολούνται κυρίως με τη γεωργία (Τσενεμπή, 2007:49).

Αξιοθέατα νότια της Κέρκυρας

Λίμνη Κορισσίων

Μια μακρόστενη λιμνοθάλασσα με έκταση 6000 στρέμματα που προσφέρει ένα από τα ωραιότερα ηλιοβασιλέματα. Ανάμεσα στη θάλασσα και στη λίμνη μια στενή λωρίδα γης δημιουργεί την απέραντη παραλία του Χαλικούνα. Διαθέτει αμμόλοφους τύπου Σαχάρα με σπάνιο δάσος από κέδρους. Κατά τη διάρκεια του χειμώνα, η λίμνη φιλοξενεί χιλιάδες πουλιά.

Αρκουδήλας

Στο νοτιότερο άκρο του νησιού, στον Ασπρόκαβο βρίσκεται το δάσος του Αρκουδήλα. Ένα δάσος με κυπαρίσσια, σχίνους και κουμαριές. Το ακρωτήρι του Ασπρόκαβου ονομάστηκε Αρκουδήλας από το γαλλικό arc d' isle (αψίδα του νησιού) ιδιοματισμός που σημαίνει απώτατο άκρο της γης (Τσενεμπή, 2007:51).

4.1.12 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΑΖΙΝΟ

Ο τουρισμός των καζίνο στη χώρα μας ουσιαστικά δεν υπάρχει. Βεβαίως υπάρχουν καζίνο (τα παλαιά υπό την επιστασία του ΕΟΤ, της Πάρνηθας, της Κέρκυρας, το οποίο είναι από τα πρώτα κιάλας καζίνο στην Ελλάδα, της Ρόδου και τα νέα ιδιωτικά της Ξάνθης, της Χαλκιδικής, της Θεσσαλονίκης, του Λουτρακίου και του Ρίο) και ίσως στο μέλλον να ιδρυθούν περισσότερα. Εκατομμύρια Ελλήνων κάθε χρόνο συρρέουν σε αυτά τα καζίνα, στα οποία ο τζόγος αγγίζει και ολόκληρη την περιουσία τους. Τα ποσοστά των ποιστών του τζόγου αυτού των καζίνων αυξάνεται συνεχώς. Όλοι αυτοί φυσικά δεν κάνουν τουρισμό, κάνουν κατά κανόνα νυχτερινές εκδρομές, ικανοποιούν τις ανάγκες του παιχνιδιού, της ελπίδας και της εμφάνισης στο περιβάλλον των καζίνο, που σκοπίμως οι διαχειριστές τους το περιέβαλαν με πολυτέλεια, κοσμοπολίτικο στυλ και το προικοδότησαν με υψηλής ποιότητας ξενοδοχειακά προϊόντα για να προσελκύσουν τους αφελείς.

Ξένοι τουρίστες δεν έρχονται στη χώρα μας για να επισκεφθούν τα καζίνο της. Αν τα επισκέπτονται μερικοί το κάνουν στο πλαίσιο μιας άλλης κύριας τουριστικής δραστηριότητας που έχουν. Αυτή η μορφή τουρισμού θεωρείται η πιο συναλλαγματοφόρα μορφή για τις χώρες υποδοχής. Απευθύνεται όμως σε μια συγκεκριμένη πελατεία, σε αυτούς που δε ξέρουν τι να κάνουν τα χρήματά τους και τους ανόητους (Σφακιανάκης, 2000).

Το καζίνο της Κέρκυρας είναι ένα αρκετά ταλαιπωρημένο Ελληνικό καζίνο. Από την πρώτη ίδρυση του την δεκαετία του 1960 στο πλαίσιο της αναβάθμισης του Ελληνικού τουρισμού, το καζίνο της Κέρκυρας γνώρισε μέρες δόξας, πολλές μετακομίσεις, πολλές αλλαγές ιδιοκτησιακού καθεστώτος (ellinikakazino, 2012).

Στεγάζεται στο ξενοδοχείο Corfu Holiday Palace, στην περιοχή Κανόνι, 4 χλμ. από το κέντρο της πόλης της Κέρκυρας. Οι εγκαταστάσεις του καζίνο αναπτύσσονται σε δύο ορόφους, στο ισόγειο του ξενοδοχείου όπου είναι και η ενιαία αίθουσα παιγνίων και στον ημιώροφο όπου είναι τα γραφεία της διεύθυνσης του καζίνο. Η συνολική επιφάνεια του χώρου είναι 900 τ.μ. ενώ ο καθαρός χώρος παιγνίων είναι περίπου 620 τ.μ. Διαθέτει 50 slot machines, 10 τραπέζια αμερικάνικης ρουλέτας, 4 τραπέζια μπλακ τζακ και 1 τραπέζι για πόκερ. Η δυναμικότητα του αγγίζει τους 341 παίκτες (etasa, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ-ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο Νομός Κερκύρας αποτελεί ένα από τα δημοφιλέστερα θέρετρα της Ελλάδας, προσελκύοντας τουρίστες κυρίως από τις Ευρωπαϊκές χώρες. Είναι φανερό ότι διανύουμε εποχές μεγάλων αλλαγών και ραγδαίων εξελίξεων σε όλο το φάσμα της οικονομικής ζωής. Μέσα σε ένα ιδιαίτερα απαιτητικό περιβάλλον και πάντα στα πλαίσια του έντονου ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει ο τουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι προφανής η ανάγκη για ποιότητα (Τσουμάνης, 2009:29).

Στην Κέρκυρα ο τουρισμός είναι η πιο σημαντική οικονομική δραστηριότητα και οι επιπτώσεις από την επιτυχία ή την αποτυχία της ετήσιας τουριστικής κίνησης, επιδρούν σημαντικά στην καθημερινή ζωή όλων και επηρεάζουν το βιοτικό επίπεδο. Οι φυσικές ομορφιές του νησιού, ο ήλιος, η θάλασσα, η γεωγραφική του θέση, η πολιτιστική κληρονομιά που διαθέτει, είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του, έναντι άλλων τουριστικών προορισμών. (Τσουμάνης, 2009:29)

Εδώ υπεισέρχεται ο επιστημονικός τρόπος προσέγγισης και διερεύνησης ενός εναλλακτικού μοντέλου, που σκοπό έχει να εξετάσει τις απόψεις των επαγγελματιών τουρισμού της Κέρκυρας, σχετικά με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί.

Όταν ένα τουριστικός προορισμός μπαίνει σε μια αγορά, πρέπει να παρακολουθείται η πορεία του για την πρόοδο του στην αγορά. Η πατροπαράδοτη καθημερινή προσωπική σχέση ανάμεσα στον παραγωγό και τον πελάτη του, έχει εξαφανιστεί με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Μαζί με αυτή εξαφανίστηκε και η δυνατότητα να συζητηθούν οι ανάγκες και οι προτιμήσεις των καταναλωτών, πρόσωπο με πρόσωπο με τον παραγωγό. Το κενό αυτό ήρθε και το κάλυψε η έρευνα αγοράς. Χωρίς έρευνα αγοράς η εφαρμογή του σύγχρονου marketing θα ήταν πραγματικά αδύνατη. Σκοπός της έρευνας είναι να παρέχει στον παραγωγό τη γνώση

των χαρακτηριστικών του τουρίστα , τις συνήθειες του, τις τάσεις, τα πιστεύω, τις ανάγκες και τις φιλοδοξίες του (Τσουμάνης, 2009:30).

Η μεθοδολογία η οποία χρησιμοποιείται κατά τη διεξαγωγή μιας ερευνητικής διαδικασίας κατέχει πολύ σημαντικό ρόλο και ακολουθεί ένα ξεκάθαρο μεθοδολογικό πλαίσιο (Χρήστου, 1999). Έχει ως σκοπό την έρευνα κάποιων παραγόντων, την καταγραφή συμπερασμάτων, καθώς και την καταβολή προτάσεων και δυνατών λύσεων στα προβλήματα τα οποία προκύπτουν κατά την πραγματοποίηση μιας έρευνας. (Τσουμάνης,2009:30)

Στην συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία σκοπός της έρευνας είναι η ανάλυση του τρίπτυχου «ήλιος-άμμος-θάλασσα» σε ένα εναλλακτικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, όπως οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι επιπτώσεις (θετικές και αρνητικές) που αυτές προκαλούν στην τοπική κοινωνία, στην οικονομία και το περιβάλλον, καθώς και τις προοπτικές μελλοντικής ανάπτυξής του.

Η παρούσα έρευνα βασίζεται σε πρωτογενή στοιχεία η οποία συχνά αποκαλείται και «κλασσική ερευνητική μέθοδος», και εμφανίζει ένα ιδιαίτερα ευρύ πεδίο εφαρμογών στην έρευνα του τουρισμού. Η συλλογή των πρωτογενών στοιχείων έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίων. Τα ερωτηματολόγια, στις περισσότερες περιπτώσεις αποτελούν τη ραχοκοκαλιά ενός ερευνητικού προγράμματος. Έτσι και στην παρούσα έρευνα σχεδιάστηκε ένα ερωτηματολόγιο που ανταποκρίνεται στους ερευνητικούς στόχους. Ο τρόπος συλλογής των πληροφοριών έγινε μέσω e-mail και ένα μικρό δείγμα αυτοπροσώπως, στις ξενοδοχειακές μονάδες και στα τουριστικά γραφεία του νησιού, με στόχο να καταγραφούν οι απόψεις των επαγγελματιών τουρισμού της Κέρκυρας, σχετικά με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί.

5.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Υπάρχουν δύο τύποι ερευνών που ανάλογα με το μέγεθος του δείγματος και την μεθοδολογία που ακολουθείται διακρίνονται σε ποσοτικές και ποιοτικές. Και οι δύο τύποι ερευνών έχουν στο επίκεντρό τους τη διερεύνηση προσωπικών απόψεων. Οι προσωπικές απόψεις διαφοροποιούνται ανάλογα με τη χρήση, ανάλυση και τη συλλογή των δεδομένων/απόψεων.

Οι ερευνητές που υποστηρίζουν την ποιοτική ανάλυση θεωρούν ότι με αυτόν τον τύπο έρευνας καταφέρνουν να πλησιάσουν περισσότερο την προσωπική άποψη. Από την άλλη, οι ερευνητές που υποστηρίζουν την ποσοτική ανάλυση θεωρούν ότι χωρίς στατιστική ανάλυση οι ποιοτικές έρευνες είναι αναξιόπιστες. Στην ποσοτική έρευνα οι ερευνητές χρησιμοποιούν κλειστού τύπου ερωτήσεις και εφαρμόζουν μαθηματικά μοντέλα, γραφήματα και στατιστικούς πίνακες με στόχο την επίτευξη πιο αξιόπιστων αποτελεσμάτων. Οι ερευνητές αντίθετα που εφαρμόζουν ποιοτική έρευνα κάνουν χρήση στατιστικών εργαλείων, αλλά λιγότερο πολύπλοκες στατιστικές μεθόδους. (Μαρθαλαμάκης & Μάλλιος, 2011)

5.2.1 ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η έννοια της ποσοτικής έρευνας βασίζεται στη στατιστική ανάλυση. Χρησιμοποιούνται ποσοτικές μαθηματικές μέθοδοι για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με ένα πληθυσμό ατόμων χωρίς να εξεταστούν οι απόψεις όλων των ατόμων του πληθυσμού. Αντίθετα, εξετάζεται μόνο ένα επιλεγμένο κομμάτι του πληθυσμού, το δείγμα. Τα κύρια χαρακτηριστικά της ποσοτικής έρευνας είναι (Τσουμάνης, 2009):

- Η χρησιμοποίηση της θεωρίας των πιθανοτήτων για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος που θα εξεταστεί.
- Η χρήση των ίδιων ακριβώς ερωτήσεων προς όλα τα άτομα του δείγματος.
- Η διατύπωση συμπερασμάτων με βάση τη στατιστική ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν.
- Η συχνότατη χρησιμοποίηση ‘‘κλειστών’’ ερωτήσεων.
- Η μέτρηση απόψεων και συμπεριφορών με προκαθορισμένες κλίμακες.

5.2.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η ποιοτική έρευνα έχει σχέση με τη μελέτη των αιτιών της συμπεριφοράς των ανθρώπων και όχι με το αποτέλεσμα της συμπεριφοράς τους. Δεν ασχολείται με το αν αγοράζουν ή όχι, ή εάν τους αρέσει ή όχι ένα προϊόν, αλλά στοχεύει, για παράδειγμα, στη διερεύνηση των αναγκών που τους ωθούν στην αγορά(ή την αποφυγή της αγοράς) του προϊόντος ή τη συμπεριφορά τους σε σχέση με το προϊόν.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της ποιοτικής έρευνας είναι (Τσουμάνης, 2009):

- Το πολύ μικρότερο δείγμα που επιλέγεται να εξεταστεί σε σχέση με το δείγμα μιας ποσοτικής έρευνας
- Το ιδιαίτερα μεγάλο βάθος της μελέτης αυτού του δείγματος με τεχνικές συχνά δανεισμένες από την κλινική ψυχολογία. Η επιδίωξη να ερευνηθούν οι σκέψεις των ατόμων και όχι οι πράξεις τους.
- Η δυσκολία στην ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν, κυρίως λόγω της σχετικής υποκειμενικότητας τους.

5.3 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το μέγεθος του δείγματος και τα χρονικά περιθώρια της έρευνας, αποτέλεσαν σημαντικούς παράγοντες για τη χρήση του εργαλείου του ερωτηματολογίου, καθώς η επιλογή διαφορετικού εργαλείου δεν θα οδηγούσε στα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Προκειμένου να γίνει η εξαγωγή των απαιτούμενων πληροφοριών, σχεδιάστηκε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο, ως ερευνητικό εργαλείο, μπορεί να προσφέρει αξιόπιστα στοιχεία και δίνει την ευκαιρία στον ερευνητή να απευθυνθεί σε ένα ευρύτερο κοινό, κάτι που ήταν πολύ σημαντικό στην παρούσα μελέτη, βάση του περιορισμού χρόνου που υπήρχε για τη συλλογή των απαιτούμενων πληροφοριών, λόγω της εποχικότητας. Επίσης, με τη χρήση του ερωτηματολογίου περιορίζεται η επιρροή του ερευνητή στις απαντήσεις του ερωτώμενου, ενώ η επεξεργασία, κωδικοποίηση και ανάλυση των απαντήσεων είναι ευκολότερη.

Για να κατασκευαστεί το ερωτηματολόγιο είχαμε στη διάθεση μας τα εξής είδη ερωτήσεων:

A) Κλειστές ερωτήσεις: δίνουν τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να επιλέξει μεταξύ προκαθορισμένων απαντήσεων.

Χρησιμοποιήθηκαν, λοιπόν, τα εξής είδη:

- **Πολλαπλής επιλογής (multiple choice):** Είναι η ερώτηση εκείνη η οποία δίνει στον ερωτώμενο τη δυνατότητα να επιλέξει μία απάντηση μεταξύ τριών και πλέον επιλογών.
- **Κλίμακα σπουδαιότητας (Importance Scale):** Αφορά μια κλίμακα συνήθως πέντε σημείων, με την οποία βαθμολογείται η σπουδαιότητα συγκεκριμένης ιδιότητας ή χαρακτηριστικού για τα οποία ενδιαφέρεται ο ερευνητής.

- **Κλίμακα βαθμολογίας (Rating Scale):** Αφορά, επίσης, μια κλίμακα συνήθως πέντε σημείων, με την οποία βαθμολογούνται συγκεκριμένες ιδιότητες, χαρακτηριστικά, προϊόντα κ.λ.π από άριστα έως κακά.

Σκοπός της επιλογής του ερωτηματολογίου είναι να μην γίνεται κουραστικό για τον παραλήπτη, να απαντηθεί σε μικρό χρονικό διάστημα και να εστιάζει σε συγκεκριμένα ερωτήματα (Javeau, 1996). Αναλυτικότερα το ερωτηματολόγιο είναι ως εξής:

- ✓ Η πρώτη ερώτηση αναφέρεται στη σημαντικότητα των προβλημάτων που παρουσιάζει σήμερα το τουριστικό προϊόν της Κέρκυρας μέσω της κλίμακας Likert.
- ✓ Η δεύτερη ερώτηση αναφέρεται στις φάσεις του «κύκλου ζωής» όπου ανήκει η Κέρκυρα.
- ✓ Η τρίτη ερώτηση αναφέρεται στο βαθμό που έχουν αναπτυχθεί οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νησί με βάση την κλίμακα Likert.
- ✓ Η τέταρτη ερώτηση αναφέρεται στη σημαντικότητα των πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει στον τουρισμό της Κέρκυρας, η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, επίσης, μέσω της κλίμακας Likert.
- ✓ Η πέμπτη ερώτηση, αναφέρεται στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό ή αν πρέπει να γίνει αντικατάσταση του ή να συνεχιστεί η προσύλωση αποκλειστικά σε αυτόν.
- ✓ Η έκτη ερώτηση, αναφέρεται στη βελτίωση των υποδομών ώστε να επιτραπεί περαιτέρω ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- ✓ Η έβδομη ερώτηση, αναφέρεται στους κύριους πελάτες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- ✓ Η όγδοη ερώτηση, αναφέρεται στην ικανοποιητική διαφήμιση/προβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα.
- ✓ Η ένατη ερώτηση, αναφέρεται στα μέσα που γίνεται η διαφήμιση/ προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα.
- ✓ Και τέλος, η δέκατη ερώτηση, αναφέρεται στην ταυτότητα του ερωτωμένου και αποτελείται από τέσσερα υποερωτήματα, που αφορούν στο φύλο του ερωτώμενου, την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης και το είδος της επιχείρησης, ξενοδοχείο ή τουριστικό γραφείο.

5.4 Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την εύρεση του δείγματος χρησιμοποιήθηκε η επίσημη ιστοσελίδα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (<http://www.grhotels.gr>) και (<http://www.e-ionia.gr>) για τα τουριστικά γραφεία της Κέρκυρας. Μέσα από τις δυο σελίδες εντοπίστηκαν 232 ξενοδοχεία και 81 τουριστικά γραφεία. Στάλθηκαν 313 ερωτηματολόγια από τα οποία απαντήθηκαν μόλις τα 43.

5.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η συγκέντρωση των στοιχείων υπήρξε αρκετά δυσχερής, λόγω της μειωμένης ανταπόκρισης που υπήρξε από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τα τουριστικά γραφεία, με αποτέλεσμα το τελικό δείγμα να μην είναι το επιθυμητό.

Η έρευνα ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2011, μέσω e-mail, περίοδο κατά την οποία ένα μεγάλο μέρος των ξενοδοχείων είναι κλειστα αφού λειτουργούν μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες. Η έρευνα ξεκίνησε καθυστερημένα μετά το καλοκαίρι, διότι αρχικός σκοπός ήταν η μέθοδος της συνέντευξης, η οποία απέτυχε παταγωδώς.

Ο βαθμός ανταπόκρισης των ξενοδοχειακών μονάδων και των τουριστικών γραφείων ήταν μηδαμινός. Λόγω αυτής της περίπτωσης έγινε επανάληψη των ερωτηματολογίων τον μήνα Απρίλιο, όμως και πάλι ο βαθμός ανταπόκρισης δεν ήταν ο επιθυμητός. Προχωρήσαμε, λοιπόν, στην παράδοση των ερωτηματολογίων στα ξενοδοχεία και κάποια τουριστικά γραφεία που ήταν εφικτό να φθάσουμε (λόγω αποστάσεως) από έμας τους ίδιους, όμως και με αυτή τη μέθοδο συναντήσαμε δυσκολία. Ο τελικός αριθμός των ερωτηματολογίων συγκεντρώθηκε τέλος Αυγούστου του 2012.

Η έρευνα αυτή αντιμετώπισε πάρα πολλές δυσκολίες όπως: κάποιες διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομίου ήταν λάθος, ερχόταν πίσω τα e-mails αναπάντητα με υστερόγραφο από κάτω δε μπορούμε να “κλικάρουμε” στα κουτάκια των απαντήσεων, η αρνητικότητα των ξενοδοχειακών υπαλλήλων και πολλές φορές η αγένεια τους σε μεγάλο βαθμό και το πρόσχημα τους για να μας αποφύγουν “η δουλειά”.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η ανάλυση του ερωτηματολογίου ξεκινά με την τελευταία ερώτηση, κυρίως για να γίνει γνωστή η ταυτότητα των ερωτωμένων που έλαβαν μέρος στην έρευνα και για να έχουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τις επόμενες ερωτήσεις που ακολουθούν, οι οποίες ακολουθούν τη σειρά του ερωτηματολογίου.

Ο πίνακας, λοιπόν, που ακολουθεί μας παρουσιάζει την ταυτότητα του ερωτώμενου, δηλαδή, φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης και το είδος της επιχείρησης, αν είναι ξενοδοχείο, τις κατηγορίες του (5*, 4*, 3*, 2*, 1*, αλυσίδα ή ανεξάρτητο) και το είδος του τουριστικού γραφείου (γενικού τουρισμού, εισερχόμενου τουρισμού, εξερχόμενου τουρισμού, εσωτερικού τουρισμού ή tour operator).

Πίνακας 6.1.1: Ταυτότητα ερωτώμενων

		N	%
Φύλο	Άνδρας	32	74,4
	Γυναίκα	11	25,6
Ηλικία	18-24	1	2,3
	25-34	4	9,3
	35-44	19	44,2
	45-54	11	25,6
	55+	8	18,6
Επίπεδο εκπαίδευσης	Πρωτοβάθμια	1	2,3
	Δευτεροβάθμια	13	30,2
	Τριτοβάθμια	24	55,8
	Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	5	11,6
Ξενοδοχείο	5*****	5	13,9
	4*****	10	27,8
	3***	15	41,7

	2**	5	13,9
	1*	1	2,8
Τουριστικό γραφείο	Γενικού τουρισμού	3	42,9
	Εισερχόμενου τουρισμού	3	42,9
	Εξερχόμενου τουρισμού	0	0,0
	Εσωτερικού τουρισμού	0	0,0
	Tour Operator	1	14,3
ΣΥΝΟΛΟ		43	100

Παρατηρούμε, λοιπόν, από τον παραπάνω πίνακα ότι από τα 43 ερωτηματολόγια που συγκεντρώσαμε οι 32, δηλαδή το 74,4% είναι άντρες και οι γυναίκες 11 σε αριθμό, δηλαδή το 25,6% του δείγματος.

Ακολουθούν οι ηλικίες στις οποίες καταγράφονται μόλις 1 άτομο ηλικίας 18-24, στις ηλικίες 25-34 καταγράφονται 4 άτομα, στις ηλικίες 35-44 καταγράφονται 4 άτομα, στις ηλικίες 45-54 καταγράφονται 11 άτομα και τέλος στις ηλικίες 55+ καταγράφονται 8 άτομα.

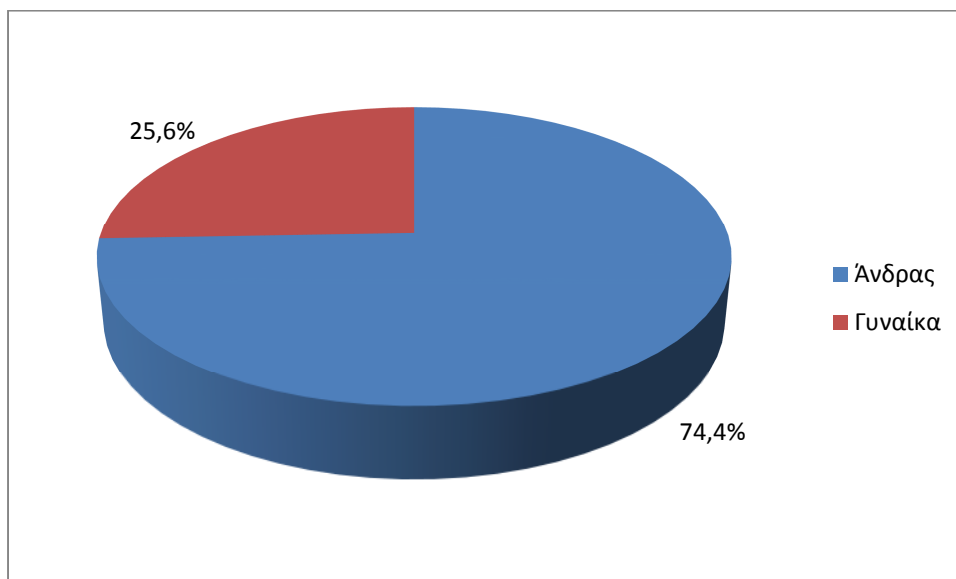
Από το επίπεδο εκπαίδευσης έχουμε σε αριθμό 1 άτομο πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, ακολουθούν 13 άτομα στη δευτεροβάθμια, 24 άτομα στην τριτοβάθμια και 5 άτομα με μεταπτυχιακό/διδακτορικό.

Από τις 36 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που έχουμε καταγεγραμμένες οι 5 είναι 5*, οι 10 είναι 4*, οι 15 είναι 3*, οι 5 είναι 2* και μόλις 1 είναι 1*.

Και, τέλος, ακολουθούν τα τουριστικά γραφεία, από τα οποία γενικού τουρισμού έχουμε 3 σε αριθμό, εισερχόμενου τουρισμού έχουμε πάλι 3, εξερχόμενου και εσωτερικού τουρισμού είναι μηδενικά και tour operator 1.

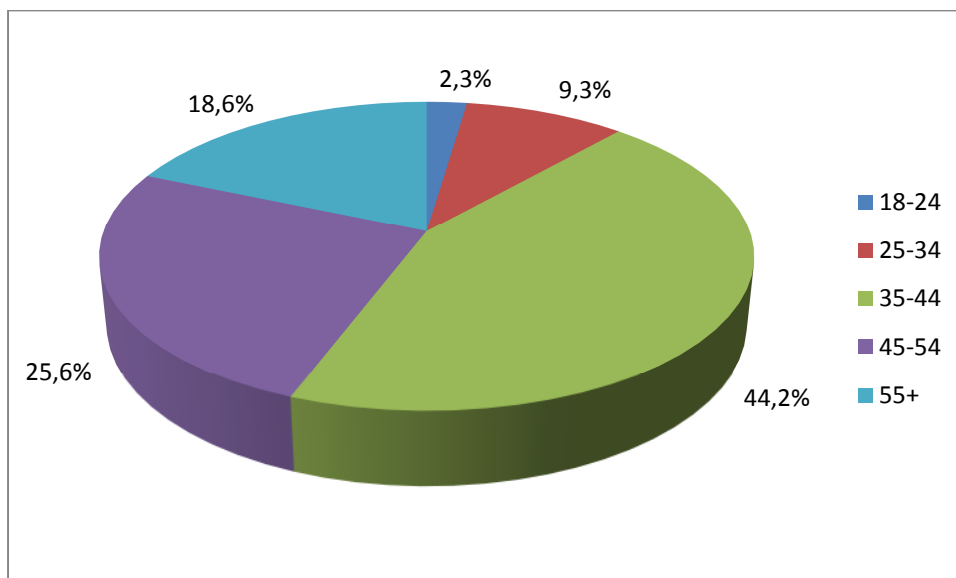
Τα γραφήματα που ακολουθούν δείχνουν κάποια επιπλέον στοιχεία.

Γράφημα 6.1 1: Ταξινόμηση φύλου ερωτώμενου



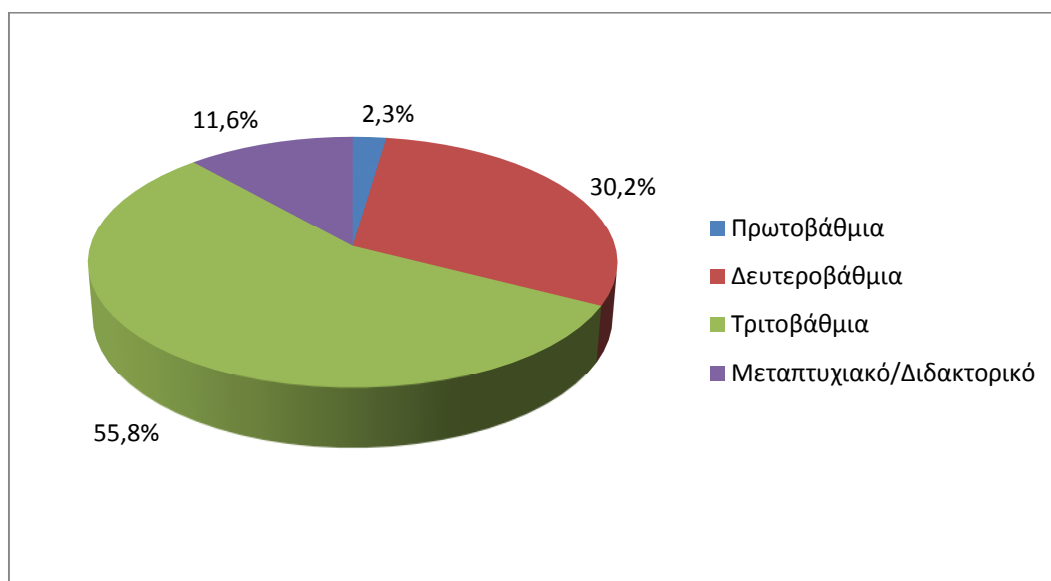
Στο παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι οι άνδρες ήταν εκείνοι που απεδείχθησαν πιο πρόθυμοι να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο με ποσοστό 74,4% έναντι των γυναικών που το ποσοστό τους αγγίζει μόλις το 25,6%.

Γράφημα 6.1.2: Ποσοστά ηλικίας ερωτωμένου



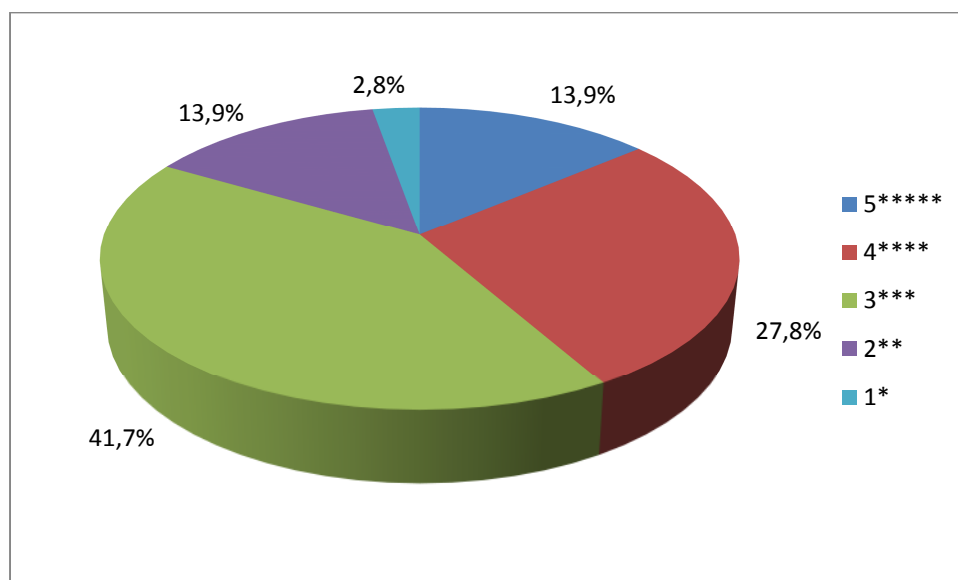
Στο παραπάνω γράφημα διαγράφονται οι ηλικίες των ερωτωμένων με τις ηλικίες των 35-44 να κατέχουν την πρώτη θέση με ποσοστό 44,2%, ακολουθούν οι 45-54 με ποσοστό 25,6%, οι 55+ με ποσοστό 18,6%, οι 25-34 με ποσοστό 9,3% και τέλος, οι 18-24 με ποσοστό 2,3%.

Γράφημα 6.1.3: Βαθμός επιπέδου εκπαίδευσης



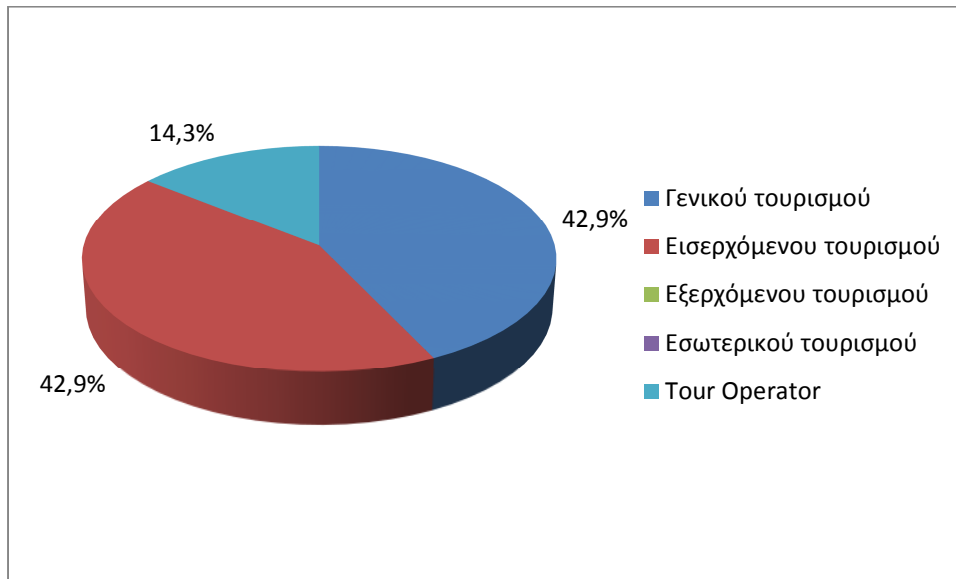
Πρωταρχικό ρόλο σε ποσοστά κατέχει η τριτοβάθμια εκπαίδευση με το 55,8% και ακολουθούν η δευτεροβάθμια με ποσοστό 30,2%, το μεταπτυχιακό/διδακτορικό με ποσοστό 11,6% και τελευταία η πρωτοβάθμια με ποσοστό 2,3%. Παρατηρούμε μεγάλη απόκλιση μεταξύ των επιπέδων εκπαίδευσης.

Γράφημα 6.1.4: Κατηγορία ξενοδοχείων δείγματος



Στο γράφημα αυτό παρατηρούμε, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχειακών κατηγοριών ανήκει με ποσοστό 41,7% στη κατηγορία των 3*, σειρά έχει με ποσοστό 27,8% η κατηγορία των 4*, ακολουθούν με ποσοστό 13,9% η κατηγορία των 5* και των 2* ταυτόχρονα και, τέλος, η κατηγορία του 1* με ποσοστό 2,8%.

Γράφημα 6.1.5: Ταξινόμηση τουριστικών γραφείων



Στο γράφημα αυτό παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει μεγάλη απόκλιση μεταξύ των τουριστικών γραφείων. Έχουμε, λοιπόν, τα γραφεία γενικού τουρισμού στην πρώτη θέση μαζί με τα γραφεία εισερχόμενου τουρισμού με ποσοστό 42,9% και τους tour operators με ποσοστό 14,3%.

Πίνακας 6.1.2: Αξιολόγηση σημαντικότητας προβλημάτων τουριστικού προϊόντος Κέρκυρας

	Έντονη Εποχικότητα	Έλλειψη υποδομών	Χαμηλή ποιότητα καταλυμάτων	Χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών	Προσέλκυση τουριστών χαμηλού εισοδήματος	Χαμηλές τιμές
Μ.Ο.	4,25	4,53	4,11	4,16	3,93	3,86
Φύλο						
Άνδρας	4,31	4,59	4,12	4,28	4,12	3,84
Γυναίκα	4,09	4,36	4,09	3,81	3,36	3,90
Ηλικία						
18-24	3,00	2,00	2,00	2,00	4,00	5,00
25-34	3,75	4,25	3,75	4,75	3,75	4,00
35-44	4,31	4,68	4,31	4,31	3,89	3,89
45-54	4,36	4,54	4,27	4,00	3,81	3,54

55+	4,37	4,62	3,87	4,00	4,25	4,00
Επίπεδο εκπαίδευσης						
Πρωτοβάθμια	3,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00
Δευτεροβάθμια	4,23	4,53	4,23	4,23	3,76	3,84
Τριτοβάθμια	4,25	4,50	4,00	4,12	4,08	3,87
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	4,60	4,60	4,20	4,00	3,60	3,80
Ξενοδοχεία						
5*****	4,40	5,00	5,00	4,80	4,40	3,80
4****	4,20	4,70	4,20	4,50	3,90	4,00
3***	4,26	4,33	3,93	4,06	3,86	4,00
2**	4,00	4,60	3,80	3,60	3,80	3,20
1*	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	4,00
Τουριστικά Γραφεία	4,28	4,28	3,85	4,00	4,00	3,85

	Σύστημα all- inclusive	Υψηλή εξάρτησ η από τους tour operator s	Χαμηλή πληρότητα των ξενοδοχειακώ ν καταλυμάτων	Ανεπαρκής εκπαίδευση του ανθρώπινο υ δυναμικού	Υψηλή χωρική συγκέντρωσ η	Έλλειψη τουριστικής παιδείας
Μ.Ο.	3,97	3,88	3,44	4,02	3,13	4,48
Φύλο						
Άνδρας	3,96	3,96	3,50	4,00	3,09	4,43
Γυναίκα	4,00	3,63	3,27	4,09	3,27	4,63
Ηλικία						
18-24	4,00	3,00	2,00	4,00	4,00	4,00
25-34	4,75	4,50	3,50	3,50	2,50	4,50
35-44	3,73	3,52	3,26	4,15	2,94	4,47

45-54	3,90	4,18	3,72	4,27	3,09	4,72
55+	4,25	4,12	3,62	3,62	3,87	4,25
Επίπεδο εκπαίδευσης						
Πρωτοβάθμια	4,00	3,00	4,00	5,00	1,00	5,00
Δευτεροβάθμια	4,53	4,07	3,76	3,76	3,07	4,23
Τριτοβάθμια	3,83	3,87	3,16	4,12	3,20	4,58
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	3,20	3,60	3,80	4,00	3,40	4,60
Ξενοδοχεία						
5*****	2,80	3,60	3,40	4,00	3,20	4,40
4****	4,20	4,00	3,40	4,80	3,10	5,00
3***	4,20	4,06	3,60	3,93	2,93	4,20
2**	4,60	4,60	3,20	3,80	3,40	4,00
1*	4,00	2,00	5,00	1,00	1,00	5,00
Τουριστικά Γραφεία	3,57	3,28	3,14	3,71	3,71	4,71

	Άναρχη τουριστική ή ανάπτυξη	Προσκόλληση στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού	Έλλειψη συνεργασίας φορέων	Υποβαθμισμένο περιβάλλον	Εμπορευματοποίηση τοπικής παράδοσης	Έντονος ανταγωνισμός από άλλες χώρες και περιοχές
Μ.Ο.	4,46	4,00	4,48	3,95	3,34	3,41
Φύλο						
Άνδρας	4,46	3,96	4,50	3,87	3,37	3,43
Γυναίκα	4,45	4,09	4,45	4,18	3,27	3,36
Ηλικία						
18-24	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00
25-34	4,50	3,25	3,00	2,25	3,25	4,00
35-44	4,36	4,10	4,89	4,05	3,31	3,36

45-54	4,81	4,09	4,72	4,09	3,27	3,18
55+	4,25	4,12	4,12	4,37	3,50	3,50
Επίπεδο εκπαίδευσης						
Πρωτοβάθμια	4,00	4,00	5,00	3,00	3,00	2,00
Δευτεροβάθμια	4,53	3,92	4,38	3,46	3,30	3,00
Τριτοβάθμια	4,41	4,00	4,41	4,20	3,41	4,00
Μεταπτυχιακό /Διδακτορικό	4,60	4,20	5,00	4,20	3,20	2,00
Ξενοδοχεία						
5*****	4,40	3,80	4,80	4,20	3,40	2,80
4*****	4,50	4,20	5,00	4,50	3,60	3,00
3***	4,46	4,06	4,26	3,46	3,20	4,06
2**	4,40	4,20	4,60	3,80	3,00	3,00
1*	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	1,00
Τουριστικά Γραφεία	4,42	3,71	4,00	4,28	3,57	3,71

Οι παραπάνω πίνακες δίνουν σημαντικές πληροφορίες ως προς τη σημαντικότητα των προβλημάτων που παρουσιάζει σήμερα το τουριστικό προϊόν της Κέρκυρας. Αυτό που πρέπει να αναφερθεί πρώτο ανεξάρτητα κατηγοριών είναι η έλλειψη υποδομών που χαρακτηρίζεται ως το σημαντικότερο πρόβλημα που παρουσιάζει σήμερα η Κέρκυρα ως τουριστικός προορισμός, και κατα μέσο όρο 4,53. Ακολουθούν η έλλειψη τουριστικής παιδείας και η έλλειψη συνεργασίας φορέων 4,48, η άναρχη τουριστική ανάπτυξη 4,46, η έντονη εποχικότητα 4,25, η χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών 4,16, η χαμηλή ποιότητα καταλυμάτων 4,11, η ανεπαρκής εκπαίδευση του ανθρώπινου προσωπικού 4,02, η προσκόλληση στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού 4,00, το σύστημα all-inclusive 3,97, το υποβαθμισμένο περιβάλλον 3,95, η προσέλκυση τουριστών χαμηλού εισοδήματος 3,93, η υψηλή εξάρτηση από τους tour operators 3,88, ο έντονος ανταγωνισμός από άλλες χώρες και περιοχές 3,41, η εμπορευματοποίηση της τοπικής παράδοσης 3,34, οι χαμηλές τιμές 3,86 και η υψηλή χωρική συγκέντρωση 3,13.

Στην κατηγορία ανδρών-γυναικών παρατηρείται, ότι η σημαντικότητα των προβλημάτων που παρουσιάζει το τουριστικό προϊόν κυμαίνονται από μέτρια σημαντικά έως και αρκετά σημαντικά.

Στην κατηγορία των ηλικιών η σημαντικότητα των προβλημάτων καταγράφονται από λίγο έως πολύ σημαντικά.

Εδώ παρατηρούμε οτι και παραπάνω. Στην κατηγορία του επιπέδου εκπαίδευσης η σημαντικότητα των προβλημάτων καταγράφονται, επίσης, από λίγο έως αρκετά σημαντικά.

Στην κατηγορία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ανεξάρτητα από την κατηγορία του ξενοδοχείου, η σημαντικότητα των προβλημάτων αναφέρεται από καθόλου σημαντική έως και πολύ σημαντική.

Και, τέλος, στην κατηγορία των τουριστικών γραφείων διακρίνουμε οτι η σημαντικότητα των προβλημάτων κυμαίνονται από μέτρια έως και αρκετά σημαντικά.

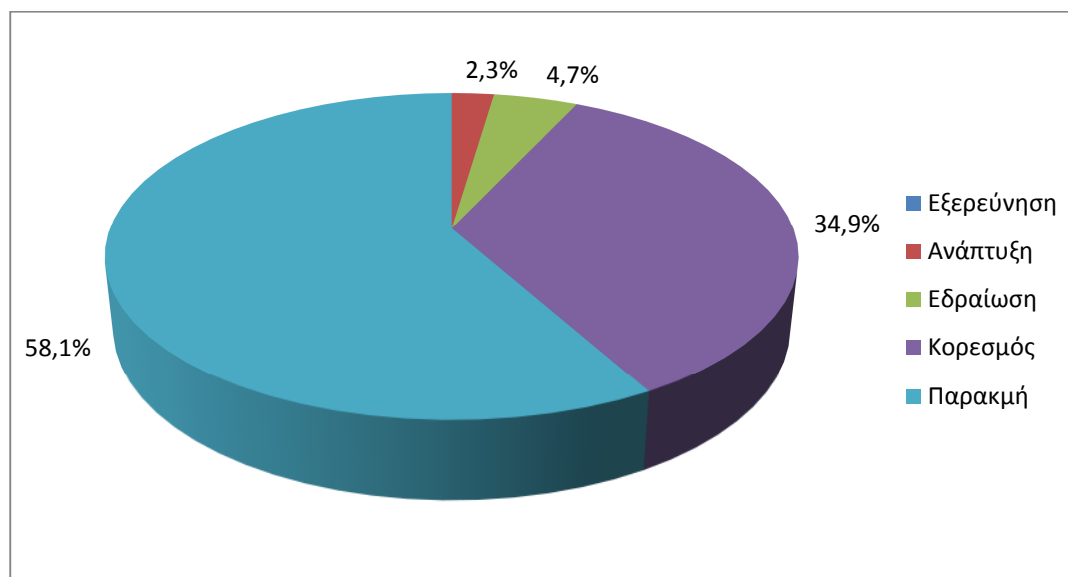
Πίνακας 6.1.3: Κύκλος ζωής της Κέρκυρας ως τουριστικού προορισμού

	Εξερεύνηση	Ανάπτυξη	Εδραίωση	Κορεσμός	Παρακμή
Φύλο					
Ανδρας	0	1	2	11	18
Γυναίκα	0	0	0	4	7
Ηλικία					
18-24	0	0	0	0	1
25-34	0	0	1	0	3
35-44	0	1	0	7	11
45-54	0	0	0	3	8
55+	0	0	1	5	2
Επίπεδο εκπαίδευσης					
Πρωτοβάθμια	0	0	0	0	1

Δευτεροβάθμια	0	1	1	3	8
Τριτοβάθμια	0	0	1	11	12
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	0	0	0	1	4
Ξενοδοχεία					
5*****	0	0	0	1	4
4****	0	0	0	6	4
3***	0	0	1	3	11
2**	0	1	0	1	3
1*	0	0	0	0	1
Τουριστικά Γραφεία	0	0	1	4	2
ΣΥΝΟΛΟ	0	1	2	15	25

Από τον παραπάνω πίνακα μας δίνονται οι πληροφορίες για τον κύκλο ζωής του τουριστικού προορισμού της Κέρκυρας. Ανεξαρτήτως κατηγορίας βλέπουμε ότι οι περισσότερες απαντήσεις έχουν δοθεί στο στάδιο της παρακμής ενώ το στάδιο της εξερεύνησης δεν μετρά καμία απολύτως απάντηση. Το διάγραμμα που ακολουθεί μας βοηθά να αναλύσουμε αυτά τα στοιχεία.

Γράφημα 6.1.6: Κύκλος ζωής της Κέρκυρας



Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι το στάδιο της παρακμής είναι αυτό στο οποίο βρίσκεται η Κέρκυρα όπως μας υποδεικνύει το γράφημα, με ποσοστό 58,1%. Ακολουθεί το

στάδιο του κορεσμού με ποσοστό 34,9%, της εδραίωσης με ποσοστό 4,7% και τέλος, της ανάπτυξης με ποσοστό 2,3%.

Πίνακας 6.1.4: Βαθμός ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα

	Πολιτιστικός τουρισμός	Θρησκευτικός τουρισμός	Αθλητικός τουρισμός	Θαλάσσιος τουρισμός	Φυσιολατρικός/ Οικοτουρισμός
Μ.Ο.	2,15	2,25	1,70	2,72	2,11
Φύλο					
Άνδρας	2,15	2,18	1,65	2,68	1,96
Γυναίκα	2,36	2,63	2,00	3,09	2,72
Ηλικία					
18-24	4,00	3,00	3,00	5,00	4,00
25-34	3,75	3,50	2,50	3,25	2,75
35-44	2,00	2,10	1,63	2,63	2,26
45-54	2,00	2,09	1,54	3,00	1,90
55+	2,00	2,37	1,75	2,37	1,75
Επίπεδο εκπαίδευσης					
Πρωτοβάθμια	1,00	2,00	2,00	4,00	2,00
Δευτεροβάθμια	2,69	2,53	2,15	2,76	2,46
Τριτοβάθμια	2,16	2,29	1,66	3,04	2,16
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	1,40	1,80	1,00	1,40	1,40
Ξενοδοχεία					
5*****	1,80	2,00	1,20	1,60	1,80
4*****	2,00	1,70	1,50	3,20	2,00
3****	2,53	2,93	2,06	3,26	2,46
2**	1,40	1,40	1,20	1,40	1,60
1*	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00
Τουριστικά	2,42	2,42	2,00	3,14	2,42

Γραφεία					
----------------	--	--	--	--	--

	Περιηγητικός τουρισμός	Αγροτουρισμός	Γαστρονομικός τουρισμός	Μαθητικός τουρισμός	Συνεδριακός τουρισμός
Μ.Ο.	2,31	1,90	1,93	2,65	2,27
Φύλο					
Ανδρας	2,18	1,90	1,81	2,65	2,31
Γυναίκα	2,90	2,09	2,45	2,90	2,36
Ηλικία					
18-24	5,00	4,00	3,00	3,00	2,00
25-34	2,50	2,50	2,25	2,25	3,00
35-44	2,15	1,73	1,84	2,89	2,26
45-54	2,54	2,27	2,00	2,81	2,36
55+	2,25	1,50	2,00	2,37	2,12
Επίπεδο εκπαίδευσης					
Πρωτοβάθμια	1,00	1,00	1,00	3,00	3,00
Δευτεροβάθμια	2,76	2,53	2,23	2,46	2,53
Τριτοβάθμια	2,50	1,85	2,00	2,79	2,29
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	1,00	1,20	1,40	3,00	1,80
Ξενοδοχεία					
5*****	1,00	1,40	1,60	2,40	2,20
4****	2,10	1,50	1,60	3,30	2,70
3***	2,73	2,20	2,26	2,66	2,60
2**	2,20	2,00	1,80	2,20	1,20
1*	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00
Τουριστικά Γραφεία	2,85	2,14	2,14	2,57	1,85

	Τουρισμός καζίνο	Κοινωνικός τουρισμός	Τουρισμός υγείας & ευεξίας	Τουρισμός περιπέτειας	Χειμερινός τουρισμός
--	---------------------	-------------------------	----------------------------------	--------------------------	-------------------------

Μ.Ο.	2,25	2,70	1,88	1,65	1,40
Φύλο					
Άνδρας	2,34	2,90	1,84	1,68	1,50
Γυναίκα	2,18	2,36	2,18	1,72	1,27
Ηλικία					
18-24	4,00	4,00	5,00	4,00	3,00
25-34	3,25	2,75	2,00	1,75	1,00
35-44	2,05	2,57	2,00	1,47	1,36
45-54	2,36	3,27	1,81	2,09	1,81
55+	2,12	2,37	1,50	1,37	1,12
Επίπεδο εκπαίδευσης					
Πρωτοβάθμια	2,00	4,00	3,00	1,00	1,00
Δευτεροβάθμια	2,46	2,84	1,76	1,76	1,46
Τριτοβάθμια	2,33	2,75	2,00	1,79	1,54
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	1,80	2,40	1,80	1,20	1,00
Ξενοδοχεία					
5*****	2,20	2,60	2,00	1,40	1,00
4****	2,10	2,90	2,10	1,70	1,40
3***	2,60	2,86	1,80	1,80	1,33
2**	1,60	2,80	1,40	1,40	1,20
1*	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00
Τουριστικά Γραφεία	2,14	2,14	2,00	1,57	1,85

Οι παραπάνω πίνακες δίνουν σημαντικές πληροφορίες για τον βαθμό ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νομό της Κέρκυρας. Ανεξάρτητως κατηγοριών, με βάση τον μέσο όρο των ερωτηθέντων, προκύπτει ότι ο βαθμός ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα κυμαίνεται από καθόλου έως λίγο ανεπτυγμένες. Από τα παραπάνω προκύπτουν κατά βαθμό ανάπτυξης, ο θαλάσσιος τουρισμός 2,72, ο κοινωνικός τουρισμός 2,70, ο μαθητικός τουρισμός 2,65, ο περιηγητικός τουρισμός 2,31, ο συνεδριακός τουρισμός 2,27, ο θρησκευτικός τουρισμός 2,25, ο τουρισμός καζίνο 2,25, ο πολιτιστικός τουρισμός 2,15, ο φυσιολατρικός /οικοτουρισμός 2,11, ο γαστρονομικός τουρισμός 1,93, ο

αγροτουρισμός 1,90, ο τουρισμός υγείας & ευεξίας 1,88, ο αθλητικός τουρισμός 1,70, ο τουρισμός περιπέτειας 1,65 και τέλος, ο χειμερινός τουρισμός 1,40.

Στην κατηγορία ανδρών-γυναικών παρατηρείται ότι ο βαθμός ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού κυμαίνεται από καθόλου έως λίγο ανεπτυγμένες.

Στην κατηγορία των ηλικιών παρατηρείται ότι ο βαθμός ανάπτυξης των μορφών αυτών κυμαίνεται από καθόλου έως και πολύ ανεπτυγμένες.

Στην κατηγορία του επιπέδου εκπαίδευσης ο βαθμός ανάπτυξης χαρακτηρίζεται από καθόλου έως πολύ ανεπτυγμένες, όπως δείχνουν οι παραπάνω πίνακες.

Στην κατηγορία των ξενοδοχείων, επίσης, ο βαθμός ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα, δηλαδή, από καθόλου έως και πολύ ανεπτυγμένες.

Και τέλος, η κατηγορία των τουριστικών γραφείων θεωρεί πως η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα, είναι καθόλου έως μέτρια ανεπτυγμένη.

Πίνακας 6.1.5: Αξιολόγηση πλεονεκτημάτων που προσφέρουν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κέρκυρα

	Αύξηση ανταγωνιστικότητας	Ποιοτική αναβάθμιση τουριστικού προϊόντος	Ορθολογικότερη χωρική τουριστική ανάπτυξη	Προσέλκυση πελατών υψηλής οικονομικής στάθμης
Μ.Ο.	4.04	4.15	3.75	3.86
Φύλο				
Άνδρας	4,25	4,37	3,96	4,03
Γυναίκα	3,81	3,90	3,45	3,72
Ηλικία				
18-24	4,00	3,00	2,00	4,00
25-34	4,00	4,25	3,75	4,00

35-44	4,31	4,15	3,68	3,84
45-54	4,00	4,63	4,36	4,09
55+	4,00	4,12	3,75	4,00
Επίπεδο εκπαίδευσης				
Δευτεροβάθμια	4,30	4,30	4,15	3,76
Τριτοβάθμια	3,91	4,20	3,58	3,87
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	4,60	4,40	4,20	4,80
Ξενοδοχεία				
5*****	4,40	4,60	3,80	4,80
4****	4,40	4,60	4,00	4,10
3***	4,00	3,93	4,30	4,30
2**	4,00	4,60	4,40	3,60
1*	5,00	5,00	5,00	4,00
Τουριστικά Γραφεία	3,58	3,58	3,28	3,58

	Διείσδυση σε νέες αγορές	Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	Αναβίωση εθίμων/παράδοσης	Συγκράτηση του πληθυσμού στο νησί
Μ.Ο.	4,00	4,31	4,00	3,93
Φύλο				
Ανδρας	4,21	4,50	4,03	4,09
Γυναίκα	3,72	4,18	4,27	3,81
Ηλικία				
18-24	4,00	3,00	5,00	3,00
25-34	4,00	4,50	3,75	4,75
35-44	3,73	4,31	4,26	3,94
45-54	4,54	4,81	3,90	4,00
55+	4,37	4,25	4,00	4,00
Επίπεδο εκπαίδευσης				
Πρωτοβάθμια	5,00	4,00	4,00	3,00

Δευτεροβάθμια	4,07	4,07	4,07	4,30
Τριτοβάθμια	4,08	4,50	4,16	3,87
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	4,00	5,00	3,80	4,20
Ξενοδοχεία				
5*****	4,60	4,60	3,60	4,20
4****	4,50	4,90	4,30	3,80
3***	4,06	4,33	4,06	4,33
2**	2,60	4,80	4,60	4,20
1*	4,00	3,00	3,00	3,00
Τουριστικά Γραφεία	4,28	3,71	4,00	3,57

	Αειφορία/Βιωσιμότητα	Προστασία φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος	Οικονομική ενίσχυση τοπικών κοινωνιών
Μ.Ο.	4,04	4,36	4,04
Φύλο			
Άνδρας	4,34	4,43	4,06
Γυναίκα	3,54	3,54	4,36
Ηλικία			
18-24	2,00	4,00	5,00
25-34	4,75	4,00	4,75
35-44	4,05	4,42	3,94
45-54	4,27	4,72	4,18
55+	4,12	4,50	4,12
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	3,00	5,00	3,00
Δευτεροβάθμια	4,46	4,46	4,30
Τριτοβάθμια	4,00	4,41	3,95
Μεταπτυχιακό	4,20	4,20	4,80

/Διδακτορικό			
Ξενοδοχεία			
5*****	4,60	4,20	4,60
4****	4,20	4,90	4,30
3***	4,13	4,20	4,13
2**	4,40	4,40	4,40
1*	4,00	5,00	2,00
Τουριστικά Γραφεία	3,57	3,57	3,71

Ο ανωτέρω πίνακας μας δείχνει τη σημαντικότητα των πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει στον τουρισμό της Κέρκυρας η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ανεξαρτητως κατηγορίας, αξίζει να σημειωθεί ο μέσος όρος των ερωτηθέντων που θεωρούν ότι το σημαντικότερο πλεονέκτημα είναι η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος 4,36 και ακολουθούν η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου 4,31, η ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος 4,15, η αειφορία/βιωσιμότητα 4,04, η οικονομική ενίσχυση τοπικών κοινωνιών 4,04, η διείσδυση σε νέες αγορές 4,00, η αναβίωση εθίμων/παράδοσης 4,00, η συγκράτηση πληθυσμού στο νησί 3,93, η προσλέκυση πελατών υψηλής οικονομικής στάθμης 3,86, και η ορθολογική χωρική τουριστική ανάπτυξη 3,75.

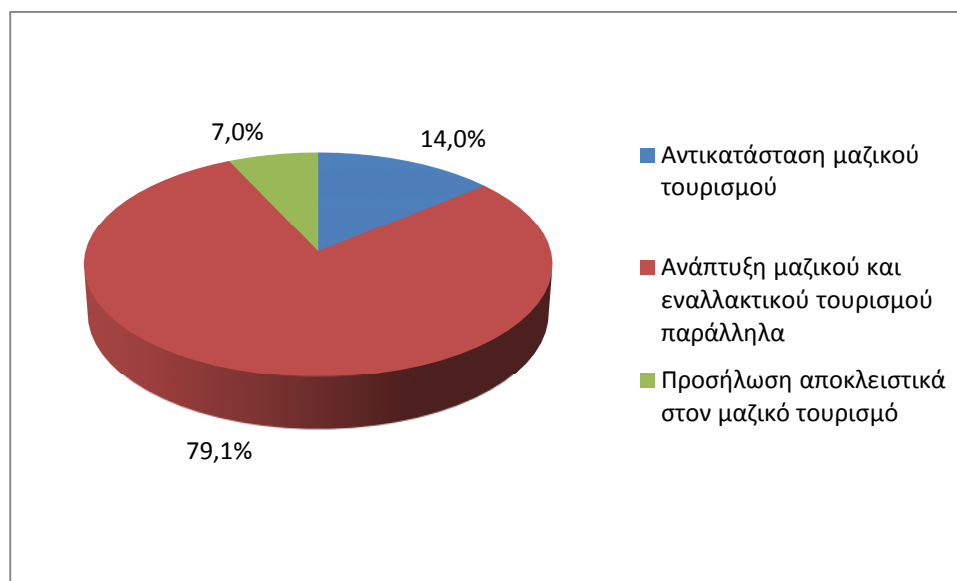
Η κατηγορία ανδρών – γυναικών θεωρεί ότι τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα στην κλίμακα της σημαντικότητας κρίνονται από μέτρια έως αρκετά σημαντικά. Στην κατηγορία των ηλικιών παρατηρούμε ότι η σημαντικότητα των πλεονεκτημάτων κρίνεται από λίγο έως πολύ. Η κατηγορία του επιπέδου εκπαίδευσης θεωρεί ότι η σημαντικότητα των πλεονεκτημάτων αυτών χαρακτηρίζεται από μέτρια έως και πολύ. Στην κατηγορία των ξενοδοχείων, ισχύει ότι και παραπάνω, στην κατηγορία του επιπέδου εκπαίδευσης, δηλαδή η σημαντικότητα κρίνεται από λίγο έως πολύ. Και τέλος, στην κατηγορία των τουριστικών γραφείων παρατηρούμε ότι η σημαντικότητα κυμαίνεται από μέτρια έως αρκετά.

**Πίνακας 6.1.6: Τρόποι εφαρμογής εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην
Κέρκυρα**

	Αντικατάσταση μαζικού τουρισμού	Ανάπτυξη μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού παράλληλα	Προσήλωση αποκλειστικά στον μαζικό τουρισμό
Φύλο			
Ανδρας	5	25	2
Γυναίκα	1	9	1
Ηλικία			
18-24	0	1	0
25-34	0	4	0
35-44	4	14	1
45-54	1	7	2
55+	1	7	0
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	0	1	0
Δευτεροβάθμια	0	11	2
Τριτοβάθμια	4	19	1
Μεταπτυχιακό /Διδακτορικό	2	3	0
Ξενοδοχεία			
5*****	1	4	0
4****	2	8	0
3***	2	13	0
2**	0	4	1
1*	0	0	1
Τουριστικά Γραφεία	1	5	1
ΣΥΝΟΛΟ	6	34	3

Ο παραπάνω πίνακας μας δείχνει πως μπορούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κέρκυρα να αναπτυχθούν, είτε παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό, είτε με προσύλωση αποκλειστικά στον μαζικό τουρισμό, είτε με αντικατάσταση του μαζικού τουρισμού. Το παρακάτω γράφημα μας βοηθά να αναλύσουμε τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα.

Γράφημα 6.1.7: Τρόποι εφαρμογής εναλλακτικών μορφών τουρισμού



Από το γράφημα παρατηρούμε ότι το 79,1% του ποσοστού των ερωτηθέντων απάντησε ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θα πρέπει να αναπτυχθούν παράλληλα με το μαζικό τουρισμό, το ποσοστό των 14,0% απάντησε ότι θα πρέπει να αντικαταστήσουν το κυρίαρχο προϊόν του μαζικού τουρισμού και το 7,0% απάντησε ότι θα πρέπει να συνεχιστεί η προσήλωση αποκλειστικά στο μαζικό τουρισμό.

Πίνακας 6.1.7: Υποδομές βελτίωσης για περαιτέρω ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί

	Καταλύματα	Οδικό δίκτυο	Λιμάνι
Φύλο			
Ανδρας	29	30	14
Γυναίκα	8	11	3
Ηλικία			

18-24	0	1	0
25-34	4	4	2
35-44	17	17	5
45-54	9	11	8
55+	7	8	2
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	1	1	0
Δευτεροβάθμια	11	12	8
Τριτοβάθμια	21	23	8
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	4	5	1
Ξενοδοχεία			
5*****	5	5	2
4****	9	10	4
3***	14	15	7
2**	3	4	2
1*	1	1	1
Τουριστικά Γραφεία	5	6	1
ΣΥΝΟΛΟ			

	Δίκτυο υδροδότησης	Εστιατόρια	Αεροδρόμιο
Φύλο			
Ανδρας	17	21	24
Γυναίκα	4	1	6
Ηλικία			
18-24	0	0	0
25-34	3	3	4
35-44	11	10	14
45-54	6	5	7
55+	1	4	5
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	1	0	0

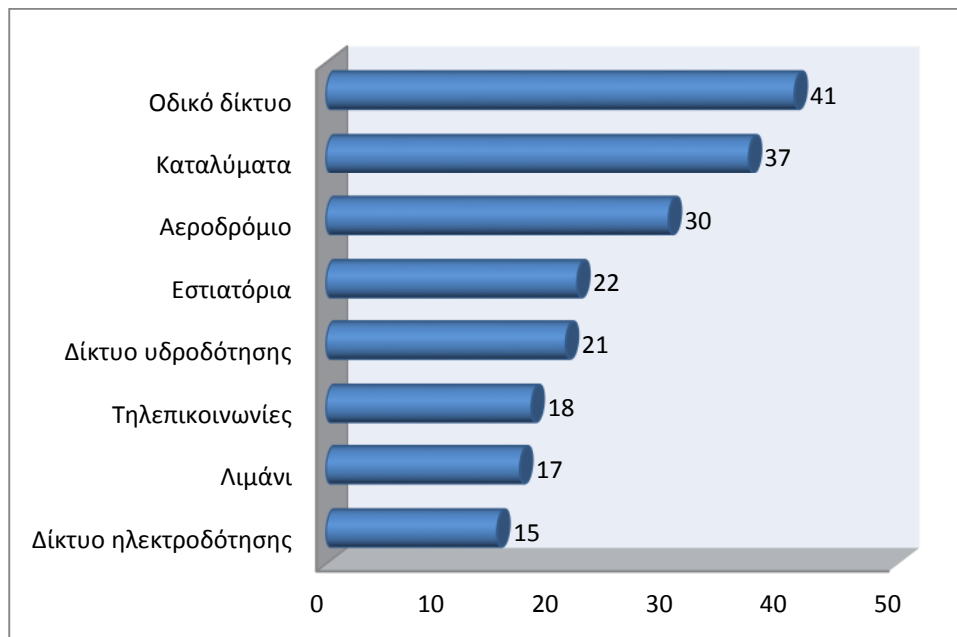
Δευτεροβάθμια	7	7	11
Τριτοβάθμια	11	13	15
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	2	2	4
Ξενοδοχεία			
5*****	3	4	4
4****	4	5	7
3***	8	8	13
2**	3	2	3
1*	1	1	1
Τουριστικά Γραφεία	2	2	2
ΣΥΝΟΛΟ			

	Τηλεπικοινωνίες	Δίκτυο ηλεκτροδότησης
Φύλο		
Άνδρας	14	10
Γυναίκα	4	5
Ηλικία		
18-24	0	1
25-34	2	2
35-44	10	7
45-54	3	4
55+	3	1
Επίπεδο εκπαίδευσης		
Πρωτοβάθμια	0	1
Δευτεροβάθμια	5	6
Τριτοβάθμια	9	8
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	4	0
Ξενοδοχεία		
5*****	4	1
4****	3	4
3***	5	5
2**	2	2

1*	0	0
Τουριστικά Γραφεία	4	3
ΣΥΝΟΛΟ		

Ο παραπάνω πίνακας μας δείχνει αναλυτικά τις υποδομές που πρέπει να βελτιωθούν ώστε να αναπτυχθούν περαιτέρω οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού . Το παρακάτω γράφημα μας βοηθά να κατανοήσουμε τα στοιχεία αυτά.

Γράφημα 6.1.8: Υποδομές βελτίωσης



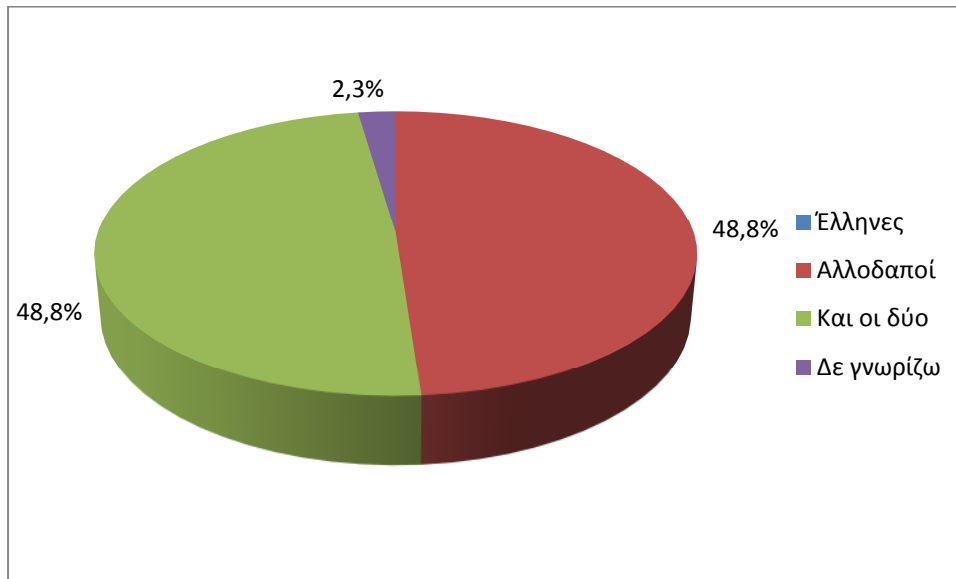
Το οδικό δίκτυο είναι αυτό που κατέχει την πρώτη θέση με 41 απαντήσεις, και θεωρείται η κύρια υποδομή που πρέπει να αναπτυχθεί στο νησί. Ακολουθούν τα καταλύματα με 37 απαντήσεις και το αεροδρόμιο με 30 απαντήσεις. Οι υποδομές αυτές θεωρούνται από τις κυριότερες που θα πρέπει να έχει αναπτύξει ένας τουριστικός προορισμός για τη σωστή ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Έχουμε, επίσης, τα εστιατόρια με 22 απαντήσεις, το δίκτυο υδροδότησης με 21 απαντήσεις, τις τηλεπικοινωνίες με 18 απαντήσεις, το λιμάνι με 17 απαντήσεις και τέλος, το δίκτυο ηλεκτροδότησης με 15 απαντήσεις.

Πίνακας 6.1.8: Πελάτες εναλλακτικών μορφών τουρισμού

	Έλληνες	Αλλοδαποί	Και οι δύο	Δε γνωρίζω
Φύλο				
Ανδρας	0	14	17	1
Γυναίκα	0	7	4	0
Ηλικία				
18-24	0	0	1	0
25-34	0	1	3	0
35-44	0	13	6	0
45-54	0	3	8	0
55+	0	4	3	1
Επίπεδο εκπαίδευσης				
Πρωτοβάθμια	0	0	1	0
Δευτεροβάθμια	0	4	9	0
Τριτοβάθμια	0	16	7	1
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	0	1	4	0
Ξενοδοχεία				
5*****	0	1	4	0
4****	0	6	4	0
3***	0	6	8	1
2**	0	3	2	0
1*	0	0	1	0
Τουριστικά Γραφεία	0	5	2	0
ΣΥΝΟΛΟ	0	21	21	1

Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει τους κύριους πελάτες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αξίζει να σημειωθεί το μηδενικό ποσοστό που κατέχουν οι Έλληνες ως πελάτες των μορφών αυτών. Το παρακάτω γράφημα μας δίνει μια πιο σαφή εικόνα για τους κύριους πελάτες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί.

Γράφημα 6.1.9: Κύριοι πελάτες εναλλακτικών μορφών τουρισμού



Από το γράφημα, λοιπόν, προκύπτει ότι οι κύριοι πελάτες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που κατέχουν το ποσοστό του 48,8% είναι οι αλλοδαποί μαζί με τους Έλληνες. Το ποσοστό του 2,3% απάντησε ότι δεν το γνωρίζει.

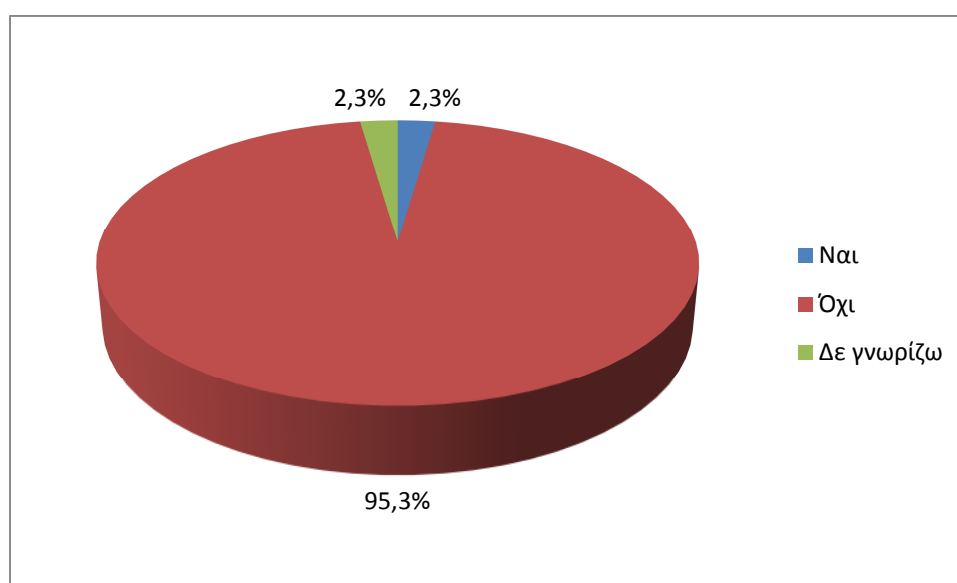
Πίνακας 6.1.9: Απαντήσεις ικανοποιητικής προβολής εναλλακτικών μορφών τουρισμού

	Ναι	Όχι	Δε γνωρίζω
Φύλο			
Ανδρας	1	30	1
Γυναίκα	0	11	0
Ηλικία			
18-24	0	1	0
25-34	0	4	0
35-44	1	17	1
45-54	0	11	0
55+	0	8	0
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	0	1	0
Δευτεροβάθμια	0	13	0
Τριτοβάθμια	1	22	1
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	0	5	0

Ξενοδοχεία			
5*****	1	4	0
4****	0	10	0
3***	0	15	0
2**	0	5	0
1*	0	1	0
Τουριστικά Γραφεία	0	6	1
ΣΥΝΟΛΟ	1	41	1

Στον πίνακα 9 παρουσιάζονται οι απαντήσεις που δόθηκαν από τους ερωτώμενους για το αν διαφημίζονται/προβάλλονται ικανοποιητικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα. Τις περισσότερες απαντήσεις τις συγκεντρώνει η αρνητική απάντηση. Το γράφημα που ακολουθεί θα μας βοηθήσει να αναλύσουμε τα στοιχεία.

Γράφημα 6.1.10: Απαντήσεις ικανοποιητική προβολή εναλλακτικών μορφών



Στο παραπάνω γράφημα διαφαίνονται οι απαντήσεις ικανοποίησης από την προβολή/διαφήμιση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Οπως βλέπουμε στο γράφημα το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχει η αρνητική απάντηση η οποία συγκεντρώνει το ποσοστό του 95,3% και ακολουθούν με ισόποσα ποσοστά η θετική απάντηση με ποσοστό 2,3% και η απάντηση “δε γνωρίζω” με ποσοστό, επίσης, 2,3%.

**Πίνακας 6.1.10: Μέσα διαφήμισης/προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού
στην Κέρκυρα**

	Διαδίκτυο	Τουριστικοί οδηγοί	Τηλεόραση
Φύλο			
Ανδρας	26	16	3
Γυναίκα	10	9	0
Ηλικία			
18-24	1	1	0
25-34	2	3	0
35-44	17	9	0
45-54	10	8	2
55+	6	4	1
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	1	1	0
Δευτεροβάθμια	8	9	0
Τριτοβάθμια	23	12	3
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	4	3	0
Ξενοδοχεία			
5*****	3	3	0
4****	9	5	1
3***	13	9	1
2**	5	3	1
1*	0	1	0
Τουριστικά Γραφεία	6	4	0
ΣΥΝΟΛΟ	36	25	3

	Εκθέσεις τουρισμού	Έντυπος τύπος	Φυλλάδια
Φύλο			
Ανδρας	16	6	12
Γυναίκα	5	2	3
Ηλικία			

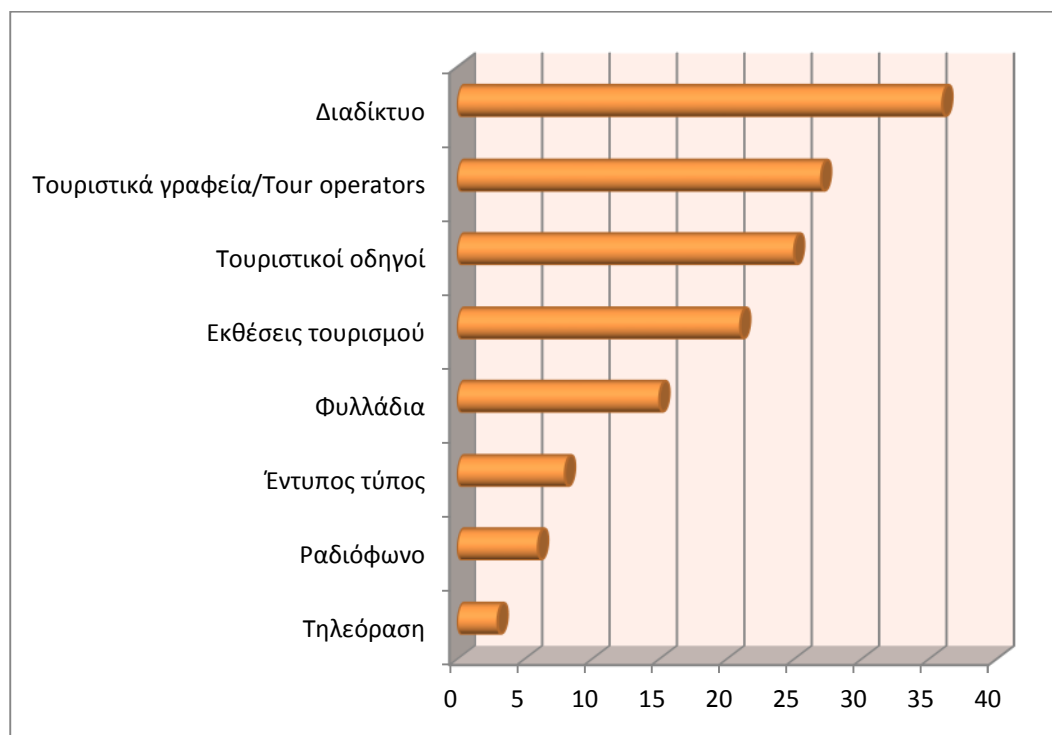
18-24	0	0	0
25-34	2	1	1
35-44	7	2	7
45-54	6	3	4
55+	6	2	3
Επίπεδο εκπαίδευσης			
Πρωτοβάθμια	0	0	0
Δευτεροβάθμια	9	4	6
Τριτοβάθμια	11	4	9
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	1	0	0
Ξενοδοχεία			
5*****	3	0	1
4****	4	1	5
3***	8	4	4
2**	2	1	2
1*	1	0	0
Τουριστικά Γραφεία	3	2	3
ΣΥΝΟΛΟ	21	8	15

	Ραδιόφωνο	Τουριστικά γραφεία/Tour operators
Φύλο		
Άνδρας	2	19
Γυναίκα	4	8
Ηλικία		
18-24	1	0
25-34	0	4
35-44	1	11
45-54	2	6
55+	2	6
Επίπεδο εκπαίδευσης		
Πρωτοβάθμια	0	0

Δευτεροβάθμια	2	9
Τριτοβάθμια	4	13
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	0	5
Ξενοδοχεία		
5*****	0	4
4****	0	5
3***	2	10
2**	1	2
1*	0	1
Τουριστικά Γραφεία	3	5
ΣΥΝΟΛΟ	6	27

Από τον παραπάνω πίνακα μας δίνονται στοιχεία για τα μέσα τα οποία γίνεται η διαφήμιση/προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στο νησί της Κέρκυρας. Το γράφημα που ακολουθεί μας βοηθά στην κατανόηση των στοιχείων αυτών.

6.1.11: Μέσα διαφήμισης/προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Κέρκυρα



Όπως φαίνεται, λοιπόν, και από το παραπάνω γράφημα το μέσο που κατέχει την πρώτη θέση στη διαφήμιση/προώθηση των εναλλακτικών μορφών στην Κέρκυρα είναι το διαδίκτυο, όπου και συμπληρώνει τις περισσότερες θετικές απαντήσεις, 36 στον αριθμό και ακολουθούν τα τουριστικά γραφεία/tour operators με 27 θετικές απαντήσεις, οι τουριστικοί οδηγοί με 25 απαντήσεις, οι εκθέσεις τουρισμού με 21 απαντήσεις, τα φυλλάδια με 15 απαντήσεις, ο έντυπος τύπος με 8 απαντήσεις. Τις τελευταίες θέσεις καταλαμβάνουν το ραδιόφωνο με μόλις 5 απαντήσεις και η τηλεόραση με ακόμη λιγότερες, μόλις 3 απαντήσεις.

6.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Μέσα από την πτυχιακή αυτή εργασία προκύπτει ότι ένα μεγάλο κομμάτι της οικονομίας του νομού της Κέρκυρας στηρίζεται στον τουρισμό. Σήμερα, όλοι ανεξαιρέτως αναγνωρίζουν ότι από τη στιγμή της εμφάνισης της τουριστικής δραστηριότητας στον ελλαδικό χώρο, σε ελάχιστα σημεία ο τουρισμός αναπτύχθηκε στη βάση ενός στοιχειώδους στρατηγικού σχεδιασμού. Για δεκαετίες ολόκληρες κυριαρχούσε μια γενικευμένη αντίληψη τόσο από την πλευρά της πολιτείας όσο και από ένα μεγάλο μέρος των εμπλεκόμενων φορέων ότι η ενίσχυση του τουρισμού με δημόσια φροντίδα είναι κατά κάποιο τρόπο περιττή, αφού οι μεν πόροι είναι ανεξάντλητοι και η τουριστική οικονομία αυτοτροφοδοτούμενη. Τις συνέπειες αυτής της αντίληψης τις βιώνει σε μεγάλο βαθμό η Κέρκυρα ως τουριστικός προορισμός. Η τουριστική δραστηριότητα έχει οδηγήσει αρκετές περιοχές στην υπέρβαση της αντοχής του συστήματος με δυσμενείς επιπτώσεις τόσο για το φυσικό όσο και για το ανθρωπογενές περιβάλλον.

Το γεγονός ότι η Κέρκυρα κατορθώνει να επιβιώνει ακόμη ως διεθνής τουριστικός προορισμός δείχνει ότι ο συνδυασμός των στοιχείων που επιλεγούν να τον διαμορφώσουν (το κλίμα, το μήκος των ακτών, η πολιτιστική κληρονομιά, το φυσικό κάλλος) συνθέτουν και το συγκριτικό πλεονέκτημα του έναντι άλλων μεσογειακών προορισμών. Στη Μεσόγειο όπου προσέρχονται περίπου 220 εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο, ο μαζικός τουρισμός συνδέεται με ορισμένα πάγια χαρακτηριστικά. Στηριζόμενος στην προβολή των περίφημων 3S (sea, sun, sand), ο τουρισμός αναπτύσσεται κυρίως στις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές με προτίμηση τους καλοκαιρινούς μήνες. Η Κέρκυρα δεν αποτελεί εξαίρεση. Με βάση την έρευνα που

πραγματοποίησε η Επιστημονική Εταιρία Τουρισμού Κέρκυρας το 2007, το δίπολο «ήλιος-θάλασσα» αξιολογείται από τους επισκέπτες ως ο πλέον σημαντικός παράγοντας για τη επιλογή της Κέρκυρας ως τουριστικού προορισμού.

Η Ελλάδα και ιδιαίτερα η Κέρκυρα διαθέτει πολλά χαρακτηριστικά, όπως π.χ. φυσική ομορφιά, πολιτιστικό ενδιαφέρον, ιστορικά αξιοθέατα. Το τουριστικό προϊόν της όμως αντιμετωπίζει μεγάλα πρόβλήματα λόγω της έλλειψης υποδομών οι οποίες κρίνονται «μέτριες» και «κακιές» στην πλειοψηφία τους, οι ελλείψεις στην τουριστική παιδεία, η έλλειψη συνεργασίας φορέων, η έντονη εποχικότητα και η ανεπαρκής εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού. Αυτά είναι προβλήματα σημαντικά που θα πρέπει να επιλυθούν άμεσα οι τουριστικές επιχειρήσεις μαζί με τους τοπικούς φορείς, οι οποίοι μέσω συζήτησης θα πρέπει να καταλήξουν σε μια λύση που να ευνοεί τους ίδιους μα κυρίως την τοπική οικονομία του νησιού. Η συνεργασία, η οργάνωση και οι συντονισμένες κινήσεις των φορέων μπορούν να αποδώσουν αποτελέσματα.

Η Κέρκυρα βρίσκεται πλέον στη φάση της παρακμής του κύκλου ζωής της σαν τουριστικός προορισμός, πράγμα που σημαίνει ότι δεν είναι πλέον πρώτη στις προτιμήσεις των τουριστών. Αυτό μπορεί να αλλάξει για την Κέρκυρα αν ανάπτυξει ένα διαφορετικό μοντέλο τουρισμού, αν ξεφύγει πλέον από το μοτίβο του μαζικού τουρισμού.

Η Κέρκυρα περιορίζεται στον παραθεριστικό τύπο τουρισμού, όμως διαθέτει σε σημαντικό βαθμό τους αναγκαίους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους ώστε να διαφοροποιήσει και να εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Συγκεκριμένα μορφές τουρισμού όπως θαλάσσιος, κοινωνικός, μαθητικός, περιηγητικός είναι κατά μεγάλο βαθμό διαδεδομένες σε όλο το νησί. Ειδικότερα ο πολιτιστικός και ο θρησκευτικός τουρισμός είναι δυο εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορούν να εφαρμοστούν στην Κέρκυρα χωρίς να χρειάζονται ιδιαίτερες βελτιώσεις αφού έχουν φρόντισει και οι φορείς και οι κάτοικοι του νησιού να είναι σε καλό σημείο ανάπτυξης. Φυσικά μία καλή διαφήμιση που θα αναδείκνυε τις παραδόσεις όπως και τις εκκλησίες και τα μοναστήρια θα έφερνε ακόμη περισσότερους τουρίστες όχι μόνο από την Ελλάδα αλλά και από το εξωτερικό.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που μπορεί να προσφέρει στον τουρισμό της Κέρκυρας η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο η προστασία του περιβάλλοντος και ακολουθούν με σειρά σημαντικότητας η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, άλλωστε οι τουρίστες πέρα από το κλασικό πακέτο «ήλιο-θάλασσα» ενδιαφέρονται για ένα φυσικό και ήσυχο περιβάλλον, για γνωριμία με τους ντόπιους, τον πολιτισμό και την παράδοση. Βελτιώσεις και μέτρα θα πρέπει να παρθούν ώστε η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού να είναι πιο ανταγωνιστική. Η κατασκευή γηπέδων αθλητικής υποδομής με διεθνή πρότυπα μπορεί να εξασφαλίσει τουρισμό σε περίοδο μη τουριστικής αιχμής, όπως το να γίνονται προετοιμασίες ομάδων κατά την διάρκεια του χειμώνα αφού το κλίμα μας ευνοεί τους αθλητές. Ο οικοτουρισμός, όπως και ο συνεδριακός τουρισμός είναι σε ένα αρχικό στάδιο, όμως και οι δύο αυτές μορφές έχουν περιθώρια μεγάλης ανάπτυξης.

Οι επιχειρήσεις του νησιού και οι τοπικοί φορείς θεωρούν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θα πρέπει να αναπτυχθεί παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό. Επιδιωκόμενος στόχος, λοιπόν, είναι η μίξη του μαζικού τουρισμού με νέες μορφές τουρισμού. Θα ήταν ακραία περίπτωση η ανατροπή του προτύπου «μαζικός τουρισμός» και η ολική αντικατάσταση του από νέες μορφές τουρισμού, παρόλο που οι αρνητικές επιδράσεις απ' αυτήν την μονοδιάστατη ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού αποδείχτηκε από τις πιο κακιές, ακατάλληλες και καταστροφικές επιλογές. Οι εναλλακτικές μορφές θα φέρουν την Κέρκυρα ξανά ανάμεσα στις πρώτες προτιμήσεις των τουριστών οι οποίοι έχουν οικονομική επιφάνεια, και το νησί θα φθάσει πάλι στην κορυφή των περιζήτητων τουριστικών προορισμών.

Για να επιτραπεί περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών θα πρέπει να βελτιωθούν οι υποδομές του νησιού οι οποίες είναι κατά βαθμό σημαντικότητας, το οδικό δίκτυο, τα καταλύματα και το αεροδρόμιο. Δυστυχώς η Κέρκυρα αν και τόσα χρόνια βασίζεται στον τουρισμό έχει καθησυχαστεί στις υπάρχουσες πολλών χρόνων υποδομές. Χρειάζεται μεγάλη βελτίωση, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός του οδικού δικτύου, του λιμανιού, και του αεροδρομίου. Αναβάθμιση των μέσων μεταφοράς σε όλα τα επίπεδα λεωφορεία αστικά και υπεραστικά, ταξί, πλοία, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα και μηχανές. Παρουσιάζονται μεγάλες ελλείψεις ανάπτυξης σε υποδομές,

σε τηλεπικοινωνίες, στην ύδρευση, στο αποχετευτικό δίκτυο. Όλα αυτά θέλουν εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση. Οι τοπικοί φορείς και οι τοπικοί επιχειρηματίες είναι πράγματα που τα έχουν πλέον ξεχάσει διότι πορεύονται με το πρότυπο ακόμη του μαζικού τουρισμού.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις θεωρούν πως δεν υπάρχει διαχωρισμός για τους κύριους πελάτες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, είναι και Έλληνες και αλλοδαποί. Η διαφήμιση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα γίνεται κυρίως με τουριστικούς οδηγούς, το διαδίκτυο και τα τουριστικά γραφεία. Ραδιόφωνο, τηλεόραση και έντυπος τύπος δεν είναι από τα μέσα ενημέρωσης που βοηθούν τόσο στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ιδιαίτερα το ραδιόφωνο και η τηλεόραση είναι από τα μέσα που καταλαμβάνουν τις τελευταίες θέσεις στη διαφήμιση και προώθηση των εναλλακτικών μορφών που αναπτύσσονται στο νησί των Φαιάκων. Η προβολή αυτή δεν θεωρείται ικανοποιητική από τους ξενοδόχους και τα τουριστικά γραφεία. Θα έπρεπε η διαφήμιση στο διαδίκτυο να στηριχθεί πολύ περισσότερο εφόσον είναι ένα μέσο μαζικής ενημέρωσης το οποίο δίνει τη δυνατότητα στον άνθρωπο να έχει άμεση πρόσβαση στην πληροφορία και την ενημέρωση. Είναι ένα νέο μέσο για την άμεση και γρήγορη διάδοση της πληροφορίας σε αυτούς που έχουν πρόσβαση σε αυτό. Ο όγκος της πληροφορίας που συγκεντρώνεται στο διαδίκτυο είναι τεράστιος, η πολύπλοκη φύση της πληροφορίας και ο όγκος της ενισχύεται από το γεγονός ότι η τουριστική βιομηχανία είναι από της πλέον διεθνοποιημένες αγορές. Οι τουρίστες μέσω του διαδικτύου μπορούν εύκολα και γρήγορα να πάρουν πληροφορίες, αφού στο εξωτερικό είναι πολύ ανεπτυγμένο και εγκατεστημένο σε κάθε σπίτι.

Ο on-line τουρισμός έχει αρκετά πλεονεκτήματα, σε σύγκριση με το παραδοσιακό τουριστικό σύστημα. Αποτελεί μια δραστηριότητα πραγματικού χρόνου και προσφέρει άμεση δυνατότητα ανανέωσης της πληροφορίας. Επιπλέον, οι on-line συναλλαγές πραγματοποιούνται χωρίς την ανάγκη για ξεχωριστό φυσικό χώρο συνάντησης και το κόστος είναι χαμηλότερο από αυτό των απευθείας συναλλαγών. Ο ηλεκτρονικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα σημαντικός για μία χώρα που επιθυμεί να προωθήσει τις τουριστικές περιοχές της ανά τον κόσμο μια και ο χρήστης του διαδικτύου μπορεί να ενημερωθεί από όποιο μέρος και αν βρίσκεται για τις υπηρεσίες

που τον ενδιαφέρουν. Επίσης, η ηλεκτρονική πρόσβαση σε τουριστικές προσφορές προσφέρει μία φτηνή λύση, χωρίς ιδιαίτερες απαιτήσεις σε χρόνο και κόπο.

Οι εναλλακτικές μορφές θα προσφέρουν μια τόνωση στον τουρισμό της Κέρκυρας αν σχεδιαστούν και εφαρμοστούν σωστά με τη βοήθεια των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων και των φορέων του νησιού. Άλλωστε, όπως διαπιστώθηκε απ' την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, και οι ίδιοι οι Κερκυραίοι έχουν την ανάγκη για αλλαγή πορείας μέσα από την ανάπτυξη διαφόρων μορφών τουρισμού. Ο κερκυραϊκός τουρισμός έχει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης, ώστε και η εικόνα του να βελτιωθεί ακόμη περισσότερο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α.Ξενόγλωσση

- Beedie, P. & Hudson, S.(2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3): 625-643.
- Blangy, S. & Mehta, H. (2006). Ecotourism and ecological restoration. *Journal for Nature Conservation*, 14(3-4): 233-236.
- Boyd, S. & Butler, R. (1996). Managing ecotourism: an opportunity spectrum approach. *Tourism Management*, 17(8): 557-566.
- Campbell, L. (1999). Ecotourism in rural developing communities. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 534-553.
- Coccosis, H. (1996). Tourism and sustainability: perspectives and implications. In: Priestley, G.K., Edwards, J.A. & Coccosis, H. (eds). *Sustainable Tourism? European Experiences*. Oxon: CAB, 1-21.
- Coccosis, H. & Parpairis, A. (1996). Tourism and carrying capacity in coastal areas: Mykonos, Greece. In: Priestley, G.K., Edwards, J.A. & Coccosis, H. (eds). *Sustainable Tourism? European Experiences*. Oxon: CAB, 153-175.
- Che, D. (2006). Developing ecotourism in First World, resource-dependent areas. *Geoforum*, 37(2): 212-226.
- Daniels, M., Norman, W. & Henry, M. (2004). ESTIMATING INCOME EFFECTS OF A SPORT TOURISM EVENT. *Annals of Tourism Research*, 31(1): 180-199.
- Gibson, H., Willming, C. & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2): 181-190.
- Gill, A. & Williams, P. (1994). Managing growth in mountain tourism communities. *Tourism Management*, 15(3): 212-220.
- Goodrich, J. & Goodrich, G. (1987) Health-care tourism — an exploratory study. *Tourism Management*, 8(3): 217-222.
- Gurung, D. & Seeland, K. (2008). Ecotourism in Bhutan: Extending its Benefits to Rural Communities. *Annals of Tourism Research*, 35(2): 489-508.

- Hasler, H. & Ott, J.A. (2008). Diving down the reefs? Intensive diving tourism threatens the reefs of the northern Red Sea. *Marine Pollution Bulletin*, 56(10): 1788-1794.
- Higham, J. & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23(2): 175-185.
- Hipwell, W. (2007). Taiwan aboriginal ecotourism: Tanayiku Natural Ecology Park. *Annals of Tourism Research*, 34(4): 876-897
- Honari, H., Goudarzi, M., Heidari, A. & Emami, A. (2010). A comparison of the viewpoints of tourists, interested managers and cultural heritage organization managers regarding sport tourism-driven job and income creation in Mazandaran - Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2): 5659-5663.
- Hughes, H. & Allen, D (2005). Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of 'induced image formation agents. *Tourism Management*, 26(2): 173-183.
- Koc, E. (2008). The New Agritourism: Hosting Community & Tourists on Your Farm. *Annals of Tourism Research*, 35(4): 1085-1086.
- Lai, P. & Nepal, S. (2006). Local perspectives of ecotourism development in Tawushan Nature Reserve, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6): 1117-1129.
- Lane, B. (1989). Will rural tourism succeed? In: Hardy, S., Hardy, T. & Shaw, T. (eds). *The Role of Tourism in the Urban and Regional Economy*. London: Regional Studies Association, 34-39.
- Lane, B. (1993). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. In: Bramwell, B. & Lane, B. (eds). *Rural Tourism and Sustainable Tourism Development*. Channel view, Clevedon, 102-111.
- Lee, C.G. (2010). Health care and tourism: Evidence from Singapore. *Tourism Management*, 31(4): 486-488.
- Leppäkari, M. (2008). Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective, *Annals of Tourism Research*, 35(2): 611-612.
- Li, W. (2004). Environmental management indicators for ecotourism in China's nature reserves: A case study in Tianmushan Nature Reserve. *Tourism Management*, 25(5): 559-564.

- Lynch, M-F., Duinker, P.N., Sheehan, L.R. & Chute, J.E. (2011). The demand for Mi'Kmaq cultural tourism: Tourist perspectives. *Tourism Management*, 32(5): 977-986.
- McCabe, S. (2009). WHO NEEDS A HOLIDAY? EVALUATING SOCIAL TOURISM. *Annals of Tourism Research*, 36(4): 667-688.
- McKercher, B., Ho, P. & Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26(4): 539-548.
- Minnaert, L., Maitland, R. & Miller, G. (2009). TOURISM AND SOCIAL POLICY: The Value of Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2): 316-334.
- Nolan, M. & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 68-78.
- Pearce, D.G. (1989). *Tourist Development*. 2nd ed. New York: Longman.
- Phillip, S., Hunter, C. & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6): 754-758.
- Reed, C. (2008). Medical Tourism. *Medical Clinics of North America*, 92(6): 1433-1446.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2): 261-283.
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1): 51-67.
- Romeril, M. (1985). Tourism and the environment: towards a symbiotic relationship. *International Journal of Environmental Studies*. 25 (4):215-218.
- Russo, A. & Borg, J. (2002). Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism Management*, 23(6): 631-637.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from home: Cultural tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2): 403-421.
- Tassiopoulos, D. & Haydamm, N. (2008). Golf tourists in South Africa: A demand-side study of a niche market in sports tourism. *Tourism Management*, 29(5): 870-882.
- Tew, C. & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(1): 215-224.

- Tsaur, S., Lin, Y. & Lin, J. (2006). Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management*, 27(4): 640-653.
- van Treeck, P. & Schuhmacher, H. (1999). Mass Diving Tourism – A New Dimension Calls for New Management Approaches. *Marine Pollution Bulletin*, 37(8–12): 499-504.
- Vanhove, N. (1997). Mass tourism: Benefits and costs. In: Wahab, S. & Pigram, J.J. (eds). *Tourism Development and Growth - The Challenge of Sustainability*. London: Routledge, 50-77.
- Weaver, D. (2005). Comprehensive and minimalist dimensions of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 32(2): 439-455.
- Weaver, D. (2001). «The encyclopedia of ecotourism», CABI Publishing
- Weaver, D. & Lawton, L. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*, 28(5): 1168-1179.
- Weaver, D. (1999). Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism Research*, 26(4): 792-816.
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2): 360-377.
- Yan, H. & Bramwell, B. (2008). Cultural tourism, ceremony and the state in china. *Annals of Tourism Research*, 35(4): 969-989.
- Zhang, H. & Lei, S.L. (2012). A structural model of residents' intention to participate in ecotourism: The case of a wetland community. *Tourism Management*, 33(4): 916-925.

Β.Ελληνική

- Ακογλάνης, Μ. (2011) *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού για την Κρήτη*. Πτυχιακή εργασία. Ηράκλειο:Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Ανδριώτης, Κ. (2008) *Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.
- Αποστολόπουλος, Κ. & Σδράλη, Δ. (2009) *Εναλλακτικός και Ηπιος Τουρισμός Υπαίθρου*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική.

- Βαρβαρέσος, Σ. (2011) Τουρισμός και διεθνής οικονομική κρίση. Επιστημονική ημερίδα από το τμήμα τουριστικών επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας, 18 Απριλίου 2011.
- Γιάννη, Ε. (2008) *Εναλλακτικός τουρισμός στο Νομό Τρικάλων*. Πτυχιακή εργασία, Θεσσαλονίκη: Α.Τ.Ε.Ι Θεσσαλονίκης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Γλυνιά, Ε. (2006) ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΨΥΧΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, Εισήγηση στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Συνεδρίου Νομού Σερρών 2003, Σέρρες, 6/06/2003.
- Γουρνιανάκη, Γ, (2008) *Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η περίπτωση του θαλάσσιου τουρισμού & των κέντρων θαλασσοθεραπείας- SPA στον νομό Ηρακλείου*. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Δογάνη, Ε. (2009) *Ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα*. Πτυχιακή εργασία, Κοζάνη: Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.
- Έξαρχος, Γ. & Καραγιάννης, Σ. (2004) *Αγροτουρισμός μοχλός για την ανάπτυξη της υπαίθρου*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης
- Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ΕΤΕΜ) (2010) *Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία / κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη*. Χίος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, σελ. 57-58.
- Javeau, C. (1996) *Η Έρευνα με Ερωτηματολόγιο. Το Εγχειρίδιο του Καλού Ερευνητή*. Αθήνα: τυπωθήτω.
- Ηγουμενάκης Ν. (2004) *Τουρισμός, Βασικές έννοιες*. Αθήνα: Interbooks
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998). *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
- Καλοκάρδου, Ρ. & Κραντονέλλης, Κ. (2005) *Εναλλάκτικες Μορφές Τουρισμού και Κρίσιμες Χωρητικότητες σε Τουριστικές Περιοχές της Δυτικής Ελλάδας*, Heleco Αθήνα, 6 Φεβρουαρίου 2005.
- Κατσιγιάννη, Α. (2009) *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού και Ιαματικός Τουρισμός στο Νομό Φθιώτιδας*, Πτυχιακή εργασία, Ιεραπετρα: Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Κατσιώνας, Π. (2008) *Αγροτουρισμός στην Ελληνική ύπαιθρο προοπτικές και δυνατότητες ανάπτυξης αρχοντικό Τάτης*. Πτυχιακή εργασία, Θεσσαλονίκη: Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.

- Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κοκκώσης, Χ. Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2011) *Ειδικές και Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ζήτηση και Πρόσφορά Νέων Προϊόντων Τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λαγός, Δ. & Λιαργκόβας, Π. (2003) *Τουριστική Οικονομία*, Ο.Ε.Δ.Β. Αθήνα.
- Λαγός, Δ. (2005) *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λαλισσίδου, Σ. (2011) *Η συμβολή του οινικού τουρισμού στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη. Μελέτη περίπτωσης στο Νομό Δράμας*. Διπλωματική εργασία, Αθήνα: Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας.
- Μαντζουράνη, Κ. & Τζιφάκη Χ. (2006) *Επιπτώσεις - Προοπτικές Εξέλιξης του Εναλλακτικού Τουρισμού Στην Ελλάδα*, Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Μαρθαλαμάκης, Ζ. & Μάλλιος Π. (2011) *Πράσινα ξενοδοχεία και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στους Νομούς Ηλείας και Ηρακλείου*. Πτυχιακή εργασία, Ιεράπετρα: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Μπακίρης, Μ. (2008) *Εναλλακτικός Τουρισμός: Προοπτικές μετάβασης της τουριστικής αγοράς της Κρήτης από τον μαζικό σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Πτυχιακή εργασία, Ιεράπετρα: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Μπαλτάς, Κ. (2008) *Τουριστική ανάπτυξη του Νομού Σερρών μέσω του αυτοκινητοδρομίου Σερρών*. Διπλωματική εργασία. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Πληροφορικής και Οικονομικών Επιστημών.
- Νικάκη, Μ. & Οικονόμου Α. (2011) *Η πορεία του τουρισμού στην Κρήτη την τελευταία εικοσαετία. Οι προκλήσεις για το μέλλον*. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.
- Ξανθουδάκης Δ. (2006) *Ανάπτυξη Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στα Σφακιά της Κρήτης*, Πτυχιακή εργασία, Χανιά: Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Πανάρετου, Ι. (2006) *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην Κέρκυρα*. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.

- Παππά Δ. (2009) *Ο ρόλος του χιονοδρομικού τουρισμού στην τοπική ανάπτυξη του Νομού Τρικάλων. Μελέτη περίπτωσης η περιοχή Περτουλίου*. Πτυχιακή εργασία, Αθήνα: Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας.
- Προκοπάκη Ε. (2011) *Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η περίπτωση του θρησκευτικού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου*. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Συριάνογλου Σ. (2008) *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Οικοτουρισμός*. Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Σφακιανάκης, Μ. (2000) *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις ‘ΕΛΛΗΝ’.
- Τσαγκαράκη Α. (2012) *Η συμβολή των αγροτουριστικών συναιτερισμών στην ανάπτυξη του τόπου*, Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Τσουμάνης, Κ. (2009) *Χαρακτηριστικά τουριστών & παρεχόμενων υπηρεσιών της Κέρκυρας*. Κέρκυρα: Τυποεκδοτική.
- Τσενεμπή, Ε. (2007) *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κέρκυρα*, Πτυχιακή εργασία, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Fennell, D. (2001) *Οικοτουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις ‘ΕΛΛΗΝ’.
- Χρήστου, Ε. (1999) *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Γ.Πηγές από το διαδίκτυο

- Τσουμάνης, Κ. (2007) Ο επανασχεδιασμός μιας κορεσμένης τουριστικής περιοχής. Μελέτη περίπτωσης «περιοχή Ύψου, Κέρκυρας»
<http://www.oitk.gr/gr/News.asp?cat=10&page=1&id=70> [Πρόσβαση 23-11-2010]
<http://www.intravelreport.gr/?p=1363>, [Πρόσβαση 22-11-2010]
 Wikipedia, Ο ορισμός του τουρισμού,
http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82#.CE.9F.CF.81.CE.B9.CF.83.CE.BC.CF.8C.CF.82_.CF.84.CE.BF.CF.85_.CE.A4.CE.BF.CF.85.CF.81.CE.B9.CF.83.CE.BC.CE.BF.CF.8D, [Πρόσβαση 22-11-2010]

www.neo.gr - Αθλητικός Τουρισμός και Περιβάλλον

www.neo.gr/modules.php?name...

<http://www.neo.gr/modules.php?name=News&file=article&sid=6721>, [Πρόσβαση 3-9-2012]

ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΚΑΙ ΝΤΟΠΙΟΙ, ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ...

www.grsr.gr/preview.php?c_id=264

http://www.grsr.gr/preview.php?c_id=264, [Πρόσβαση 6-7-2011]

Τουρισμός- Βασικές έννοιες ,
http://www.interbooks.gr/product_info.php?products_id=357&osCsid=4368940021460aff4ff29e285cf51e5a, [Πρόσβαση 22-11-2010]

http://eprints.teikoz.gr/124/1/D11_2009.pdf, [Πρόσβαση 23-11-2010]

Αφιέρωμα , Τουρισμός, <http://www.anthropos.gr/spots/tourism/>, [Πρόσβαση 23-11-2010]

<http://www.gnto.gr/>, [Πρόσβαση 23-11-2011]

Αφιέρωμα, Αγροτουρισμός, <http://www.anthropos.gr/spots/tourism/agro.asp>, [Πρόσβαση 23-11-2010]

ΟΙΤΚΚ - - Ομοσπονδία Ιδιοκτητών Τουριστικών Καταλυμάτων ...

www.oitk.gr/gr/News.asp?cat=10...1... -, [Πρόσβαση 23-11-2010]

Μαζικός και εναλλακτικός τουρισμός, *δtee-irakl.ira.sch.gr/Activities/enallakt/enall_tourismos.doc*, [Πρόσβαση 24-11-2010]

Μαζικός τουρισμός-Εναλλακτικός τουρισμός,
<http://www.rethimno.gr/el/tourism/article.php?n=336>, [Πρόσβαση 24-11-2010]

http://dspace.lib.ntua.gr/bitstream/123456789/3166/3/gerardip_impacts.pdf,
[Πρόσβαση 26-11-2010]

Ιστορία της Κέρκυρας,
<http://www.windmillstravel.com/gr/article.php?id=27&destination=12&destinationtype=island>, [Πρόσβαση 27-11-2010]

TerraΚέρκυρα,

<http://translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en|el&u=http://www.terrakerkyra.gr/history/en/today/index.html>, [Πρόσβαση 27-11-2010]

ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΑΓΙΟΡΕΙΤΙΚΟ ΒΗΜΑ

www.agioritikovima.gr/.../320-thriskeutik..

<http://www.agioritikovima.gr/tt/320-thriskeutikos-tourismos>, [Πρόσβαση 5-3-2011]

<http://www.corfupress.com/bulletin/201012246446/toirismos/kerkira/meleti-tou->

ΑΟCTA-gia-tin-kerkira-dramatiki-ptosi-sta-touristika-esoda-to-2010,

[Πρόσβαση 28-11-2010]

"Τελειωμένο" το μοντέλο 4S για τον ελληνικό τουρισμό

www.southevia.gr/en/.../489-qq-4s-.html

<http://www.southevia.gr/en/141/69-69/489-qq-4s-.html>, [Πρόσβαση 30-11-2010]

ANION ΑΑΕ ΟΤΑ, *ΚΕΡΚΥΡΑ*>Η Εταιρεία>Ιστορικό>

www.anion.org.gr/default.asp?id

http://www.anion.org.gr/default.asp?id=26&mnu=26&LangID=Greek_Iso,

[Πρόσβαση 28-11-2010]

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα, [http://www.samos-](http://www.samos-dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLF)

[dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLF](http://www.samos-dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLF)

E-1807.pdf, [Πρόσβαση 28-11-2010]

<http://agrotourismos.wordpress.com/2008/05/14/whyagro/>, [Πρόσβαση 30-11-2010]

<http://users.forthnet.gr/egi/vasot/OIKOTOYRISMOS.html>, [Πρόσβαση 30-11-2010]

Σύγχρονος Τουρισμός και Εναλλακτικές Τουριστικές Συμπεριφορές

www.oikologos.gr/index.php?...

http://www.oikologos.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=208&Itemid=197,

[Πρόσβαση 30-11-2010]

[http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotouris](http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.html)

m.html, [Πρόσβαση 1-12-2010]

http://politika-mezedakia.blogspot.com/2010/07/blog-post_8286.html, [Πρόσβαση 1-

12-2010]

Ίδρυση Επιστημονικής Εταιρείας Τουρισμού Κέρκυρας

traveldailynews.gr/news/article/43289

http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=43289&subcategory_id=32,

[Πρόσβαση 1-12-2010]

Καταδύσεις αναψυχής

traveldailynews.gr/columns/article/1096

<http://traveldailynews.gr/columns/article/1096>, [Πρόσβαση 3-12-2010]

<http://www.google.gr/search?q=enallaktikes+morfes+toyrismou+stin+kerkyra&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:el:official&client=firefox-a>, [Πρόσβαση 3-12-2010]

http://www.corfutime.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=159%3AEnna-&catid=34%3A2010-04-01-00-32-10&Itemid=62, [Πρόσβαση 4-12-2010]

http://www.metropolitanexpo.gr/assets/File/Hmerisia__121009.pdf, [Πρόσβαση 4-12-2010]

http://www.corfuvisit.net/default.asp?id=30&mnu=30&LangID=Greek_Iso, [Πρόσβαση 5-12-2010]

<http://www.lesvos-chamber.gr/gastronomy/geusisguide.asp>, [Πρόσβαση 5-12-2010]

http://www.actionnemesi.com/v2/index.php?option=com_content&task=view&id=1014&Itemid=92, [Πρόσβαση 8-12-2010]

http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=765&permanent_id=1, [Πρόσβαση 8-12-2010]

Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού στα χωριά μας

www.pyxida.gr/index.php?...

http://www.pyxida.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=704:2010-02-26-15-10-37&catid=33:2010-01-19-13-59-29&Itemid=268, [Πρόσβαση 9-12-2010]

Η σύνδεση του αγροτουρισμού με τους φυσικούς και πολιτιστικούς ...

www.istologos.gr/.../59-2008-06-18-12-4...

<http://www.istologos.gr/2008-06-23-10-18-00/2008-06-19-08-52-11/59-2008-06-18-12-42-37>, [Πρόσβαση 9-12-2010]

http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=1436&permanent_id=1, [Πρόσβαση 9-12-2010]

Σοβαρά προβλήματα στη διαδικασία αδειοδότησης καταδυτικών ...

www.theabyss.gr/community/index.php?...

<http://www.theabyss.gr/community/index.php?topic=4465.0;wap2>, [Πρόσβαση 31-3-2011]

ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - THE HOTEL ...

www.hotel-magazine.com/article_gr.php?..

http://www.hotel-magazine.com/article_gr.php?article_id=23&issueid=7, [Πρόσβαση 31-3-2011]

<http://openarchives.gr/search/%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%B5%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8C%CF%82%20%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, [Πρόσβαση 16-12-2010]

<http://www.synedrio.gr/arthra/a020.asp> , [Πρόσβαση 16-12-2010]

http://www.itr.si/javno/youth_farm/el/non-agric-activities4.html#2.6%20%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%20%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82, [Πρόσβαση 16-12-2010]

<http://nemertes.lis.upatras.gr/dspace/bitstream/123456789/3273/1/%CE%94%CE%99%CE%A0%CE%9B%CE%A9%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%95%CE%A1%CE%93%CE%91%CE%A3%CE%99%CE%91.pdf>, [Πρόσβαση 20-12-2010]

<http://kallithea.hua.gr/epixeirein/dihmer%203%20docs/Iatrou.pdf>, [Πρόσβαση 20-12-2010]

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2008/GournianakiGalatia/attached-document/gournianaki.pdf>, [Πρόσβαση 8-1-2011]

Εναλλακτικός Τουρισμός στο Νομό Τρικάλων, eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/.../gia_main.pdf?...1, [Πρόσβαση 8-1-2011]

<http://users.forthnet.gr/agn/istam/toyri1.html>, [Πρόσβαση 10-1-2011]

<http://www.tourismmuseum.gr/sub.php?showKat=10&showSub=21&lan=el#>, [Πρόσβαση 10-1-2011]

http://tzoumerka-murgia.gr/site/index.php?option=com_content&view=article&id=95&Itemid=110&lang=el, [Πρόσβαση 12-1-2011]

<http://www.healthpages.gr/portal/page/portal/1535/Fullstory?ArticleID=867>, [Πρόσβαση 12-1-2011]

http://www.itr.si/javno/youth_farm/el/non-agric-activities4.html#2.2%20%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83

%CE%BC%CF%8C%CF%82%20%CE%A5%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82, [Πρόσβαση 13-1-2011]

<http://greveniotis.gr/arthrografia/5187-o-politistikos-toyrismos-mporei-na-symvalleistin-oikonomiki-anaptyksi-tis-elladas.html>, [Πρόσβαση 14-1-2011]

http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=355&Itemid=140, [Πρόσβαση 15-1-2011]

<http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36§orID=47&la=2>, [Πρόσβαση 20-1-2011]

<http://www.nomarxia-artas.gr/6D220165.el.aspx>, [Πρόσβαση 2-2-2011]

<http://www.lokristravel.com/religious-holidays-greece-gr.html>, [Πρόσβαση 2-2-2011]

http://www.e-ionia.gr/main.php?i_id=1&no_p=yes, [Πρόσβαση 3-2-2011]

Τουρισμός - Βικιπαίδεια

el.wikipedia.org/wiki/Τουρισμός

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, [Πρόσβαση 5-4-2011]

http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2007/Tsenempi,Elbina/attached-document/_____pdf, [Πρόσβαση 13-8-2011]

<http://www.kerkyrainfo.gr/nomoskerkyras/kerkyraistoria/index.html>, [Πρόσβαση 14-8-2011]

<http://www.corfu-airport-carhire.com/%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%BA%CF%85%CF%81%CE%B1-%CE%BD%CE%B7%CF%83%CE%B9-%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BF/>, [Πρόσβαση 14-8-2011]

<http://www.lgk.gr/topika-proionta-kerkyras/>, [Πρόσβαση 14-8-2011]

<http://www.pasok.gr/portal/resource/contentObject/id/d41ae5c7-8e3d-4ac6-b0cf-d5a6b2a7db83>, [Πρόσβαση 14-8-2011]

http://www.hotel-magazine.com/article_gr.php?article_id=23&issueid=7, [Πρόσβαση 15-8-2011]

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ

www.corfutime.gr/index.php?

http://www.corfutime.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=159:enna-&catid=34:2010-04-01-00-32-10, [Πρόσβαση 16-8-2011]

<http://www.smallislands.eu/view.asp?ids=19>, [Πρόσβαση 16-8-2011]
<http://tastytour.pblogs.gr/tags/diadromes-gr/pages/2.html>, [Πρόσβαση 16-8-2011]
Προτάσεις *Μορφών - Διαδρομών. Τουρισμού Υπαίθρου στο Νομό Κέρκυρας.*
www.lamans.gr/uploads/PAROUSIASI-VASSILIKI.ppt, [Πρόσβαση 17-8-2011]
<http://www.enimerosi.com/corfu-menu/2010-09-03-19-30-47/8429-2011-08-10-08-24-47.html>, [Πρόσβαση 17-8-2011]
http://www.anion.org.gr/default.asp?id=26&mnu=26&LangID=Greek_Iso,
[Πρόσβαση 17-8-2011]
<http://www.e-ionia.gr>, [Πρόσβαση 25-8-2012]
<http://www.grhotels.gr>, [Πρόσβαση 25-8-2012]

Καταδυτικός τουρισμός - enimerosi.com
www.enimerosi.com/.../kataditikos-touris..
<http://www.enimerosi.com/kerkira/kataditikos-tourismos> [Πρόσβαση 25-8-2011]
<http://www.amna.gr/articleview.php?id=3774>, [Πρόσβαση 18-10-2011]
<http://travel.i-live.gr/th-kerkura-touristikh-periodos/>, [Πρόσβαση 18-10-2011]
http://www.grsr.gr/preview.php?c_id=264, [Πρόσβαση 31-10-2011]
<http://aioliko.com/index.php/photo-album/wind-turbine-base/45-ypomnima-enantiosis.html>, [Πρόσβαση 31-10-2011]

E-Thesis - Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα
nefeli.lib.teicrete.gr > ...
<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2011/LyrakiEuridiki/document-1308052084-339547-1784.tkl>, [Πρόσβαση 21-7-2012]
http://library.tee.gr/digital/m2045/m2045_kalokardou.pdf, [Πρόσβαση 31-10-2011]
<http://www.enimerosi.com/corfu-menu/2010-09-03-19-30-47/9656-2011-11-07-10-43-48.html>, [Πρόσβαση 29-12-2011]

Τουρισμός και Πολιτισμός
www.chtconsulting.gr/.../22-tourismos.ht... -
<http://www.chtconsulting.gr/index.php/news/22-tourismos.html>, [Πρόσβαση 10-2-2012]

Πολιτιστικός Τουρισμός
www.ekdromes.net/printer_friendly.cfm?... -

http://www.ekdromes.net/printer_friendly.cfm?id=547&obcatid=54, [Πρόσβαση 10-2-2012]

Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του

www.uehr.panteion.gr/topos/gr/pdf/7_andriotis.pdf

http://www.uehr.panteion.gr/topos/gr/pdf/7_andriotis.pdf, [Πρόσβαση 17-2-2012]

Τουρισμός – Τοπικά Προϊόντα – Βιώσιμη ανάπτυξη

rethemnos.gr/tourismos-topika-prionta-vio... <http://rethemnos.gr/tourismos-topika-prionta-viosimi-anaptixi-tou-dimitriou-m-kalaitzidaki/>,

[Πρόσβαση 4-7-2012]

αφιέρωμα - ουρισμός

www.adesmeytos.gr/pdf/Prasines%20Diakopes%201807.pdf

<http://www.adesmeytos.gr/pdf/Prasines%20Diakopes%201807.pdf> [Πρόσβαση 30-7-2011]

Αγροτουρισμός: διασκέδαση κι επιστροφή στη φύση | OnAir24.gr

www.onair24.gr/news/category/7/.../2324

<http://www.onair24.gr/news/category/7/content/2324> [Πρόσβαση 30-7-2011]

Ο Οδηγός του Αγροτουρισμού

archive.in.gr/Reviews/article.asp?...

<http://archive.in.gr/Reviews/article.asp?lngReviewID=993&lngChapterID=47282&lngItemID=1655>, [Πρόσβαση 2-9-2011]

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ» ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

6epal-irakl.ira.sch.gr/new/images/arxeia/.../enall_tourismos.pdf

Μορφή αρχείου: PDF/Adobe Acrobat

[http://6epal-](http://6epal-irakl.ira.sch.gr/new/images/arxeia/perivallontiki/enallakt/enall_tourismos.pdf)

[irakl.ira.sch.gr/new/images/arxeia/perivallontiki/enallakt/enall_tourismos.pdf](http://6epal-irakl.ira.sch.gr/new/images/arxeia/perivallontiki/enallakt/enall_tourismos.pdf)

Περιβαλλοντική ομάδα Ηρακλείου, [Πρόσβαση 10-1-2012]

ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

www.ee.teihal.gr/labs/.../Ecotourism.htm -

<http://www.ee.teihal.gr/labs/pkoukos/PROSTASIA%20PERIBALONTOS/Ecotourism.html> , [Πρόσβαση 15-2-2012]

World Tourism Organization UNWTO

<http://www2.unwto.org/>, [Πρόσβαση 30-11-2011]

Καταδυτικός Τουρισμός - Περιφερειακή Ενότητα Χαλκιδικής

www.halkidiki.gov.gr/index.php?...

http://www.halkidiki.gov.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=1002&Itemid=205, [Πρόσβαση 3-9-2012]

Τουρισμός Υγείας | PolisPress

www.polispress.gr/lang/gr/archives/37776

<http://www.polispress.gr/lang/gr/archives/37776>, [Πρόσβαση 3-9-2012]

Κέρκυρα το κοσμοπολίτικο νησί Κέρκυρα

www.corfu-airport-carhire.com/κερκυρα-..

[http://www.corfu-airport-](http://www.corfu-airport-carhire.com/)

[carhire.com/%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%BA%CF%85%CF%81%CE%B1-%CE%BD%CE%B7%CF%83%CE%B9-%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BF/](http://www.corfu-airport-carhire.com/%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%BA%CF%85%CF%81%CE%B1-%CE%BD%CE%B7%CF%83%CE%B9-%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BF/), [Πρόσβαση 20-12-2011]

Κέρκυρα | TRAVEL | FTHIS.gr

www.fthis.gr/article/273846/kerkyra?p=1

<http://www.fthis.gr/article/273846/kerkyra?p=1>, [Πρόσβαση 5-8-2012]

www.neo.gr - Κέρκυρα

[www.neo.gr/modules.php?name.](http://www.neo.gr/modules.php?name)

<http://www.neo.gr/modules.php?name=News&file=print&sid=7984>, [Πρόσβαση 5-8-2012]

Ιστορία της Κέρκυρας - Green Corfu

greencorfu.com/gr/Istoria.html

<http://greencorfu.com/gr/Istoria.html>, [Πρόσβαση 23-6-2011]

Ιστορία της Κέρκυρας

www.wi... - *Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής*

<http://www.windmillstravel.com/gr/article.php?id=27&destination=12&destinationtype=island>, [Πρόσβαση 23-6-2011]

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού Σημαντικός αρωγός στην ανάπτυξη ...

traveldailynews.gr/columns/article/1244

<http://traveldailynews.gr/columns/article/1244>, [Πρόσβαση 23-6-2011]

Συνεδριακός Τουρισμός|Εναλλακτικός Τουρισμός|Κέρκυρα, Πύλη ...

www.corfuvisit.net/default.asp?id.

http://www.corfuvisit.net/default.asp?id=30&LangID=Greek_Iso&mnu=30, [Πρόσβαση 23-6-2011]

Με οδηγό στη γεύση - Gastronomy of Lesvos

www.lesvos-chamber.gr/.../geusisguide.as..

<http://www.lesvos-chamber.gr/gastronomy/geusisguide.asp>, [Πρόσβαση 4-6-2011]

Γεωσιγνωστικός Τουρισμός |Εναλλακτικός Τουρισμός|Κέρκυρα, Πύλη ...

www.corfuvisit.net/default.asp?id.

http://www.corfuvisit.net/default.asp?id=31&LangID=Greek_Iso&mnu=31, [Πρόσβαση 4-6-2012]

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ

www.corfutime.gr/index.php?..

http://www.corfutime.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=159%3Aanna-&catid=34%3A2010-04-01-00-32-10&Itemid=62, [Πρόσβαση 29-4-2011]

Παλαιότερες αναρτήσεις - Κεφαλονίτικα Νέα - Ειδήσεις για την ...

www.kefalonitikanea.gr/search/.../Ναυσιπλ...

<http://www.kefalonitikanea.gr/search/label/%CE%9D%CE%B1%CF%85%CF%83%CE%B9%CF%80%CE%BB%CE%BF%CE%90%CE%B1?updated-max=2012-02-07T02:16:00-08:00&max-results=20&start=20&by-date=false>, [Πρόσβαση 25-2-2012]

Θαλάσσιος Τουρισμός|Εναλλακτικός Τουρισμός|Κέρκυρα, Πύλη ...

www.corfuvisit.net/default.asp?id.

http://www.corfuvisit.net/default.asp?id=73&LangID=Greek_Iso&mnu=73, [29-4-2011]

Θρησκευτικός - www.alexpolis.gr - Δήμος Αλεξανδρούπολης

www.alexpolis.gr/default.asp?static=209 -

<http://www.alexpolis.gr/default.asp?static=209>, [Πρόσβαση 5-4-2011]

Αγροτουρισμός - Anthropos.gr

www.anthropos.gr/spots/tourism/agro.asp

<http://www.anthropos.gr/spots/tourism/agro.asp> [Πρόσβαση 3-4-2011]

Πάμε Κέρκυρα

www.pamekerkyra.gr

<http://www.pamekerkyra.gr/>, [Πρόσβαση 31-3-2011]

Περιβαλλοντικός Τουρισμός|Εναλλακτικός Τουρισμός|Κέρκυρα ...

www.corfuvisit.net/default.asp?id...

http://www.corfuvisit.net/default.asp?id=29&LangID=Greek_Iso&mnu=29,

[Πρόσβαση 23-7-2011]

KAZINO ΚΕΡΚΥΡΑΣ / Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.

www.etasa.gr/page.aspx?itemID=SPG186

<http://www.etasa.gr/page.aspx?itemID=SPG186>, [Πρόσβαση 6-9-2012]

Καζίνο Κέρκυρας | Ελληνικά Καζίνο .com

www.ellinikakazino.com/kazinokerkyras/i...

<http://www.ellinikakazino.com/kazinokerkyras/index.html>, [Πρόσβαση 6-9-2012]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



**ΠΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΑΡΥΝΙΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΛΟΓΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΠΝΗΝΙΑ ΕΝΠΙΟΡΙΑΣ & ΛΙΑΦΗΝΙΣΗΣ**

“Κερκυραϊκός Τουρισμός: Από το τρίπτυχο «ήλιος – άμμος – θάλασσα» σε ένα εναλλακτικό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης”

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας και σκοπό έχει να εξετάσει τις απόψεις των επαγγελματιών τουρισμού της Κέρκυρας, σχετικά με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και δεν θα χρησιμοποιηθούν για κανέναν άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της έρευνας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτεί 10 περίπου λεπτά.

Υπεύθυνη της έρευνας: Κωνσταντίνα Μίαρη
e-mail: konnakerkyra@hotmail.com

1. Αξιολογείστε ως προς τη σημαντικότητά τους τα προβλήματα που κατά τη γνώμη σας παρουσιάζει σήμερα το τουριστικό προϊόν της Κέρκυρας;

	Καθόλου σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Μέτρια σημαντικό	Αρκετά σημαντικό	Πολύ σημαντικό
Έντονη εποχικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη υποδομών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαμηλή ποιότητα καταλυμάτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαμηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσέλκυση τουριστών χαμηλού εισοδήματος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαμηλές τιμές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Σύστημα all-inclusive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υψηλή εξάρτηση από τους tour operators	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαμηλή πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανεπαρκής εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Υψηλή χωρική συγκέντρωση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη τουριστικής παιδείας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άναρχη τουριστική ανάπτυξη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσκόλληση στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη συνεργασίας φορέων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υποβαθμισμένο περιβάλλον	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εμπορευματοποίηση τοπικής παράδοσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έντονος ανταγωνισμός από άλλες χώρες και περιοχές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Σε ποια φάση του «κύκλου ζωής» ενός τουριστικού προορισμού θεωρείτε ότι ανήκει η Κέρκυρα;

- Της εξερεύνησης
- Της ανάπτυξης
- Της εδραίωσης
- Του κορεσμού
- Της παρακμής

3. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι έχουν αναπτυχθεί οι ακόλουθες μορφές τουρισμού στο νησί της Κέρκυρας;

	Καθόλου ανεπτυγμένη	Λίγο ανεπτυγμένη	Μέτρια ανεπτυγμένη	Αρκετά ανεπτυγμένη	Πολύ ανεπτυγμένη
Πολιτιστικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Θρησκευτικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αθλητικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Θαλάσσιος τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Φυσιολατρικός/Οικοτουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Περιηγητικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αγροτουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γαστρονομικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μαθητικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συνεδριακός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός καζίνο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κοινωνικός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός υγείας & ευεξίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τουρισμός περιπέτειας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Χειμερινός τουρισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
----------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

4. Αξιολογείστε ως προς τη σημαντικότητά τους, τα πλεονεκτήματα που κατά τη γνώμη σας μπορεί να προσφέρει στον τουρισμό της Κέρκυρας η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού;

	Καθόλου σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Μέτρια σημαντικό	Αρκετά σημαντικό	Πολύ σημαντικό
Αύξηση ανταγωνιστικότητας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ποιοτική αναβάθμιση τουριστικού προϊόντος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ορθολογικότερη χωρική τουριστική ανάπτυξη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσέλκυση πελατών υψηλής οικονομικής στάθμης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διείσδυση σε νέες αγορές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναβίωση εθίμων/παράδοσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συγκράτηση του πληθυσμού στο νησί	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αειφορία/Βιωσιμότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προστασία φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικονομική ενίσχυση τοπικών κοινωνικών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Σχετικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κέρκυρα θεωρείτε ότι:

- Θα πρέπει να αντικαταστήσουν το κυρίαρχο προϊόν του μαζικού τουρισμού
- Θα πρέπει να αναπτυχθούν παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό
- Θα πρέπει να συνεχιστεί η προσήλωση αποκλειστικά στον μαζικό τουρισμό

6. Ποιες υποδομές θεωρείτε ότι θα πρέπει να βελτιωθούν στο νησί ώστε να επιτραπεί η περαιτέρω ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού;

- Καταλύματα
- Εστιατόρια
- Οδικό δίκτυο
- Αεροδρόμιο
- Λιμάνι
- Τηλεπικοινωνίες
- Δίκτυο υδροδότησης
- Δίκτυο ηλεκτροδότησης

7. Ποιοι είναι οι κύριοι πελάτες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού;

- Έλληνες κυρίως
- Αλλοδαποί κυρίως
- Και οι δύο
- Δεν γνωρίζω

8. Θεωρείτε ότι διαφημίζονται / προβάλλονται ικανοποιητικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα;

- Ναι
 Όχι
 Δεν γνωρίζω

9. Με ποια μέσα γίνεται η διαφήμιση / προώθηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στην Κέρκυρα;

- Διαδίκτυο Έντυπος τύπος
 Τουριστικοί οδηγοί Φυλλάδια
 Τηλεόραση Ραδιόφωνο
 Εκθέσεις τουρισμού Τουριστικά γραφεία / Tour operators

10. Ταυτότητα ερωτώμενου

10.1 Φύλο

- Άνδρας Γυναίκα

10.2 Ηλικία

- 18-24 25-34 35-44 45-54 55+

10.3 Επίπεδο εκπαίδευσης

- Πρωτοβάθμια
 Δευτεροβάθμια
 Τριτοβάθμια
 Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

10.4 Είδος επιχείρησης

- Ξενοδοχείο Τουριστικό Γραφείο
 5***** Γενικού Τουρισμού
 4**** Εισερχόμενου Τουρισμού
 3*** Εξερχόμενου Τουρισμού
 2** Εσωτερικού Τουρισμού
 1* Tour Operator
 Μέλος αλυσίδας
 Ανεξάρτητο

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!